

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Забайкальский государственный университет»

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЗАБАЙКАЛЬСКОМ КРАЕ

Монография

Чита
Забайкальский государственный университет
2018

УДК 338.48(571.56)
ББК 65.051.543(2Рос-4Чит)
ББК У051.543(2Рос-4Чит)
Р 17

Рекомендовано к изданию Советом по научной и инновационной
деятельности Забайкальского государственного университета

Рецензенты

В. И. Аникьев, начальник управления туризма,
Министерство международных связей Забайкальского края, г. Чита
М. Ю. Белякова, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента
спортивной и туристской индустрии, РАНХиГС при Президенте РФ,
г. Москва

Авторы

*Е. В. Крылова, В. В. Лиханова, Ю. Л. Пучкова, М. П. Титова,
С. А. Батоева, О. А. Лях, К. В. Шувалова, А. Н. Новиков,
М. С. Новикова, К. С. Козырева*

Развитие туризма в Забайкальском крае : монография /
Р 17 Е. В. Крылова, В. В. Лиханова, Ю. Л. Пучкова [и др.] ; под
общ. ред. Е. В. Крыловой ; Забайкал. гос. ун-т. – Чита : ЗабГУ,
2018. – 284 с.

ISBN 978-5-9293-2255-6

Монография посвящена развитию туризма в Забайкальском крае. Представлен анализ спроса туристского рынка Забайкальского края, рассмотрены перспективы развития туристской отрасли Забайкальского края, а также туристские образы международного трансграничного трёхзвенного региона восточного стыка границ России, Монголии и Китая. Достаточно подробно изложены перспективы и особенности развития на территории региона таких видов туризма, как этнографический, гастрономический, детский и молодёжный, лечебно-оздоровительный. Также раскрыт экскурсионный потенциал и современное состояние экскурсионной деятельности в Забайкальском крае.

Издание предназначено для студентов направлений подготовки 43.03.02, 43.04.02 *Туризм*, может быть полезно специалистам сферы туризма.

УДК 338.48(571.56)
ББК 65.051.543(2Рос-4Чит)
ББК У051.543(2Рос-4Чит)

ISBN 978-5-9293-2255-6

© Забайкальский государственный
университет, 2018

Оглавление

Предисловие	5
Введение	7
Глава 1. Перспективы развития туристской отрасли Забайкальского края	9
Глава 2. Туристские образы международного трансграничного трёхзвенного региона восточного стыка границ России, Монголии и Китая	33
Глава 3. Анализ спроса туристского рынка Забайкальского края	61
Глава 4. Развитие этнографического туризма в Забайкалье	104
Глава 5. Перспективы развития гастрономического туризма в Забайкальском крае	138
Глава 6. Особенности развития лечебно-оздоровительного туризма в Забайкальском крае	167
Глава 7. Экскурсионный потенциал и современное состояние экскурсионной деятельности в Забайкальском крае	193
Глава 8. Особенности развития детского и молодёжного туризма в Забайкальском крае	224
Заключение	264
Библиографический список	265
Сведения об авторах	279

Предисловие

Монография посвящена проблемам, особенностям и перспективам развития туризма в Забайкальском крае.

В настоящее время происходит активное развитие отечественного туризмоведения. Существующие исследования подтверждают актуальность и необходимость дальнейшей работы в области дефиниций туризма, его видов, выявления особенностей туристской деятельности. За последние годы российской экономике удалось набрать устойчивые темпы роста и решить ряд неотложных стабилизационных задач, однако до сих пор предельно остро стоят проблемы несбалансированной отраслевой структуры и низкого уровня жизни населения.

Важность и актуальность исследования роли международного туризма в сфере услуг определяется и тем, что въездной туризм является во многом индикатором благополучия как государства, так и региона в целом, в то время как выездной свидетельствует о благосостоянии граждан. Способность обеспечить достойный приём иностранным туристам демонстрирует скоординированную и плодотворную работу сразу целого кластера отраслей национальной экономики, причём на сегодняшний день эти отрасли привлекают новейшие технологии и большое количество квалифицированных работников, что также решает задачи повышения качества экономического роста.

Несомненно, индустрия с подобными характеристиками должна стать одним из локомотивов роста российской экономики, именно поэтому авторы сосредоточили своё внимание на исследованиях проблем, перспектив и особенностей её развития и функционирования в отдельно взятом регионе – Забайкальском крае.

Монография представляет собой глубокий анализ развития туризма в Забайкальском крае. В ней представлен анализ спроса туристского рынка Забайкальского края, рассмотрены перспективы развития туристской отрасли Забайкальского края, а также туристские образы международного трансграничного трёхзвенного региона восточного стыка границ Рос-

сии, Монголии и Китая. Несомненным достоинством издания является то, что в ней подробно изложены перспективы и особенности развития на территории региона таких видов туризма, как этнографический, гастрономический, детский и молодежный, лечебно-оздоровительный, раскрыт экскурсионный потенциал, изучено современное состояние экскурсионной деятельности в Забайкальском крае.

При написании данной работы авторы обращают внимание на решение ряда конкретных задач, среди которых первоочередными являются: оценка ресурсной обеспеченности и туристских возможностей региона, выявление особо ценных и уникальных объектов туристского интереса, определение направлений развития ресурсной базы для достижения желаемого социально-экономического результата и так далее, то есть задач, которые связаны с управлением туристскими ресурсами, являющимися основными факторами развития туризма.

Монография состоит из введения, восьми глав, заключения, библиографического списка.

В работе авторы ссылаются на списки литературы, относящиеся к главам.

Введение

На сегодняшний день существует огромное количество научных исследований в области туризма, его роли и месте в жизни страны. Данные исследования свидетельствуют о мультипликативном влиянии туризма на все сферы жизнедеятельности общества, на стимулирование развития различных отраслей и сфер деятельности страны или отдельно взятого региона.

Зависимость туризма от наличия и состояния туристских ресурсов указывает на неравномерность распределения и развития туристских ресурсов в отдельных регионах и в стране в целом, что, в свою очередь, влечёт за собой ограниченность в возможностях развития туризма. Использование туристского ресурса, сформированного на его основе туристского продукта, требует значительных инвестиций, строительства, реконструкции, реставрации, квалифицированных кадров. Всё это подразумевает достаточно длительный процесс, который требует пристального внимания и контроля со стороны властей, туристских организаций, владельцев и работников туристской инфраструктуры.

На протяжении огромного количества времени туристов привлекают различные объекты, связанные с культурно-историческим наследием страны, региона или отдельного народа, а также с богатыми природными ресурсами территории. Данные объекты показа становятся основой для создания различных туристских продуктов, стимулируют туристский интерес, обуславливают приток туристов в регион и способствуют развитию как внутреннего, так и въездного туризма.

Максимальное увеличение вклада туризма в общее благосостояние экономики является стратегической целью многих субъектов России. Забайкальский край, с точки зрения доходной части поступлений в региональный бюджет от туризма, нельзя отнести к развитым в силу целого ряда причин, ограничивающих данную деятельность. К ним относятся: ограниченное финансирование данной отрасли экономики, физический износ коллективных средств размещения и недостаточное их

количество, слабое развитие инфраструктуры и транспорта, регулярный рост тарифов на услуги, низкий уровень обслуживания потребителей туристских услуг, несоответствие стандартам качества, отсутствие туристского имиджа и узнаваемого бренда Забайкальского края, неразвитость информационных услуг.

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры, транспорта, безопасности, международных отношений, гостиничного бизнеса и др. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов РФ и муниципальных образований. Забайкальский край располагает огромным потенциалом как для развития внутреннего туризма, так и для приёма иностранных путешественников. У него есть всё необходимое – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, а в отдельных районах – нетронутая, дикая природа.

В работе авторами рассмотрено современное состояние туризма в Забайкальском крае, проведены маркетинговые исследования рынка туристских услуг Забайкальского края, а также раскрыты современные проблемы и перспективы развития различных видов туризма в регионе.

Глава 1. Перспективы развития туристской отрасли Забайкальского края

Туристская отрасль носит, безусловно, комплексный характер и не может быть рассмотрена в отрыве от других сфер экономики региона. Исходя из современной региональной практики субъектов РФ, для развития туристской отрасли необходимо обладать туристско-рекреационными ресурсами и, что важно, – на основе знаний и мирового опыта создавать такие ресурсы, что является уникальной и важнейшей специфической чертой туристской отрасли в современных условиях.

Во-первых, в некотором смысле, туристские ресурсы – одни из наиболее «дешёвых» в РФ (в настоящее время нет федерального налога на туристские ресурсы), что во многом определяет высокую рентабельность туристского бизнеса и возможность их интенсивного создания при условии экологичности таких мероприятий.

Во-вторых, в данном случае туризм связан с созданием туристского ресурса, а не потреблением имеющегося. Важно видеть связь туристских ресурсов с другими ресурсами, косвенно задействованными в индустрии, и как вторые можно использовать с первыми и добиться эффекта синергии.

В-третьих, в отличие от других отраслей и ресурсов, туристский потенциал можно формировать искусственно [4].

В-четвёртых, важнейшим ресурсом развития туризма является наличие инфраструктуры.

Ежегодно в период «высокого» туристского сезона, с мая по сентябрь, поток китайских граждан, следующих с туристскими целями в ближайшие приграничные города, такие как Забайкальск и Краснокаменск, многократно увеличивается. Между тем количество туристов КНР, посетивших Забайкалье с целью однодневной ознакомительной экскурсией в сезоне 2017 года, составило более 20 тыс. человек. В структуре туризма преобладают одно-, трёхдневные поездки в приграничные районы, шоп-туры, транзитные маршруты туристов КНР на озеро Байкал.

Факторами, сдерживающими развитие туристской деятельности в Забайкальском крае, являются:

1. Значительный физический износ объектов туристской инфраструктуры и санаторно-курортного комплекса края.

2. Дефицит квалифицированных кадров в области туризма.

3. Недостаточное развитие обеспечивающей инфраструктуры (гостиниц, транспорта, пунктов питания и т. д.), что является одной из причин отсутствия крупных чартерных авиакомпаний, осуществляющих рейсы по направлениям внутреннего и международного туризма.

4. Низкая заселённость территории и большой миграционный отток населения вследствие депрессивности региона.

5. Большие расстояния между объектами туристского показа и их труднодоступность.

6. Короткая продолжительность туристского сезона (с мая по сентябрь).

7. Отсутствие туристско-информационного центра, оказывающего поддержку продвижению региона и региональных турпродуктов и услуг, функции которого выполняет Министерство международного сотрудничества и внешнеэкономических связей Забайкальского края, что создаёт дополнительную нагрузку.

8. Количество и качество разработанных турпродуктов на рынке края, ориентированных на внутренний и въездной туризм.

9. Большая загруженность приграничного пункта пропуска МАПП Забайкальск, в частности, лицами, пересекающими государственную границу с коммерческими целями провоза товаров под эгидой «шоп-туров».

10. Негативное отношение большого числа жителей края по отношению к туристам из КНР.

11. Видение исключительно ресурсного потенциала туристской отрасли муниципальными образованиями, вместо разработки экономически обоснованных проектов, направленных на его развитие.

Одним из ключевых способов увеличения доходов от туризма в Забайкальском крае является условие привлечения

большого количества туристов из КНР, создав при этом комфортную инфраструктуру для их пребывания. С этой целью рядом специалистов обоснована экономическая эффективность внедрения программы “China Friendly” для совершенствования развития отрасли туризма, и в частности, в Забайкальском крае. Вступив в эту программу, её участники получают возможность бесплатного продвижения на китайском туристском рынке. В ходе опроса музейных работников г. Читы выяснено, что спрос со стороны китайских туристов на оказываемые ими услуги есть. В среднем, каждый из музеев за год посещает от 100 до 600 туристов из Китая. Ни один из музеев города не оборудован экспозициями с поясняющими табличками-планшетами на китайском языке, нет собственных аудиогидов. Аналогичное исследование проведено в коллективных средствах размещения и на предприятиях общественного питания.

Следует учитывать «сезонность» туристской дестинации (до 80 процентов доходов туристической индустрии приходится на высокий сезон с середины мая по конец августа).

Следует учитывать тот факт, что какими бы уникальными ни были туристские ресурсы, если территория не имеет развитой инфраструктуры (дорог, телекоммуникаций, бытового обслуживания и т. д.), это значительно снижает шансы региона на получение конкурентного преимущества. Этим объясняется феномен равной значимости туристско-рекреационных ресурсов, инфраструктуры и продвижения турпродукта.

Информационный массив данных о состоянии и тенденциях развития туристско-рекреационного комплекса Байкальского региона:

Разделение в процентном соотношении по целям поездок:

- 40 % – деловые и профессиональные;
- 13 % – отпуск, досуг и отдых;
- 7 % – лечебные и оздоровительные процедуры;
- 40 % – прочие (в т. ч. религиозные/паломнические – 0,1 %, образование и профессиональная подготовка – 3 %).

Как видно из процентного соотношения, лишь 13 % от общего числа граждан, проживающих в коллективных средствах размещения, указали в цели поездки – отпуск, досуг и отдых.

Большую долю занимают деловые и профессиональные поездки. Как правило, путешествия совершают небольшие группы – от 2–5 человек. В большей степени людей интересует познавательный туризм, это история городов Читы, Нерчинска, Петровск-Забайкальского, а также экологический и сельский туризм. Присутствуют все возрастные группы, но преобладает экономически активное население (от 25 до 50 лет).

В целях сохранения и развития народной традиционной культуры в Забайкальском крае регулярно проводятся фестивали национальных культур, а также всевозможные международные, межрегиональные и краевые фестивали.

Событийные мероприятия способствуют увеличению потока туристов в рамках туристских маршрутов, представляя особый интерес для желающих посетить определенные места не только с целью осмотра достопримечательностей, но и принятия участия в совместном праздновании с местными жителями [7].

В настоящее время в Забайкальском крае продвигается проект российско-китайско-монгольского сотрудничества «На Великом чайном пути». Проект предполагает прохождение китайско-российских трансграничных туристских поездов, а также проведение автопробегов по территории Забайкальского края, Республики Бурятия и Иркутской области.

Большим спросом у туристов пользуется народное творчество, быт и культура россиян, что создаёт предпосылки для развития сельского туризма. Однако, многие из жителей Забайкальского края не готовы принимать туристов из Поднебесной. В средствах массовой информации часто можно встретить довольно резкий настрой местных жителей, т. к. территория Забайкальского края находится на границе с АРВМ, КНР (Автономным районом Внутренняя Монголия) (плотность населения 20,2 чел./кв. км) и провинцией Хэйлунцзян (83 чел./кв. км), многократно превосходящих край в демографическом отношении. Вследствие чего население края сформировало устойчивый комплекс опасений и предубеждений по отношению к гражданам КНР в целом. Данные опасения носят как вполне рациональный, так и нерациональный

характер, однако факт их наличия и массовость делают их самостоятельным барьером в развитии приграничного туризма региона. Важно при помощи различных методов формировать в сознании жителей Забайкальского края чёткое понимание того, что одним из немногих реальных шансов улучшения экономической ситуации может стать приграничный туризм и увеличение иностранных, в первую очередь, китайских инвестиционных вложений. В этой связи необходимо сосредоточить усилия на формировании и укреплении положительного международного имиджа Забайкальского края как к дестинации, дружелюбной к китайским туристам. Исходя из данных о количестве средств размещения, без учёта и фактического состояния на данный момент времени, а также в связи с отсутствием в ближайшей перспективе получения финансирования для строительства КСР, возможным вариантом является заселение туристов в семьи. Борзинский район успешно использует данную практику, китайские туристы готовы платить за сутки от 1500 р.

Ещё одним фактором, способным увеличить потенциал развития сельского туризма, является сувенирная продукция. Между тем, ещё большей популярностью пользуется та сувенирная продукция, в изготовлении которой туристы могут принять участие. На обширной территории Забайкальского края проживает множество талантливых мастеров, однако, их сувенирная продукция фактически штучный товар, изготовленный в домашних условиях. Туристам же хочется поучаствовать в процессе, ознакомиться на практике с технологией изготовления. Кроме того, всё, что связано с путешествиями туристов из Поднебесной, означает массовость: активные пользователи соцсетей, выкладывающие в общий доступ всё, что им понравилось, предпочитают путешествовать в составе группы, соответственно, один-два сувенира мастера не способны удовлетворить даже потенциальный спрос, не говоря о фактическом.

Проанализировав современные практики развития сельского туризма, можно сделать вывод о том, что, как правило, основными услугами, предоставляемыми отдыхающим,

являются отдельные комнаты в домах селян или отдельные гостевые дома, построенные в традиционном стиле русского народа. В качестве дополнительных услуг, пользующихся большим спросом, предлагаются охота и рыбалка, экскурсии, конные походы, различные представления жителей, игры, сбор ягод и грибов, мероприятия, ориентированные на знакомство с местными традициями, мастер-классы по приготовлению еды в русской печке, традиционная народная кухня, приготовление творога, масла из местного сырья.

Основанными на практике, эффективными направлениями развития сельского туризма являются: туристские агрофермы, различные объекты в сельской местности, построенные на базе существующих крестьянских фермерских и личных подсобных хозяйств; предоставление аренды домов и комнат; организация «сельских» туров в экологически чистых природных районах, экскурсии в фермерские дома; знакомство с деревенским бытом и традициями, ремесленный интерактив; организация туристской деятельности в деревнях на базе имеющихся сёл с традиционной народной деревянной архитектурой, расположенных в живописной местности; воссоздание традиционных русских обычаев, связанных с такими важными моментами человека в жизни, как бракосочетание, крещение и др.

Владельцы гостевых домов предлагают не только проживание в доме, но и комплекс различных услуг. В гостевом доме «Подворье на Починке» в Сиземском сельском поселении можно отдохнуть на природе, поучаствовать в интерактивных программах с мастер-классами, пообщаться с домашними животными, прогуляться к святому источнику, в лес, посетить русскую баню, попробовать блюда русской кухни из русской печи [3].

Возможным способом привлечения туристов из КНР может стать использование регионального подхода, подразумевающего экономическую интеграцию территорий, образующих Байкальский регион, а именно Забайкальского края, Республики Бурятия и Иркутской области. Такая необходимость обусловлена тем, что КНР проводит политику активизации

процессов регионализации и экономического укрупнения своих территорий. Китайские власти справедливо полагают, что экономики отдельных провинций, особенно соседних, должны представлять собой единый, взаимосвязанный комплекс [6]. Поэтому процесс региональной кооперации становится решающим фактором при разработке и реализации программ экономического развития страны.

Министерством международного сотрудничества и внешнеэкономических связей Забайкальского края был разработан новый автомобильный трансграничный туристский маршрут по Великому чайному пути на территории трёх стран – Китая, России и Монголии, автопробег «Великий чайный путь – дорога мира». Первыми участниками стали представители турфирм и журналисты КНР, которых встретили русскими песнями, танцами и караваем в пос. Забайкальск. По замыслу туроператоров КНР, данный автопробег может стать малым туристским кругом, позволяющим за 3 дня посетить три страны. Как отмечают журналисты телерадиокомпаний «ГТРК Чита», благодаря подобной практике, турпоток в Забайкальский край за прошлый год увеличился на 50 % [8].

Для реализации региональных программ развития туризма необходимо:

- создавать ассоциации, цепи туристских предприятий (в том числе национальных парков) и туристско-информационных центров, целью деятельности которых является развитие;
- формировать специальные базы данных, создавать справочно-информационные системы по природным и историко-культурным достопримечательностям, маршрутам и турам;
- обращаться к налоговым структурам с предложением введения местной туристской ренты за счёт уменьшения других налогов, которая будет предназначена для инвестирования в сохранение, восстановление и развитие рекреационных ресурсов;
- развивать туристскую инфраструктуру и разрабатывать экологические тропы и маршруты, создавая системы их сертификации;

- модернизировать существующие музеи природы и информационные центры;
- развивать рекламно-информационное обеспечение и продвижение туристской отрасли Забайкальского края на внутреннем и внешнем рынках;
- возобновить подготовку квалифицированных сотрудников (экскурсоводов, групповодов, инструкторов, гидов);
- принимать активное участие в разработке федеральной программы по развитию туризма в России;
- развивать международное сотрудничество в сфере туризма;
- финансировать предложенные мероприятия за счёт средств государственного и местных бюджетов, а также средств туристских предприятий.

Одним из актуальных направлений развития туризма в Забайкальском крае является сотрудничество с монгольскими туристскими компаниями и формирование въездного туризма для жителей Монголии, а также въездного туризма для жителей КНР через Монголию.

Существующим направлением монгольского туризма является лечебный туризм. Условно он распадается на две составляющие: 1) туры в Японию – для категорий населения с высоким уровнем доходов; 2) туры в КНР – для остальных категорий населения. Однако, доминирование в китайской медицине так называемых «традиционных» методов является фактором, ослабляющим спрос на «лечебные» туры. Кроме того, при формировании спроса на российские туристские услуги (включая лечебный туризм) значительную роль может сыграть духовная близость наших народов, что во многом определяется историческим взаимодействием наших стран и народов.

В качестве одного из направлений можно рассматривать формирование маршрута через административный центр Восточного аймака, четвёртый по величине город в Монголии – Чойбалсан.

Исторически это место является остановкой на караванном пути. В настоящее время Чойбалсан стал «перевалочным»

туристским пунктом на пути к Байкалу: из Чойбалсанского аэропорта осуществляются регулярные рейсы в Улан-Батор, а с 2008 года начались международные рейсы в Хайлар (КНР).

Существующий маршрут на Байкал: Чойбалсан – Улан-Батор – Улан-Удэ – является достаточно длинным и более затратным. Гораздо выгоднее сформировать маршрут на основе действующей ветки железнодорожной линии Забайкальской железной дороги – Чойбалсан связан железнодорожной линией со станцией Соловьёвск (и Борзя). В настоящее время Торгово-промышленная палата Забайкальского края совместно с монгольской туристской компанией рассматривает вариант реализации маршрута через Читу.

Детско-юношеский туризм является важным направлением развития. Администрация городского округа «Город Чита» активно развивает связи с муниципальными образованиями КНР в области туристского сотрудничества, обмена детскими туристскими группами. Группа читинских детей уже посетила город Хайлар.

Туристскими организациями г. Читы в 2015 году была принята группа китайских детей – 100 человек. Для принятия детских групп туристскими фирмами разработаны различные туры как в черте города (Ботанический сад, страусиная ферма, Церковь декабристов, Краеведческий музей и др.), так и на территории Забайкальского края. Детско-юношеский туризм является наиболее важным не только для развития туристской отрасли, но также имеет важное социальное значение – разностороннее развитие детей, знакомство с чужой культурой, знакомство с новыми людьми и посещение интересных мест.

Транзитный туризм является хорошим выходом из сложившейся ситуации для Забайкальского края. Так как на международном рынке Забайкальский край ещё не заработал необходимый имидж, информационный вакуум данной отрасли не позволяет туристам приобретать туры Забайкальского края исходя только из их стоимости и качества. Транзитный туризм может помочь решить эту проблему.

В последнее время китайские туристы активно интересуются отдыхом в Крыму. Согласно исследованиям мэрии

г. Читы, наиболее удобно добраться из Китая в Крым можно через г. Читу (аэропорт Кадала). На рейсы по данному направлению выделены государственные субсидии. Стоимость перелёта без субсидий составит 34 000–37 000 рублей, с предоставлением субсидий – 24 000 рублей в обе стороны. Таким образом, стоимость перелёта через Читу существенно ниже, при условии пребывания туристов в Чите 1–2 дня появляется возможность реализации любых транзитных недолгосрочных туров, что принесёт дополнительный доход как туристским организациям, так и краю в целом.

В дальнейшем, развивая сеть транспортных направлений, Чита может стать транзитным центром.

Следует сказать, что событийный туризм становится всё более популярным и успешным. Такой вид туризма может привлечь большое количество туристов, а также появляется возможность распространения информации о различных других дополнительных туристских предложениях.

Итоги последних нескольких лет характеризуются стабильным увеличением количества китайских граждан, посещающих Забайкальский край с туристскими целями. Привлекательность края для граждан Китайской Народной Республики обусловлена приграничным положением субъекта Федерации, обеспечивающим китайским туристам удобную транспортную схему на пути следования в другие регионы России или для кратковременного посещения близко расположенных к государственной границе населённых пунктов.

В целях выполнения государственных задач по развитию въездного туризма необходимо обеспечить оптимальные условия пересечения границы для иностранных граждан, а именно граждан Китая, следующих в Забайкальский край исключительно с туристскими целями.

По статистическим данным, количество принятых туристов по безвизовому Соглашению по состоянию на август 2018 года составило 34 517 человек, в тот же период 2017 года – 30 777 человек, рост составил 12,2 %. Количество отправленных туристов по безвизовому Соглашению по состоянию на август 2018 года – 86 095 человек, тот же период 2017 года –

83 086 человек, рост 3,6 %. Тем не менее, в августе 2018 года в Китайскую Народную Республику отправлено 9310 человек, в августе 2017 года – 14 066 человек. Данный разрыв связан с резким увеличением сбора на китайской границе с 75 юаней за человека до 150 юаней.

На территории Забайкальского края расположено 5 пограничных пунктов пропуска через государственную границу Российской Федерации и Китайской Народной Республики, один из которых является воздушным. Очевидно, что имеющаяся приграничная инфраструктура, кроме той, которая расположена в международном воздушном пункте пропуска, нуждается в комплексной реконструкции и оснащении, и это, по нашему мнению, является одним из главных препятствий в развитии международного сотрудничества с сопредельными государствами.

Сведения о количестве лиц, транспортных средств, проследовавших (перемещённых) через государственную границу Российской Федерации в пунктах пропуска на участке Пограничного управления ФСБ России по Забайкальскому краю за 2017 год и за первое полугодие 2018 года, отражены в табл. 1, 2.

На рис. 1–3 показана динамика следования физических лиц через ЖДПП Забайкальск, пункты пропуска Олочи и Верхний Ульхун за период с 2004 по 2016 год.

Очевидно, что имеющаяся приграничная инфраструктура, кроме той, которая расположена в международном воздушном пункте пропуска, нуждается в комплексной реконструкции и оснащении, и это, по нашему мнению, является одним из главных препятствий в развитии международного сотрудничества с сопредельными государствами.

Правительством Забайкальского края принимаются административно-организационные меры по обустройству и реконструкции пунктов пропуска, расположенных на территории Забайкальского края, поиску инвесторов по созданию соответствующей туристской инфраструктуры на приграничных территориях, организации движения пригородных пассажирских поездов, ориентированных на китайского и российского потребителя, и другие меры.

Таблица 1

Сведения о количестве лиц, транспортных средств, проследовавших (перемещённых) через государственную границу Российской Федерации в пунктах пропуска на участке Пограничного управления ФСБ России по Забайкальскому краю за 2017 г.

Наименование пункта пропуска	Вид международного сообщения	Количество российских граждан, проследовавших через пункт пропуска (чел.)		Всего	Количество иностранных граждан, проследовавших через пункт пропуска (чел.)		Всего		Количество транспортных средств (ед.)		Всего
		Въезд в РФ	Выезд из РФ		Въезд в РФ	Выезд из РФ			Въезд в РФ	Выезд из РФ	
Абагайтуй	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Алтан	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Верхний Ульхун	автомобильный	357	415	772	1487	1532	3019	444	468	912	912
Забайкальск	автомобильный	767 312	769 707	1 537 019	115 624	114 725	230 349	97 219	96 106	193 325	193 325
Забайкальск	ж/д	12 451	11 795	24 246	5814	4314	10 128	5180	5176	10 356	10 356
Новый Дурулгуй	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Олочи	автомобильный	1457	1461	2918	16	18	34	1401	1401	2802	2802
Покровка	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Соловьёвск	автомобильный	766	770	1536	4258	4269	8527	1376	1370	2746	2746
Соловьёвск	ж/д	0	0	0	434	434	868	118	118	236	236
Староцурухайтуй	автомобильный	7050	7023	14073	1983	1758	3741	4067	4010	8077	8077
Убур-Тохтор	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чита (Кадала)	воздушный	8665	8748	17413	652	598	1250	62	65	127	127

Таблица 2
Сведения о количестве лиц, транспортных средств, проследовавших (перемещённых) через государственную границу Российской Федерации в пунктах пропуска на участке Пограничного управления ФСБ России по Забайкальскому краю за первое полугодие 2018 г.

Наименование пункта пропуска	Вид международного сообщения	Количество российских граждан, проследовавших через пункт пропуска (чел.)		Всего		Количество иностранных граждан, проследовавших через пункт пропуска (чел.)		Всего		Количество транспортных средств (ед.)		Всего
		Въезд в РФ	Выезд из РФ							Въезд в РФ	Выезд из РФ	
Абагайтуй	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Алтан	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Верхний Ульхун	автомобильный	221	248	469	622	653	622	1275	207	211	418	
Забайкальск	автомобильный	369 847	373 136	742 983	48 131	43 301	91 432	50 591	49 969	100 560		
Забайкальск	ж/д	6132	5737	11869	2709	1752	4461	2629	2617	5246		
Новый Дурулгуй	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Олочи	автомобильный	57	59	116	0	5	5	52	54	106		
Покровка	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Соловьёвск	автомобильный	225	232	457	2305	2248	4553	658	658	1316		
Соловьёвск	ж/д	0	0	0	264	264	528	71	71	142		
Староурхайтуй	автомобильный	3264	3295	6559	879	613	1492	2124	2113	4237		
Убур-Тохтор	автомобильный	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чита (Кадала)	воздушный	4298	4271	8569	595	487	1082	43	45	88		

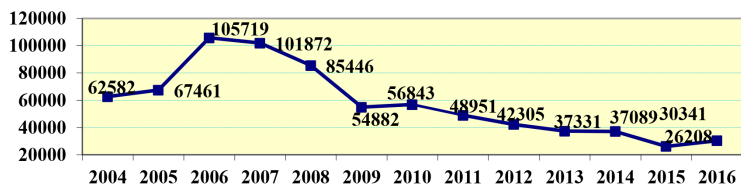


Рис. 1. Динамика следования физических лиц через ЖДПП Забайкальск, человек

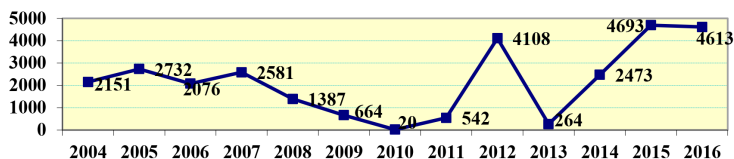


Рис. 2. Динамика следования физических лиц через пункт пропуска Олочи, человек

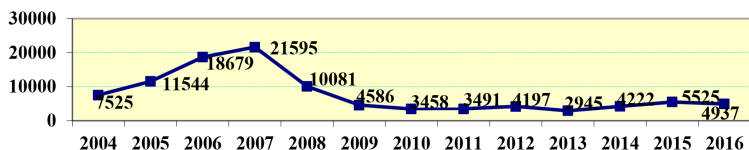


Рис. 3. Динамика следования физических лиц через пункт пропуска Верхний Ульхун, человек

В связи с тем, что основной поток физических лиц, в том числе китайских туристов, приходится на многосторонний автомобильный пункт пропуска Забайкальск, расположенный в регионе деятельности Читинской таможни, ежегодно возникает дополнительная нагрузка на должностных лиц контрольных органов, что создаёт предпосылки возникновения напряжённости со стороны физических лиц, особенно в высокий туристский сезон. В летний период 2016–2017 годов зафиксированы факты, когда китайские граждане вынуждены массово отказываться от посещения Российской Федерации по причине значительных очередей по направлению «Въезд в Россию» и многочасового ожидания погранично-таможен-

ного контроля на границе. Обращения китайских региональных властей, туристских операторов и граждан Российской Федерации в исполнительные органы государственной власти по поводу низкой пропускной способности автомобильного пункта пропуска приобретают характер систематических, по информации китайских туроператоров, только в июле-августе 2017 года более 10 тыс. китайских граждан отказались от ранее запланированных туристских поездок в приграничный субъект Российской Федерации.

В качестве одной из мер решения вопроса увеличивающейся загруженности автомобильного перехода могло бы послужить применение в пункте пропуска двухканальной системы оформления физических лиц. Указанная мера позволит сократить сроки прохождения таможенного контроля физическими лицами, въезжающими на таможенную территорию ЕАЭС исключительно в качестве туристов и будет способствовать увеличению количества въездных туристских потоков, в том числе, в «высокий» туристский сезон – с мая по сентябрь, что окажет положительное влияние на формирование образа Забайкальского края и России в целом, как территории, благоприятной для развития международного туризма [1].

SWOT-анализ территории въездного туризма в Забайкальском крае показан в табл. 3.

Таблица 3

**SWOT-анализ территории въездного страны туризма
в Забайкальском крае¹**

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
1. Наличие историко-культурных ценностей и природно-культурных ресурсов. 2. Выгодное территориальное расположение. Наличие границы с Китаем и Монголией, которые являются целевыми потребителями туристских ресурсов.	1. Недостаточное развитие инженерной транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма и отдыха. 2. Недостаточность уровень обустройства мест посещения культурно-природных достопримечательностей.

¹ Примечание. Составлено автором.

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<p>3. Географическое положение Забайкальского края определяет его в качестве транзитного коридора на пути следования иностранных путешественников к побережью озера Байкал и в Европейскую часть России.</p> <p>4. Наличие на территории края природных биосферных заповедников и национальных парков. Также наличие районов, привлекающих для агро-этнотуризма, спортивного, экстремального туризма.</p> <p>5. Организация в крае как региональных, так и международных культурных, деловых, спортивных и развлекательных мероприятий.</p> <p>6. Значительное количество природных лечебных и оздоровительных факторов.</p> <p>7. Развитие г. Читы как центра деловой активности и реализация в крае крупных международных проектов.</p> <p>8. Наличие образовательных учреждений высшего профессионального образования, выполняющих подготовку специалистов в сфере социально-культурного сервиса, туризма и гостеприимства</p>	<p>3. Значительный физический и моральный износ, существующей материальной базы.</p> <p>4. Недостаточно эффективная политика в области продвижения туристско-рекреационных продуктов и на отечественные, и на зарубежные рынки.</p> <p>5. Дефицит финансовых средств, необходимых для развития туризма.</p> <p>6. Недостаток инвестиционно-финансовых ресурсов, направленных на развитие туризма и инфраструктуры.</p> <p>7. Отсутствие положительного туристского имиджа Забайкальского края.</p> <p>8. Дефицит финансовых средств, необходимых для развития туризма.</p> <p>9. Недостаточное обеспечение индустрии туризма квалифицированными кадрами со знанием иностранных языков.</p> <p>10. Высокая цена турпродукта при недостаточном уровне его качества, высокие транспортные тарифы</p>
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<p>1. Привлечение государственных и частных инвестиций.</p> <p>2. Организация системы непрерывного образования (подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для туристской отрасли).</p> <p>3. Создание имиджа Забайкальского края и разработка бренда края, для повышения узнаваемости края.</p>	<p>1. Недофинансирование проектов.</p> <p>2. Перенасыщение предложения специалистов туристской отрасли на рынке труда. Рост безработицы.</p> <p>3. Снижение турпотоков, с последующим сокращением налоговых и иных поступлений в бюджет.</p>

4. Строительство и реконструкция туристских объектов и туристской инфраструктуры.	4. Уменьшение доходов и снижение качества жизни населения.
5. Увеличение внутреннего и въездного туристских потоков за счёт создания туристского бренда и новых туристских маршрутов, формирования современных востребованных турпродуктов и расширения перечня туристских услуг, повышения туристской привлекательности Забайкальского края для иностранных граждан	5. Ухудшение экологической обстановки наиболее посещаемых территорий и, как следствие, возможен отказ туристов от повторного посещения региона.
	6. Постепенное формирование региона как неблагоприятного для туризма.
	7. Большее снижение инвестиционной привлекательности

Одним из основных показателей, характеризующих развитость туристской инфраструктуры региона, является его обеспеченность коллективными средствами размещения (КСР). Нами был составлен перечень гостиниц и иных средств размещения, выбраны наиболее крупные гостиницы, занимающие 80 % от общего числа размещённых лиц в Забайкальском крае, данные о числе номеров взяты с официальных сайтов гостиниц (см. табл. 4, 5).

Развитием приграничного туризма, стимулирующего туристские взаимосвязи двух стран, является его оснащённость коллективными средствами размещения.

Из анализа табл. 4 можно сделать вывод о том, что гостиничных предприятий на территории Забайкальского края недостаточно. Многие из них являются в некоторой степени монополистами и не повышают уровень качества предоставляемых услуг ввиду отсутствия у туристов выбора. Та же тенденция наблюдается и в столице Забайкалья – г. Чите, имеющим только одну гостиницу, позиционирующую себя как трёхзвездочный отель (отель Монблан).

Наблюдается снижение численности лиц, проживающих в коллективных средствах размещения, расположенных на территории Забайкальского края в 2016 году.

Коллективные средства размещения в г. Чите¹

Наименование	Адрес	Категория, при наличии	Число номеров	Число мест	Число размещённых граждан РФ	Число размещённых иностранных граждан	Число ночёвок граждан РФ	Число ночёвок иностранных граждан
Монблан	Чита, ул. Костюшко-Григоровича, 5	нет	180	350	32 129	1397	53 655	2333
Панама Сити	Чита, мкр. Северный, 64	нет	35	75	6885	299	11 497,5	500
Аркадия	Чита, Ленина, 120	нет	140	280	25 703	1118	42 924	1867
Турист	Чита, ул. Бабушкина, 42а	нет	50	100	9180	399	15 330	667
Жемчужина Востока	Чита, ул. Евгения Гаюсана, 25а	нет	30	60	5508	240	9198	400
Забайкалье	Чита, ул. Ленинградская, 36	нет	110	220	20 195	878	33 726	1467
Аэропорт	Чита, ул. Звёздная, 13а	нет	20	40	3672	160	6132	267
Даурия	Чита, ул. Профсоюзная, 178	нет	40	55	5049	220	8431,5	367
Визит	Чита, ул. Ленина, 93	нет	34	65	5967	259	9964,5	433
Унисон	Чита, ул. Матвеева, 38	нет	15	30	2754	120	4599	200
Байкал	Чита, ул. Кайдаловская, 37	нет	25	50	4590	200	7665	333

¹ Примечание. Составлено автором.

Таблица 5

**Обеспеченность коллективными средствами размещения
приграничных муниципальных районов Забайкальского края,
данные на 01.08.2017 г.¹**

<i>Наименование организации</i>	<i>Кол-во номеров</i>	<i>Кол-во койко/ мест</i>	<i>Наименова- ние организации</i>	<i>Кол-во номеров</i>	<i>Кол-во койко/ мест</i>
<i>Борзинский район</i>			<i>г. Краснокаменск и Краснока- менский район</i>		
Гостиница «Глория»	8	22	Гостиница “Red Stone”	22	32
Гостиница «Оазис»	14	22	Гостиница «Централь- ная»	21	53
Гостиница «Армения»	16	32	Гостиница «Марко Поло»	7	8
Гостиница «Поляна»	13	22	Гостиница «Форсаж»	11	26
Гостиница «Тихий»	6	14	<i>Калганский район</i>		
<i>Забайкальский район</i>			ИП «Пого- дина»	5	12
Гостиница «Империя»	28	60	<i>Нерчинско-Заводский район</i>		
Гостиница «Золотой дракон»	6	9	Гостиница	9	21
Гостиница «Золотой лотос»	17	34	<i>Приаргунский район</i>		
Гостиница «Гостиный дворик»	12	19	Гостиница «Аргунь»	12	24

Одним из важнейших факторов развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации являются межрегиональные и международные проекты, построенные на общих экономических интересах, реализуемые под единым брендом и дающие возможность их участникам увеличивать объёмы обслуживания [2, с. 116].

¹ Примечание. Составлено автором.

Маршрут «Великий чайный путь», связавший Россию, Монголию и Китай, основанный на богатейшем природном и историко-культурном потенциале, представляет собой большое количество торговых путей, по которым чай перевозился в страны Европы и Америки. Это не только история чайной торговли, но и история купечества и меценатства, история дипломатических отношений, строительства городов и духовных центров на торговом пути, а также разнообразие национальных культур народов, населяющих эту территорию.

Тема чайной культуры является канвой, объединяющей большое количество разнообразных программ, знакомящих с событиями истории, национальными культурами народов, современной жизнью. При этом региональные нитки маршрута «Великий чайный путь» позволяют в кратковременной или длительной поездке посетить многие достопримечательности, либо какую-то их часть, и сам выбор предложений может быть достаточно широк.

Проект «Великий чайный путь» реализуется в сибирских регионах с конца 90-х годов прошлого столетия. В нём активно участвуют администрации и турбизнес Республик Бурятия, Хакасия, Тыва, Иркутской, Новосибирской, Томской, Омской областей, Забайкальского и Красноярского краёв.

История «Великого чайного пути» – это одна из ярких страниц истории развития дипломатических, торговых и культурных связей между народами Евразии.

Сегодня в каждом регионе сохранились материальные свидетельства торгового чайного пути, уникальные памятники истории и архитектуры, музейные и книжные фонды. Вместе с чаем пришли различные технологии его приготовления, ритуалы чаепития, целый пласт социокультурных явлений, предметы чайного обихода (самовар как неофициальный символ России, фаянсовые и фарфоровые изделия, коробки и ящики, заварочные чайники), народные методы лечения, фольклорные произведения и т. п. [5].

В XVI веке Россией в Китай было направлено несколько дипломатических миссий. В 1638–1639 годах посольство Василия Старкова, проехав через Хакасию, впервые ввезло в Рос-

сию чай. Этот подарок монгольского правителя Алтын-хана затем передали царю. Впоследствии территорию Хакасии ещё много лет использовали в качестве так называемых «чайных ворот» в Российскую империю [3].

В конце XVII – в начале XVIII веков торговый путь шёл по Ангаре, Байкалу, Селенге до города Верхнеудинска, дальше – в город Нерчинск, который стал главным центром торговли с Китаем. В 1728 году послом России С. Л. Владиславич-Рагузинским с Китаем был заключён трактат. Была установлена новая граница с Китаем и построен город Троицкосавск, позже переименованный в Кяхту, ставший на многие годы основным центром русско-китайской торговли.

Через Россию чай и другие китайские товары попадали в страны Ближнего Востока и в Западную Европу. География Чайного пути очень обширна. Путь имел множество сухопутных дорог, волоков, водных путей, от него отходили ответвления в разные российские губернии. На пути работало более 120 торговых ярмарок. Общая протяжённость пути составляла около 10 тысяч километров.

Путь действовал более 200 лет. Значительные средства государственной казны и крупные капиталы купцов были вложены в строительство дорог и городов, в образование и культуру, в строительство церквей и в освоение новых земель. В настоящее время многие участки пути превратились в действующие железнодорожные и автомобильные магистрали и вошли в общую транспортную сеть, связывавшую регионы Азии и Европы [3].

В настоящее время маршрут «Великого чайного пути» используется туристами. Он является самым длинным трансконтинентальным туристским маршрутом, позволяющим познакомиться с историей и культурой многих стран Евразии.

В 2003 году Координационный совет по туризму Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» поддержал проект, как способствующий межрегиональному и международному сотрудничеству в сфере туризма. И с этого момента в регионах СФО проведена значительная работа по созданию и благоустройству региональных ниток маршрута, налажено

межрегиональное взаимодействие, проведено совместное обследование маршрута «Великий чайный путь», состоялись четыре деловые встречи участников проекта «Великий чайный путь», проводились конференции, круглые столы, ознакомительные туры с представлением турпродуктов регионов с целью их совместной реализации, в Республиках Бурятия (2012), Хакасия (2013), Томской области (2014) состоялись международные форумы.

В связи с чрезмерной важностью решения задачи укрепления статуса Российского государства в Азиатско-Тихоокеанском регионе посредством укрепления связей между туристскими компаниями, расширения взаимовыгодного туристского обмена с КНР в рамках межправительственного соглашения о безвизовых групповых поездках туристов между Китаем и Россией, расширения туристских обменов с Кореей и Монголией в связи с отменой виз, крайне актуальным является организация и проведение пресс-тура для представителей зарубежных средств массовой информации на территории субъектов Сибирского федерального округа Российской Федерации, входящих в туристский маршрут «Великий чайный путь».

Мероприятие направлено на реализацию целей и задач Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, Стратегии развития Сибири до 2020 года в части разработки и реализации туристского проекта «Великий Чайный путь» посредством межрегиональной интеграции.

Мероприятие отвечает целям и задачам Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011–2018 годы) по повышению конкурентоспособности отечественного рынка туристских услуг через проведение межрегиональных, международных мероприятий, направленных на создание положительного имиджа России как привлекательного направления для туристов.

Мероприятие реализуется в рамках Соглашения о взаимодействии в сфере туризма между Федеральным агентством по туризму и субъектами СФО Российской Федерации (Забайкальский край, Республика Бурятия, Иркутская область).

В период с 16 по 18 октября 2018 года г. Чите проведено пятое заседание российско-китайско-монгольского Координационного совета пяти регионов трёх стран по развитию туризма «На Великом чайном пути». Члены Координационного совета (представители Автономного района Внутренняя Монголия Китайской Народной Республики, Монголии, Республики Бурятия, Иркутской области и Забайкальского края) посетили: выставку мастеров декоративно-прикладного творчества муниципальных районов Забайкальского края и ознакомились с предложениями туристских организаций; Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова. Приняли участие в открытии новой экспозиции «Три века с Китаем», посетили концерт (реконструкцию), данный военнослужащими Советской армии в честь прибытия руководителей Китая Мао Цзэдуна и Чжоу Эньлая 25 февраля 1950 года в г. Читу; открыли новую выставочную экспозицию в военно-историческом музее Дома офицеров; посетили минеральный источник «Молоковка», где для гостей и участников мероприятия организованы показательные выступления клуба военно-исторической реконструкции «Забайкальский фронт».

По итогам данного мероприятия участниками Координационного совета подписан протокол.

Список литературы

1. Аковенко О. В. Public-private partnerships as one of the areas of tourism development at the federal and regional levels // Региональная экономика и управление. 2016. № 1.
2. Амирханов М. М., Барзыкин Ю. А., Чуваткин П. П. Особые экономические зоны и развитие туризма. Сочи, 2006. 154 с.
3. Официальный портал правительства Вологодской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vologda-oblast.ru> (дата обращения: 24.08.2018).
4. Полухина А. Н. Инновации в туризме: сравнительный аспект концептуальных понятий разработки модели развития туристского потенциала // Инновационное развитие экономики. 2015. № 3. – С. 41–45.

5. Саяногорская централизованная библиотечная система [Электронный ресурс] // Великий чайный путь: науч.-практ. конф. Режим доступа: <http://www.libsayan.ru> (дата обращения: 28.04.2018).

6. Арсентьева И. И. Организация сотрудничества Забайкальского края с приграничными территориями КНР (Статья первая) // Вестник Забайкальского государственного университета. 2011.

7. Файловый архив учебных материалов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.studfiles.net/preview/5879144/page:2> (дата обращения: 07.09.2018).

8. Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК Чита [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gtrkchita.ru> (дата обращения: 09.09.2018).

Глава 2. Туристские образы международного трансграничного трёхзвенного региона восточного стыка границ России, Монголии и Китая

На стыках государственных границ трёх стран образуются специфические географические структуры – международные трансграничные трёхзвенные регионы (МТТР) [21]. Интеграционные процессы в трёхзвенных регионах проходят сложнее, чем в двухзвенных, образующихся на границах двух стран. Прийти к согласию и скоординировать действия между тремя сторонами (в масштабе МТТР) сложнее, чем между двумя (в масштабе двухзвенного региона).

Маркус Лейбинз [25], анализируя причины, формы и последствия сотрудничества приграничных территорий стыка границ Германии, Польши и Чехии, отмечает, что имея сложную историю, они характеризуются экономическими диспропорциями, отсутствием общих идентичностей. Роберт Книппшилд [24], отмечает, что физические барьеры для интеграции были сняты с вступлением в силу в 2007 году Шенгенского соглашения. Однако, правовые, институциональные и ментальные барьеры остаются и препятствуют трёхсторонней интеграции. Подобную точку зрения высказывает и Питер Джурзек [23].

А. Джакоб и А. Сушет [22], рассматривая трансграничный регион Эспас Монблан (Espace Mont-Blanc) на стыке границ Италии, Франции и Швейцарии, поднимают проблему определения внешнего периметра (внешних границ), ставят вопрос охраны природы как первопричину трёхсторонней трансграничной интеграции, за которой последуют вопросы координации сельскохозяйственного природопользования и экологического туризма. Авторы отмечают трудности правового обеспечения функционирования этой трансграничной территории как единого пространства, так как Швейцария не является членом Евросоюза.

Формирование и функционирование МТТР идёт в рамках противоречивого единства симметрии и асимметрии. Асимме-

трия уровней развития инфраструктуры, асинхронность темпов реализации социально-экономических проектов в сфере туризма, различия технических, правовых и ментальных норм и стандартов организации обслуживания туристов зачастую являются проблемой формирования единой трансграничной территориальной организации и оптимального функционирования приграничных туристских объектов.

Джеймс Уэсли Скотт и Кимберли Коллинз [26], изучая вопросы стимулирования трансграничного германско-польского регионализма в асимметричных ситуациях, понятие «трансграничная асимметрия» трактуют очень широко, вкладывая в него не только различия в уровнях жизни, но и различия в политических традициях и культурах.

В пространственной организации природных и хозяйственных трансграничных систем полной симметрии (структурного сходства по обе стороны границы) не существует. Возможны лишь отдельные черты симметрии, т. е. трансграничная дисимметрия [21]. С другой стороны, асимметрия может рассматриваться как ресурс туризма, когда своеобразие и уникальность территории, выражающиеся в её туристском образе через разнообразие природных и культурно-исторических туристских объектов (аттрактов), позволяют создавать единое трансграничное туристское пространство, в реальности через создание различных трансграничных туристских маршрутов, а в информационной среде через целостный туристский образ трансграничных территорий.

Географические образы создаются и продвигаются в глобальном информационном пространстве интернета, главным барьером в продвижении их становится языковой, так как большая часть информации производится на государственных языках. Страны-соседи чаще переводят информацию на английский язык, а не на языки сопредельных стран. Именно этот факт порождает асимметрию географических образов на стыке границ России, Монголии и Китая.

Ключевым методом исследования выступает позиционирование, как выявление позиций географических образов в иерархической структуре. Однако, в маркетинге в слово «позиционирование» вкладывается иной смысл – это целе-

направленное формирование её имиджа в информационном пространстве, его закрепление на правовом и инфраструктурном уровне. Создание имиджа, как элемент мифотворчества, требует концентрации усилий представителей мировоззренческих наук (истории и географии).

В PR, рекламе и маркетинге позиционированием называется выбор, создание и корректировка отличительных черт, преимуществ, достоинств в сознании потребителей (целевых групп). Позиционировать на определённом этапе можно и нужно товар, услугу, человека (например, депутата), организацию, предприятие и даже территорию. Необходимость в позиционировании возникает, когда обостряется конкуренция за ресурсы, финансы, кадры, инвесторов, туристов, т. е. когда явные и очевидные отличия стираются или становятся малозначительными [3].

Забайкальский край, как субъект Российской Федерации, появился на политико-географической карте 1 марта 2008 года. Новое название территории отражает его географическое положение, что имеет большое значение для потенциальных инвесторов и туристов, облегчая им восприятие территории. Образование нового субъекта с новым названием можно рассматривать как первоначальный этап позиционирования – формулировку названия бренда региона. Необходимо отметить, что название края как региона за Байкалом – это элемент глобального позиционирования: на карте мира удалённость от Байкала в сотни километров почти не видна. По сложившейся историко-географической традиции название «Забайкалье» употребляется в отношении территории, объединяющей два субъекта РФ: Забайкальский край и Республику Бурятия. И жители Забайкальского края, и жители Бурятии идентифицируют себя как «забайкальцы». Забайкальский край – это Восточное Забайкалье, и название Восточно-Забайкальский край было бы более точным. Но формулировка названия – это вопрос не географии и даже не политики, а экономики и туристской индустрии. Чита в литературных источниках и средствах массовой информации всегда позиционировалась как столица Забайкалья, а Улан-Удэ – столица Бурятии, но в плане патентования брендов вопрос о столице Забайкалья открыт.

Позиционирование территории, как формирование её имиджа – это целенаправленная работа над общественным сознанием, которая должна укрепить старый или сформировать новый образ региона через средства массовой информации. В любом случае, это работа по изменению информационных стереотипов в общественном сознании. Посредством образования у человека складывается определённое мировоззрение как совокупность картин мира (географической, физической, исторической, химической). Процесс позиционирования, как создание нового образа территории в информационном пространстве и общественном сознании, может опираться на уже существующие образы, сформированные системой образования, которые подвергаются различной трансформации. В повседневной жизни человека информационные агентства ежедневно формируют у него информационную картину дня. Таким образом, у современного человека формируются информационные стереотипы.

Современная эпоха глобализации характеризуется унификацией жизни современных жителей планеты. Благодаря возрастающей мобильности населения, средствам массовой информации и сети Интернет люди разных стран обсуждают одни и те же новости, смотрят одновременно одни и те же фильмы. Население планеты наблюдает за мероприятиями глобального значения: кинофестивалями, конкурсами, олимпиадами. В этом глобальном потоке информации, когда планета становится всё теснее, знания географии о различных странах и регионах мира приобретают статус общекультурных компетенций. Однако обладать энциклопедическими знаниями в эпоху увеличивающегося потока информации сложно, да и опасно для психики. Человеческая память обладает полезным свойством – забыванием информации, тем самым, сохраняя психику человека от перегрузок. Знания об отдельных странах и регионах сводятся к их географическим образам. Образы территорий превращаются в объекты туристской привлекательности, они используются как конкурентные преимущества в борьбе за туристские потоки.

Поиск географических образов – это процесс регионализации, то есть поиска территориальной идентичности, кото-

рый проявляется как ответная реакция на глобализацию с её унификацией. Многие территории начинают активно продвигать свои образы в общественное сознание, причём, методики продвижения заимствуются из маркетинга, где их называют позиционированием.

Позиционирование территорий – это процесс изменения их позиции в сознании населения, через формирование устойчивых географических стереотипов «территория – образ». Примеров таких стереотипов множество: Египет – пирамиды, Москва – Кремль, Сибирь – Байкал, Китай – Великая китайская стена. Причём, как можно заметить, стереотипы создаются как для городов, так и целых стран. Конечно, существует у каждой территории иерархия образов, такую иерархию каждая страна формирует и постоянно пересматривает с помощью различных национальных конкурсов.

Позиционирование географических образов отличается от позиционирования товара. При позиционировании товара преследуется цель – экономический эффект, через рекламу формируется спрос, а после он удовлетворяется. В позиционировании российских географических образов во внутри-российском пространстве экономический эффект неразделим с социальным эффектом. Кроме собственно привлечения туристов и извлечения выгоды из образов-символов, преследуется воспитательная цель – формирование чувства патриотизма как социально-территориальных общностей, так и входящих в их состав социальных групп. Причём социальный эффект может выходить на первое место.

Проблемами позиционирования занимаются многие современные общественные науки: экономика, социология и психология. Общественная география, как мировоззренческая наука, традиционно разрабатывает эту проблематику. Вопросы позиционирования связаны с проблемами отражения объективной географической реальности в виде отдельных географических образов, в конечном итоге формирующих у человека единую географическую картину мира. В советский период развития географической науки существовавший идеологический пресс заставлял географов высказываться в едином теоретико-методологическом ключе, определяя мо-

нополию на формирование географических образов. Вопросы позиционирования разрабатывались в рамках страноведения через оценку типов географического положения: экономико-географического, политико-географического, эколого-географического. Концептуальные основы учения об экономико-географическом положении (ЭГП) и в настоящее время активно используются в процессе позиционирования в качестве инструментария.

Понятие «позиционирование» не подменяет собой традиционного для географии понятия «экономико-географическое положение». А. Г. Дружинин сделал попытку провести теоретико-методологическое их разделение. По его мнению, позиционирование – это адаптивный процесс приспособления к внешней и внутренней среде функционирования территориальной социально-экономической системы и одновременно изменения (по возможности) этой среды [7, с. 26]. Таким образом, позиционирование рассматривается как активный процесс реализации определённой геостратегии. По нашему мнению, позиционирование можно рассматривать более широко: не только как «активную сторону отношений конкретной территориальной социально-экономической системы (ТСЭС) ко всем остальным феноменам территориальной организации общества» [Там же], но и как элемент географической экспертизы, как приём оценки ЭГП. ЭГП – явление, а позиционирование – это процесс его отражения. Отражение может иметь различные цели и разную степень объективности. Адекватного отражения пытаются добиться при разработке программ регионального развития, а для маркетинговой политики нужна географическая мифология с целью формирования спроса (например, на туристский ресурс), то есть как элемент рекламы, который не всегда адекватно отражает значение территории и часто умышленно преувеличивает положительные элементы, подчёркивает конкурентные преимущества территории. В индустрии туризма – это оценка и изменение туристско-географического положения региона, то есть изменение отношения к туристским объектам и маршрутам туристского паломничества, расположенным вне региона, через перерас-

пределение этих потоков внутри собственной территории или создание принципиально нового потока туристов с иными, чем в соседних регионах, ценностями, для туристов с другими интересами.

Профессор В. М. Булаев отмечает: «При оценке географического положения необходимо учитывать то, что большую роль играет присутствие территорий-соседей, гранича с которыми, регион либо усиливает свои потенциалы, либо теряет их, *выгляды (курсив автора)* «серой тенью» на фоне более развитых и благополучных территорий» [4]. В данном понимании термина «географическое положение» (в рассматриваемом случае туристско-географическое положение) в его смысловую нагрузку включается не только отношение к внешним данностям, но и внутреннее содержание объекта, а также наличие представлений об этом внутреннем содержании (информационные стереотипы в общественном сознании). Отметим ещё одну особенность определения В. М. Булаева. Речь идёт о том, как выглядит регион на фоне соседей (а не что реально представляет), то есть как позиционируется его географический образ.

Исследования трансграничной асимметрии туристских образов в информационном пространстве основано на теоретико-методологических традициях гуманитарной географии [6], изучающей пространственные представления и механизмы их формирования, её разделы: имажинальная география, мифогеография, позиционирование территории, туристское легендирование актуальны сегодня не только как направления географической науки, но и как реальные механизмы продвижения территории в туризме, обеспечивающие её включение в национальные и мировые туристские потоки. Пространственные образы, их эмоциональная окраска и привлекательность, механизмы формирования, представления и трансляции в эпоху “*experiens ecomoty*”, когда экономическую ценность приобретают субъективные впечатления, ощущения, эмоции потребителя, в развитии туризма играют определяющую роль.

Туристский образ территории формируется, прежде всего, за счёт объектов туризма, их функциональных и эмоцио-

нальных характеристик [9]. Основным источником информации о туристских дестинациях и аттрактах сегодня является интернет. С одной стороны, информационное поле глобальной сети участвует в формировании туристских образов стран и территорий, с другой – чётко отражает сложившиеся символы и бренды. Изучение абстрактных туристских образов в сети Интернет возможно с помощью метода контент-анализа. Контент-анализ через взаимосвязь текстовых и внетекстовых явлений позволяет в количественных величинах оценить образ территории. Исследование туристских образов трёх звеньев МТТР – Забайкальского края (Россия), Восточного аймака (Монголия) и Автономного района Внутренняя Монголия (Китай) – предопределяет необходимость оценки (выполнения выборки) в национальных сегментах сети Интернет трёх стран. Ключевой единицей счёта послужило количество ссылок (их абсолютное значение) с информацией о туристских объектах, выступающих индикаторами сложившегося туристского образа территории. Для анализа представлений о Забайкальском крае были отобраны природные и культурно-исторические объекты, позиционирующиеся как «чудеса Забайкалья» и представляющие край на национальном и глобальном уровне. Оценки образа Восточного аймака и Автономного района Внутренняя Монголия выполнялись на основе объектов, наиболее часто фигурирующих в программах туров по этим территориальным единицам.

Асимметричность туристских образов международного трансграничного трёхзвенного региона восточного стыка границ России, Монголии и Китая проявилась в двух направлениях: как асимметрия внешней и внутренней стратегий позиционирования и как асимметрия результатов реализации этих стратегий. Позиционирование географических образов во внутрироссийском пространстве идёт активнее, чем в трансграничном. Однако у позиционирования российских географических образов во внутрироссийском пространстве имеются свои проблемы.

Первая проблема связана со специфичностью объекта исследования. В современной России прошло уже множество различных конкурсов по выбору символов как страны

в целом, так и отдельных регионов в частности. Это процесс перманентный, а вот рефлексия, направленная на осознание и объяснение результатов, запаздывает или отсутствует вообще. Можно объяснить это внедрением сугубо маркетинговых стратегий, которые позволяют оценить только экономический эффект (увеличение потока туристов к объекту-символу во время конкурса). Рейтинг объектов-символов превращается в позиционную карту, где позиция объекта либо усиливается, продвигаясь вверх, либо ухудшается, обнаруживая падение. Перманентность кампаний, когда одни конкурсы по срокам «перекрываются» с другими, переключая внимание общественности, не даёт возможности осознать и даже запомнить результаты предыдущего. Это маркетинговый ход обновления модельного ряда товара, переключающий общественное внимание на новый проект, постоянное формирование всё нового и нового спроса. При этом покупатель не успевает почувствовать все преимущества предыдущей модели, так как ему говорят уже о новых преимуществах новой модели (а в нашем случае объекте-символе).

Вторая проблема в том, что сложно идентифицировать с научной точки зрения пограничные исследования объектов-символов: на границе маркетинга, географии и социологии, выделив предметные области каждой из этих наук.

Маркетинг отличается узостью взгляда, у каждого объекта-символа, формирующего географический образ, свои заинтересованные силы, которые его продвигают и зарабатывают на нём. Конечно, в таких условиях нет стороны, заинтересованной в комплексном исследовании. Хотя региональное управление в сфере туризма нуждается в аналитической информации проходящих конкурсов в целях комплексной оценки туристской привлекательности территории.

Географы считают, что конкурсы не открывают для них новых объектов, хотя география, как мировоззренческая наука, должна изучать не только географическую реальность, но изменение общества к ней.

Социологи не интересуются данными конкурсами, так как они не отражают общественного мнения. Социологическая ценность получаемой в ходе голосования информации

отражает больше активность отдельных социально-территориальных общностей и их групп. Для социологии имеет ценность вопрос о направленности формирования общественного мнения.

Особенностью современного этапа является конструктивное одновременное сосуществование теории и практики, кампании по голосованию имеют диалектическую сущность: с одной стороны это социологические исследования по выявлению символов территорий, а с другой – работа над общественным мнением по формированию новых символов стран и регионов, при этом идёт процесс формирования новых и трансформации старых географических стереотипов. В контексте представленного исследования позиционирование рассматривается не как экономический процесс, а как социологический, а аналитическая работа по выявлению позиций объектов-символов – как метод социологического позиционирования. Авторы разделяют объекты-символы на группы, определяя соответствие между объектом и его целевой группой, которая голосует за него. После чего объясняются причины продвижения объекта.

Современная Россия сегодня активно работает над формированием своего образа в сознании мировой общности. Это проявляется как в политическом аспекте – активность Президента и Министерства иностранных дел России в решении мировых проблем, так и в спортивном: проведение в 2013 году Универсиады в Казани и чемпионата мира по лёгкой атлетике в Москве, Олимпиады в Сочи в 2014 году и т. д. Имидж страны во многом определяется новыми географическими стереотипами: «Сочи – Олимпиада», «Казань – Универсиада».

Туристская индустрия и инвестиционная привлекательность регионов России зависят не только от реального положения дел в экономике, уровня развития туристской инфраструктуры, но и от географических стереотипов, которые культивируются в общественном сознании [15]. Популяризация

подразумевает подготовку для широких масс фильмов о природе, населении и хозяйстве регионов, выявление новых символов и формирование новых географических стереотипов.

В 2013 году в нашей стране реализован мультимедийный проект «Россия 10», который, кроме РГО, поддержали ведущие телевизионные каналы и радиостанции.

Цель проекта – поддержание устойчивого интереса к нашей стране как объекту внутреннего и международного туризма, рассказ об уникальных географических, архитектурных и исторических объектах России, формирование в регионах новой волны «геопатриотизма». Одной из важнейших функций проекта является продвижение имиджа России как уникальной страны с богатейшим культурным и природным наследием. Популяризация величайших памятников архитектуры и природы позволит подчеркнуть многогранность и самобытность России. Задача проекта – выбор десяти новых визуальных символов России, формирующих её географический образ, посредством общенародного голосования [20].

В данном проекте важен не столько результат голосования, сколько сам процесс, так как он воплощает и направляет процесс осознания обществом региональной и национальной идентичности, превращает его в кампанию.

Проект «Россия 10» состоял из двух этапов и финала. После каждого этапа набранные объектом голоса аннулировались, и набор голосов начинался им заново. Такая система позволяла проводить дифференциацию объектов на региональные, окружные и федеральные. Каждому уровню объектов соответствовали свои уровни социально-территориальных общностей. За региональные объекты голосовали в основном социально-территориальные общности краёв, областей и республик; за окружные – общности уровня федеральных округов; за объекты национального уровня голосовали люди всей страны.

В отдельных случаях региональные объекты выходили на окружной уровень и даже национальный за счёт очень высокой активности социально-территориальной общности республики или края. В этом случае ранее не известный объ-

ект занимал своё место с уже признанными национальными брендами, такими как Долина гейзеров, озеро Байкал, храм Василия Блаженного, Петергоф, Мамаев курган (памятник «Родина-мать»), Столбы выветривания, Эльбрус. Отмеченные объекты уже одержали победу в конкурсе «7 чудес России», который проводился несколько лет назад. Новый, ранее не известный объект входит в рейтинг за счёт не всегда чистых технологий голосования. Это может быть настоящая массированная атака со стороны отдельных общественных организаций. В Забайкалье с одного из конкурсов была снята кандидатура атамана Семенова – личность, чью роль в Гражданской войне ещё предстоит адекватно оценить. Именно такая гиперактивность отдельных социумов не позволяет учёным рассматривать серьёзно результаты подобных проектов.

Заметим, что в «Россия 10» список чудес расширен с семи до десяти. Выделенные, если можно так выразиться, «три дополнительные места» были вакантны не только для трёх объектов, оставшихся за форматом семи в прошлом конкурсе и занявших восьмое, девятое и десятое места соответственно, но и новых, региональные социально-территориальные общности которых за счёт гиперактивности смогли изменить рейтинг и вытеснить признанные бренды из числа лидеров. Таким образом, социально-территориальная общность республиканского уровня может влиять на общественное сознание как своей страны, так и других стран. Люди, которые обратят своё внимание на список победителей, запомнят новый объект. У некоторых социальных групп это вызовет реакцию несогласия, но это не важно. Важно, что даже они не смогут забыть этот объект, ведь он для них несёт эмоциональную окраску, пусть даже отрицательную. Региональные лидеры (губернаторы, президенты республик) ведущие активную работу по активизации своих социально-территориальных общностей, проводят тем самым большую работу по патриотическому воспитанию, инвестиционной и туристской привлекательности своего региона.

В отдельных случаях региональные социально-территориальные общности активизируются только после проведённого конкурса по выбору объектов.

В 2007 году проходил конкурс «7 чудес России», подобный по идее «России 10», но объекты Забайкальского края не попали в перечень чудес России и в 2008 году в Забайкалье провели региональный аналогичный конкурс.

Отметим ещё одну кампанию по формированию региональных символов – поиск растения, которое могло бы стать эмблемой территории.

Министерство природных ресурсов и экологии России в 2013 году объявило о начале Общероссийской национальной конкурсной программы «Аллея России», которая проводится в России в рамках Года охраны окружающей среды. В рамках конкурса «Аллея России» будет предложено выбрать растение-символ в каждом из 83 субъектов Российской Федерации на открытом общественном голосовании с последующим утверждением символа законодательными органами в составе официальной эмблемы региона [1].

Значение отмеченной кампании по выбору растений заключается как в подъёме патриотического сознания граждан, так и в повышении общественной экологической культуры, привлечении внимания к вопросам охраны окружающей среды.

Отметим несколько особенностей, характерных для подобных конкурсов по формированию географических стереотипов. Во-первых, исходя из правил голосования, когда один и тот же человек может проголосовать со всего компьютера несколько раз, можно сказать, что результаты конкурса отражают больше уровень регионального сознания и активности социально-территориальных общностей различных уровней, а не предпочтения россиян. Во-вторых, в числе объектов-лидеров присутствует множество объектов религиозного культа как природного, так и архитектурного характера. Этот факт свидетельствует о подъёме религиозного самосознания россиян. Объекты культурного и природного наследия, не вписывающиеся в сакральную географию [13], часто проигрывают объектам религиозного культа. Это связано с ростом религиозного самосознания населения.

В отношении отдельных территорий конкурсы призваны заместить одни, как правило, отрицательные стереотипы

на другие – положительные, которые создадут в совокупности положительный имидж территории. Например, Северный Кавказ, испытавший в конце прошлого века активное внедрение извне международного терроризма, в настоящее время активно работает над своим имиджем. Активность регионов Северного Кавказа гораздо выше, чем регионов Урала, Сибири и Дальнего Востока.

В современной науке и политической сфере активно внедряется в общественное сознание термин «Байкальский регион», что связано с привлечением международного внимания к проблеме охраны уникального озера планеты, которое вошло в десятку победителей «России 10». В этот регион включаются три субъекта Российской Федерации: Иркутская область, Республика Бурятия и Забайкальский край. Отметим, что последний субъект не имеет своего участка побережья озера, однако входит в площадь водосборного бассейна озера. Кроме того, это субъект моложе своих соседей и образовался в 2008 году за счёт объединения Читинской области и Агинского Бурятского автономного округа. В названии нового субъекта закрепили его принадлежность к Байкалу [18]. Ещё один исторически сложившийся стереотип, который закрепляет принадлежность его Байкалу, – это позиционирование Читы как столицы Забайкалья.

Забайкальское отделение Русского географического общества (РГО) провело большую работу по популяризации географических объектов как находящихся в крае, так и озера Байкал, подчёркивая отношение края к Байкальской экологической и культурно-исторической территориальной общности.

В политическом плане закрепление географического стереотипа Байкальского региона в общественном сознании имеет в условиях укрупнения субъектов РФ понятную перспективу. Кроме того, понятна и необходимая сегодня направленность социальной политики. Б. Л. Раднаев и А. С. Михеева [10] выразили её как необходимость увязки экологического благополучия озера Байкал с социальным благополучием каждого жителя Байкальского региона. Вхождение Байкала в десятку

самых знаменитых объектов России укрепит в общественном сознании географический стереотип «Байкал – Байкальский регион».

Проанализируем результаты первого этапа конкурса «Россия 10» в Байкальском регионе.

Среди объектов Республики Бурятия и Иркутской области первое место занял Байкал, он набрал 161 773 голоса, вышел во второй тур конкурса и в финал от Сибирского федерального округа.

Второе место среди объектов Бурятии – Байкало-Амурская магистраль (7361); третье – Тункинская долина (3946); четвёртое – Иволгинский дацан (3138); пятое – памятник В. И. Ленину в Улан-Удэ (1210); шестое – Баргузинский заповедник (1059); седьмое – гора Бархан-Уула (824); восьмое – Сувинский замок (688); девятое – Соболиные озёра (536); десятое – гора Удэр Баарай (506).

Второе место среди объектов Иркутской области принадлежит Байкало-Амурской магистрали (7361); третье – Кругобайкальской железной дороге (5863); четвёртое – Источнику Талая (4994); пятое – Мысу Барханка (скала Шаманка) (1214); шестое – ледникам Кадара (1061); седьмое поделили Ледокол «Ангара» и этнографический музей «Тальцы» (1008); восьмое – узкому участку русла реки Лены, названному «Ленские щёки» (748); девятое – Ангарскому мосту (685); десятое – Патомскому кратеру (280).

Первый этап конкурса «Россия 10» показал, что объекты Забайкальского края получили следующие результаты: Бутинский дворец – 26 772 голоса; Даурский биосферный заповедник – 12 433; Великий исток – 9677; Байкало-Амурская магистраль – 7361; Чарские пески – 7080; Национальный парк «Алханай» – 3360; церковь Успения Божьей Матери в селе Калинино – 2703; озеро Арей – 1728; Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери – 1299; ледники Кадара – 1061; Агинский дацан – 1026; Шумовский дворец – 746.

В рамках конкурса «7 чудес Забайкалья» жители Забайкальского края определили самые достойные объекты природного и культурного наследия. Наибольшее количество голосов (3404) набрала церковь Успения Божьей Матери в селе Кали-

нино, за ней следует Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери в Чите (2474 голоса). Затем голоса распределились следующим образом: Даурский государственный заповедник – 2473, Алханай – 2459, Чарские пески – 2449, Бутинский дворец – 2445, озеро Арей – 2399 голосов [5].

Сравнивая результаты двух кампаний, выявим особенности трансформации географических стереотипов Забайкальского края в общественном сознании. Во-первых, все семь объектов снова попали в рейтинг, что свидетельствует об устойчивости географических стереотипов. Первое место снова заняли объекты Нерчинского района. Церковь Успения Божьей Матери в селе Калинино, расположенная в 8 километрах от Нерчинска, потеряла 20 % голосов и передвинулась с первого на седьмое место. Это самый старый каменный православный храм на территории от Байкала до Тихого океана. Во время проведения конкурса шла активная кампания по сбору средств на его реставрацию. К настоящему времени общественный интерес снизился, а точнее, переключился на Бутинский дворец [14].

Во-вторых, в рейтинге объектов произошли изменения позиций объектов. Бутинский дворец вышел на первое место, набрав в десять раз больше голосов, чем в первом конкурсе, что объясняется прошедшим летом 2013 года праздником 360 города Нерчинска, где и расположен дворец, имеющий ценные историко-культурные объекты, в том числе и знаменитые венецианские зеркала большого размера, привезённые из Европы золотопромышленником Михаилом Дмитриевичем Бутиным. Именно дворец является символом города. С помощью юбилея город попытался привлечь внимание общественности и властей к проблеме полной реставрации дворца, в котором в настоящее время расположен краеведческий музей, и воссозданию дворцового комплекса. Нерчинск пытается закрепить в общественном сознании бренд «Забайкальский Версаль». Была проведена большая работа по подготовке к юбилею, выпущена масса печатной продукции краеведческого плана. В праздновании приняли участие люди из различных

регионов России. Указанное событие повлияло на географический образ Забайкалья в общественном сознании, укрепив позиции в нём Нерчинска.

В-третьих, нельзя не заметить новые объекты, появившиеся в рейтинге и даже вошедшие в первую пятёрку. Например, «Гора Палласа» – гора на Мировом водоразделе, со склонов которой вода стекает в два океана и в бессточный бассейн Внутренней Азии. Внезапное внимание к этому географическому объекту обусловлено борьбой общественных организаций за статус объекта и его название. Противостоящие общественные институты вели борьбу между собой, предлагая различные названия для горы: Великий исток, Великий Водораздел, Водораздельная гора, Гора С. Палласа, наивысшая точка Транссиба. Однако 10 сентября 2012 года было подписано постановление Правительства РФ № 903 о присвоении вершине с абсолютной высотой 1236, и координатами 52°07,3' северной широты, 113°01,7' восточной долготы, расположенной на территории Забайкальского края, наименования «Гора Палласа».

Проведённые авторами исследования по трансграничному позиционированию известных объектов культурного и природного наследия, имеющих туристско-рекреационное значение [2] показали, что географические стереотипы в общественном сознании социально-территориальных сообществ сопредельных стран (Китая и Монголии) либо полностью отсутствуют, либо имеют архаичный характер.

Кроме того, культурные события международного масштаба, регулярно проходящие в Забайкальском крае, не работают на формирование его географического имиджа, так как очень плохо освещаются в средствах массовой информации федерального уровня. Например, ежегодный Международный Забайкальский кинофестиваль и Международный фестиваль искусств «Цветущий багульник». Необходимо менять отношение к этим событиям, превращая их из явления культурно-гуманитарной помощи местному населению в явление событийного туризма, привлекающего туристов со всего Байкальского региона и сопредельных приграничных территорий.

Если внести в поисковую систему словосочетание «в Забайкалье», то наиболее часто запрашиваемые сочетания, которые предложит система, несут отрицательную информацию. Федеральные телеканалы, отбирая региональные новости, освещают только отрицательные события, шокирующие общественность, которая в поисковых системах интернета после делает соответствующие запросы. Так отрицательный географический стереотип в общественном сознании воспроизводит сам себя.

Есть ещё одна особенность федеральных каналов. При выпусках прогноза погоды они освещают только крупные города, оставляя огромные пространства от Хабаровска до Иркутска в сознании россиян незаселёнными.

Положительным примером формирования единого трансграничного региона в информационном пространстве является новостной проект «Середина Земли», в рамках которого жители Забайкальского края, Иркутской области, Республики Бурятии, а также жители Китая и Монголии обмениваются информационными ресурсами, имеющими разноплановый характер [17].

Таким образом, имеет место диалектический процесс формирования географических стереотипов регионов в общественном сознании: с одной стороны усилия по популяризации ключевых объектов в рамках конкурсов и созданию положительных информационных стереотипов, а с другой – избирательность центральных информационных каналов в освещении отрицательных событий и разрушение этих стереотипов.

В настоящее время регионы «пробиваются» в новостные ленты федеральных каналов, заказывая сюжеты о себе на правах рекламы. Забайкальский край принимает в этом направлении недостаточные усилия по продвижению ключевых географических символов, образующих его географический стереотип в общественном сознании.

Можно констатировать факт, что благодаря масштабным внутрироссийским и региональным конкурсам по выявлению рейтингов популярности географических объектов, в России определились с их иерархией, разделив их по значению на глобальные (международные), региональные и локальные.

Следующим этапом должна стать работа по продвижению наиболее значимых объектов уже не на внутрироссийском, а международном, в то числе и трансграничном, уровнях. Речь идёт о инвестициях в географические образы.

В пространстве рассматриваемого трехзвённого трансграничного региона Забайкальский край представлен лишь несколькими объектами: национальный парк «Алханай», Агинский дацан, хребет Кодар – в китайскоязычном сегменте сети Интернет и Даурский заповедник, национальный парк «Алханай» и Агинский дацан – в монгольскоязычном. Забайкальский край воспринимается соседними государствами как часть буддийского мира, охватывающего значительные территории азиатского региона. Положение Даурского биосферного заповедника объясняется его собственно трансграничным положением и прочными международными связями.

В приграничье активно формируется сеть особо охраняемых территорий, которые приобретают биосферный и международный статус, что выражает экологическую внешнеконтактность территории [16; 19].

Наиболее успешно трансграничный обмен опытом реализуется на трансграничных особо охраняемых территориях. Это объясняется единством природных геосистем и единством интересов по их сохранению. Поэтому государства в формате этих территорий охотно делятся методиками и техническими средствами по наблюдению за природой и методами её сохранения [11].

К сожалению, природоохранный статус объекта ограничивает его использование в туристских целях: в данном случае речь может идти лишь о научном и экологическом туризме. Хребет Кодар с прилегающими территориями известен не только как природный объект. Он воспринимается и как значимый объект экстремального туризма, и как район со значительными запасами полезных ископаемых. Сравнивая полученные данные с материалами проведённых ранее исследований по оценке особенностей позиционирования региона на разных уровнях [8], можно отметить явную асимметрию представлений о Забайкальском крае по разные стороны границы.

Так, забайкальцы позиционируют свою территорию как регион православной культуры, о чём свидетельствует высокий рейтинг таких объектов, как церковь Успения Божьей Матери в селе Калинино Нерчинского района, Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери в Чите: это и объективное отражение архитектурной ценности этих объектов, и, что более вероятно, попытка закрепить территорию края за православной религией, за христианской Россией. Далее в рейтинге выделяются объекты, которые характеризуют край как регион с уникальной природой – Даурский государственный заповедник, Чарские пески, озеро Арей. В проведённом исследовании природная составляющая образа края также выделена, однако сложно говорить о том, что соседи знают, насколько разнообразна и уникальна природа региона.

Туристский образ Восточного аймака по разные стороны границы различен (см. табл. 6). Национальный фестиваль «Наадам» объективно занимает в рейтинге первое место как зрелищный национальный праздник. Важно уточнить, что наиболее масштабно он организуется в столице страны и именно туда привлекает наибольшее число туристов.

Таблица 6

**Рейтинг объектов туризма Восточного аймака (Монголия)
и Автономного района Внутренняя Монголия (Китай)
в сети Интернет**

<i>Рейтинг объекта</i>		<i>№ объекта</i>	<i>Рейтинг объекта</i>	
<i>Монголия</i>	<i>Россия</i>		<i>Россия</i>	<i>Китай</i>
Фестиваль «Надом»	хр. Большой Хинган	1	Маньчжурия	Маньчжурия
р. Халхин-Гол	Фестиваль «Надом»	2	оз. Далайнор/ хр. Большой Хинган	храм Уданчжао
хр. Большой Хинган	р. Керулен/ Вал Чингисхана	3	Мавзолей Чингисхана	Волость Шивэй
оз. Далайнор	оз. Далайнор	4	Волость Шивэй	хр. Большой Хинган

оз. Буйр-нур	оз. Буйр-нур	5	Храм Дачжао	Парк Наньхай, г. Баотоу
р. Керулен	р. Халхин-Гол	6	Цзиньский вал	Музей культу- ры гуннов, г. Хух-хото
Вал Чингисхана	Музей Г. К. Жукова в г. Чойбал- сан	7	Могила Ван Чжаоцзюнь	Могила Ван Чжаоцзюнь
Музей Г. К. Жу- кова в г. Чой- балсан		8	Парк Нань- хай, г. Баотоу	Храм Утасы

Значительное место в рейтинге двух стран занимают природные объекты туризма, однако в российском сегменте рейтинг природных объектов выше. Фигурирует в рейтинге р. Халхин-Гол и Музей Г. К. Жукова в г. Чойбалсан. При этом, если собственно Музей Г. К. Жукова представлен на последнем месте, то р. Халхин-Гол в монгольском сегменте занимает вторую строчку рейтинга.

Определённая асимметрия прослеживается и в позиционировании Автономного района Внутренняя Монголия. Безусловно, роль Маньчжурии в развитии туризма не только в регионе в качестве объекта шоп-туров, но и в стране как пропускного пункта для российских туристов определяет первое место города в рейтинге объектов. Второе место со стороны России занимают природные объекты – хребет Большой Хинган и оз. Далайнор, в то время как в Китае большое значение имеют объекты культурно-исторические. Они отражают именно историческую и культурную специфику региона, а объекты природного характера, скорее, отмечают черты сходства природных условий трёх административных единиц.

Рассматриваемый международный трёхзвенный трансграничный регион располагается на границе влияния некоторых туристских брендов мирового значения. На территории Монголии активно позиционируется мировой бренд родины Чингисхана, поддерживаемый многочисленными новыми туристскими объектами (тематический парк «Монголия. Три-

надцатый век», комплекс «Статуя Чингисхана», отель «Чингисхан» и т. д.). В России за пределами Забайкальского края, но в непосредственной близости от него, располагается оз. Байкал, которое по праву может претендовать на звание мирового бренда. На востоке значительное влияние имеет побережье Жёлтого моря в Китае: для российских туристов – альтернатива таких известных мировых брендов пляжного отдыха, как Коста-Брава или Лазурное побережье. В результате МТТР восточного стыка границ России, Монголии и Китая оказывается в своеобразной «мёртвой зоне», без собственных туристских брендов мирового значения, только продуцирующий туристские потоки и не реализующий экономические выгоды туристско-рекреационного потенциала.

Возможное решение проблемы лежит в формировании новых пространственных туристско-рекреационных структур, связывающих мировые бренды с трансграничным регионом. В качестве таких структур могут выступать туристские маршруты с использованием мировых брендов соседних территорий, образ которых дополняется объектами на территории Забайкальского края, Восточного аймака Внутренней Монголии. Так, оз. Байкал и Забайкалье как «земля за Байкалом» – сформированный образ в сознании не только россиян, но и многих иностранцев, и Байкал может выступать отправной точкой туристских маршрутов по Забайкалью, а в качестве дополнения к нему уникальные природные объекты Забайкальского края – Чикойская тайга, гора Палласа, оз. Арей и др. В этом случае можно избежать конкуренции с соседями и переориентировать часть их туристских потоков. Однако в большей степени реализации выгоды трансграничного положения и развитию туризма МТТР способствует создание трансграничных туристских маршрутов. Поскольку туристский образ субъектов МТТР определяется фактически каждым объектом, представляющим туристский интерес, на первый план выходят категории симметрии и асимметрии туристских образов и брендов, отражающие уникальность и специфику каждого звена МТТР, их место и роль в национальном туристском пространстве

и определяющие формирование целостного туристского образа региона и разработку трансграничных туристских маршрутов.

В условиях трансграничья Забайкальский край не имеет чёткого позиционирования как туристский регион. Полученные данные показывают, что развитие международного въездного туризма в регионе целесообразно строить, основываясь на объектах, представляющих Забайкальский край частью буддийской Азии (Национальный парк «Алханай», Агинский дацан и др.), связывающих регион с именем Чингисхана (Вал Чингисхана, Чаша Чингисхана и др.), отражающих уникальные природные особенности территории (хребет Кодар, Даурский заповедник, Чарские пески и др.). Нельзя сказать, что существующие образы уже сформированы, но они имеют информационную привязку к реальным объектам и известны за пределами России. Эти объекты легко могут быть включены в кольцевые трансграничные туристские маршруты, поскольку религиозные, природные и исторические объекты этого плана есть и на территории сопредельных государств. Такая организация маршрутов позволит сформировать оптимальные направления туристских, а значит, и финансовых потоков.

Образ Забайкальского края как православного региона в настоящее время асимметричен, он не является трансграничным и может использоваться только в формировании межконфессиональных трансграничных маршрутов, как отражение стыка не только государственных, но и религиозных границ в целостном образе МТТР.

Обращает на себя внимание асимметрия в восприятии событий на р. Халхин-Гол и объектов, связанных с именем Г. К. Жукова, относительно российско-монгольской границы. На наш взгляд, это свидетельство того, что в Монголии Г. К. Жуков наиболее почитается за его роль в боях на Халхин-Голе, в то время как в России более важен его вклад в победу на западных фронтах Великой Отечественной войны. При должном позиционировании эти объекты могут служить основой образов, интересных не только жителям Забайкальского края, но и других регионов России, поскольку события,

связанные с Великой Отечественной войной, для россиян имеют не только историческое, но и духовное, нравственное, патриотическое значение.

Заметен высокий рейтинг природных объектов в формировании туристского образа приграничных территорий: для Забайкальского края – Даурский государственный заповедник, Национальный парк «Алханай», хр. Кодар, оз. Арей; для Китая – оз. Далайнор, хр. Большой Хинган и др.; оз. Буйр-Нур, р. Керулен. В целом это объясняется высокой ценностью территорий с нетронутой природной средой, удалённых от районов высокой антропогенной нагрузки, благоприятных для развития экологического и экстремального туризма. Несмотря на низкий уровень развития этих видов туризма, выявленный образ чётко соответствует структуре трёхзвенной трансграничной территории, центральное место которой занимают особоохраняемые природные территории [12]. Подобное тождество образа территории и географической реальности – оптимальный и наиболее перспективный вариант реализации туристско-рекреационного потенциала территории не только в условиях трансграничья, но и на мировом уровне.

Как положительный опыт формирования трансграничного информационного пространства выделим проект «Середина Земли», в рамках которого жители российских регионов (Забайкальского края, Бурятии и Иркутской области) и Монголии обмениваются информационными картинками, имеющими разноплановый характер.

Резюмируя результаты исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Стратегии позиционирования российских географических образов на внутрироссийском уровне благодаря различным конкурсам идут очень успешно. Однако, как результат, сложилась асимметричная структура между популярностью российских географических образов внутри страны и за её пределами. Выявленная иерархия популярности российских географических объектов должна получить реализацию на международном, в том числе трансграничном уровнях в виде

продвижения самых популярных российских географических образов и инвестирования в них. Трансграничная асимметричность географических образов будет преодолена.

2. Туристский образ Забайкальского края, Восточного аймака и Автономного района Внутренняя Монголия в границах МТТР формируется за счёт природных и культурно-исторических объектов и отличается противоречивым единством симметрии и асимметрии относительно государственных границ России, Монголии и Китая.

3. Симметрия и асимметрия туристских образов по разные стороны границ в рамках исследований МТТР отражает реальную пространственную организацию природных и транспортно-расселенческих структур, а в сфере туристско-рекреационного освоения территории может рассматриваться как своеобразный ресурс создания туристских маршрутов линейной и кольцевой конфигурации.

4. Асимметрия туристских образов связана с религиозной принадлежностью территории к двум мировым религиям и связанными с ней этническими и культурными особенностями стран, симметричность же отражает собственно специфику МТТР и выражается в уникальности природных характеристик территории.

5. Забайкальский край, Восточный аймак и Автономный район Внутренняя Монголия не имеют собственных туристских брендов мирового значения, но в силу географического положения могут использовать туристские бренды соседних территорий, в том числе и мирового значения.

6. Оптимальная реализация туристско-рекреационного потенциала МТТР с обоюдной выгодой для трёх звеньев трансграничного взаимодействия возможна только с учётом сложившихся туристских образов территории, которые могут стать информационной основой целостного туристского образа трансграничного региона.

Список литературы

1. «Аллея России» Минприроды России объявляет о начале Общероссийской национальной конкурсной программы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mnr.gov.ru/news/detail.php?ID=130955> (дата обращения: 25.09.2018).

2. Балдандоржиев Ж. Б, Горлова И. А, Новиков А. Н. Культурно-географические особенности трансграничного позиционирования города (на примере г. Нерчинска Забайкальского края) // Гуманитарный вектор. 2013. № 34.

3. Блащенкова В. С. Семь типовых ошибок позиционирования территории (города, района, области, края, республики) // Городское управление. 2010. № 3. С. 23–27.

4. Булаев В. М. Этнонациональные особенности формирования населения Восточного Забайкалья. (Социально-географическая интерпретация). Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 1998. 171 с.

5. В Забайкалье выбрали семь чудес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chudo.zabmedia.ru> (дата обращения: 25.09.2018).

6. Гладкий Ю. Н. Гуманитарная география: понятийный статус и институционализация // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. 2014. № 2. С. 158–164.

7. Дружинин А. Г. Глобальное позиционирование Юга России: факторы, особенности, стратегии. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2009. 288 с.

8. Козырева К. С. Уровневый подход к позиционированию территории (на примере Забайкальского края) // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета. Сер. Естественные науки. 2011. № 3. С. 90–94.

9. Козырева К. С., Новиков А. Н. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во Внутренней Азии // Перспективы науки. 2011. № 8. С. 10–15.

10. Михеева А. С., Раднаев Б. Л. Географическая концепция социально-экономического развития Байкальского трансграничья // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2012. № 1.

11. Новиков А. Н. Гуманитарно-географические формы проявления трансграничной дополнительнойности // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. 2014. № 2. С. 165–171.

12. Новиков А. Н. Философско-географическая идеализация трансграничной организации природы, населения и хозяйства восточного стыка границ России, Монголии и Китая // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. 2015. № 2. С. 81–88.

13. Новиков А. Н., Горина К. В. Политико-географическое значение русской православной церкви в укреплении приграничных территорий России (на примере Забайкальского края) // Перспективы науки. 2010. № 8. С. 12–17.

14. Новиков А. Н., Горлова И. А. История изменения экономико-географического положения забайкальского города Нерчинска в дореволюционный период: проблема утраты столичного статуса [Электронный ресурс] // Наукосведение. 2014. № 2. Режим доступа: <http://www.naukovedenie.ru/PDF/47EVN214.pdf> (дата обращения: 22.07.2018).

15. Новиков А. Н., Козырева К. С. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во Внутренней Азии // Перспективы науки. 2011. № 23. С. 10–15.

16. Новиков, А. Н., Новикова М. С. Региональные особенности приграничного положения юго-восточного Забайкалья // Учёные записки Казанского государственного университета. Сер. Науки о Земле. 2008. Т. 150, кн. 3. С. 229–241.

17. Новиков А. Н., Новикова М. С. Приграничная асимметрия как фактор освоения Юго-востока Забайкальского края // Позиционирование территорий Байкальского региона в условиях трансграничья. Новосибирск: Наука, 2012. С. 76–109.

18. Новиков А. Н., Новикова М. С., Булаев В. М. Теоретико-методологические противоречия развития учения об экономико-географическом положении территории // География в школе. 2010. № 3. С. 30–33.

19. Новикова М. С. Экономико-географические особенности освоения юго-восточных районов Забайкальского края. Новосибирск: Гео, 2014. 161 с.

20. «Россия 10». Мультимедийный проект-конкурс [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.10russia.ru/about> (дата обращения: 25.09.2018).

21. Baklanov P.Ya., Novikov A. N., Ptitsyn A. B. Structural and Geographical Analysis of Cross Border Three Member Areas // *Doklady Earth Sciences*. 2016. Vol. 468, part 1. P. 493–495.

22. Jacob L., Suchet A. Territorial thinking and the legal framework in cross-border cooperation: the recent situation and fieldwork results in the western Alps // *European Journal of Geography*. 2013. Vol. 4, No. 4 P. 20–32.

23. Jurczek P. Cross-border cooperation in the German-Czech-Polish border region at the turn of the century // *Journal of Borderlands Studies*. 2002. Vol. 17, is. 2. P. 97–104.

24. Knippschild R. Cross-Border Spatial Planning: Understanding, Designing and Managing Cooperation Processes in the German–Polish–Czech Borderland // *European Planning Studies*. 2011. Vol. 19, is. 4. P. 629–645.

25. Leibenath M. Europeanisation of Cross-border Governance? A Case Study on the Cause, Form and Consequences of a Co-operation Project in the German–Polish–Czech Border Triangle // *Space and Polity*. 2007. Vol. 11, is. 2. P. 151–167.

26. Scott J. W. , Collins K. Inducing transboundary regionalism in asymmetric situations: The case of the German-Polish Border // *Journal of Borderlands Studies*. 1997. Vol. 12, is. 1–2. P. 97–121.

Глава 3. Анализ спроса туристского рынка Забайкальского края

В марте 2008 года в результате объединения Читинской области и Агинского Бурятского Автономного округа образован новый субъект Российской Федерации – Забайкальский край. Имеет общие административные границы с Республикой Бурятия (1700 км), Иркутской областью (520 км), Республикой Саха (Якутия) (200 км), Амурской областью (700 км). На юге и юго-востоке протекает государственная граница с Монголией (863 км) и Китаем (1095 км). Общая длина границ края – 4770 км. Входит в Дальневосточный федеральный округ. Территория Забайкальского края составляет 431 892 км², или 2,5 % от территории Российской Федерации (12-е место). Численность населения края, по данным Росстата, составляет 1 072 579 чел. (2018). Плотность населения – 2,48 чел./км² (2018). Городское население – 68,44 % (2017). Основная часть населения проживает в южных и центральных районах края, северные районы заселены слабо. Всё население и доля городских жителей по данным всесоюзных и всероссийских переписей, численность населения и распределение по возрастным группам Забайкальского края в 2011–2017 годах представлены в табл. 7, 8.

С 1990 года в Забайкальском крае наметились тенденции замедления темпов роста населения. Одна из главных причин – миграция. Миграция населения представлена в табл. 9, 10 и на рис. 4.

Но данные Забайкалкрайстата говорят о следующем: начиная с 2011 года при уменьшении численности населения естественный прирост до 2014 года устойчиво увеличивался и, несмотря на большой отток населения из края, преобладающим остаётся всё же трудоспособное население, то есть экономически активное [17].

Таблица 7

**Численность населения Забайкальского края в 2011–2017 гг.
(на начало года, тыс. чел.)**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всё население	1106,2	1099,4	1095,2	1090,3	1087,5	1083,0	1079,0
В том числе:							
городское	730,0	729,8	731,6	731,7	732,6	733,4	734,0
сельское	376,2	369,6	363,6	358,6	354,9	349,6	345,0
В общей численности населения, процентов							
городское	66,0	66,4	66,8	67,1	67,4	67,7	68,0
сельское	34,0	33,6	33,2	32,9	32,6	32,3	32,0

Таблица 8

**Распределение населения Забайкальского края
по возрастным группам в 2011–2017 гг. (на начало года, тыс. чел.)**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всё население	1106,2	1099,4	1095,2	1090,3	1087,5	1083,0	1079,0
В том числе в возрасте, лет:							
0–4	81,1	83,1	84,8	84,9	85,1	84,9	83,5
5–9	69,9	71,0	72,5	74,5	76,4	78,3	80,2
10–14	63,9	63,5	64,7	65,0	66,7	67,6	68,7
15–19	77,7	69,9	68,9	67,2	65,0	63,4	62,9
20–24	107,0	103,2	93,2	85,7	79,9	74,2	70,1
25–29	99,5	100,4	99,8	98,5	97,0	94,7	90,3
30–34	90,7	90,5	91,8	92,9	93,2	93,0	93,8
35–39	78,0	80,2	81,5	82,6	83,7	84,7	84,8
40–44	62,8	63,7	66,2	68,6	70,9	72,6	75,0
45–49	71,4	66,3	62,3	59,1	57,9	58,4	59,4
50–54	81,9	81,2	78,8	75,3	70,8	65,9	61,2
55–59	73,7	74,3	74,7	75,6	74,6	74,2	73,7
60–64	51,1	54,6	57,8	60,7	62,7	64,1	65,0
65–69	21,0	21,3	24,4	29,6	36,8	42,7	45,7
70 и более	76,5	76,2	73,8	70,1	66,8	64,3	64,7

Из общей численности – население в возрасте:							
Моложе трудоспособного	228,8	230,4	234,0	237,5	240,4	243,3	244,9
трудоспособном	687,6	675,3	663,2	650,2	639,2	627,3	617,6
Старше трудоспособного	189,8	193,7	198,0	202,6	207,9	212,4	216,5

Основным вектором внутрироссийской межрегиональной миграции остаётся движение с Востока в Центр. Наиболее привлекательными регионами для жителей Забайкальского края в 2017 году являлись: Республика Бурятия, Иркутская область, Краснодарский край, город Москва и Московская область, город Санкт-Петербург и Ленинградская область, Новосибирская область, Красноярский край. Кроме того, имеется отток населения и в регионы Дальневосточного федерального округа (Хабаровский край, Приморский край, Амурскую область и др.).

Таблица 9

Миграция населения Забайкальского края в 2000–2010 гг. (чел.)

	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Число прибывших	26 726	24 534	22 626	21 253	19 037	18 078	18 826	18 721	19 640	20 179	19 298
Число выбывших	33 031	30 655	29 159	26 251	23 511	21 367	23 140	22 360	23 261	22 729	24 180
Миграционный прирост, убыль (-)	-6305	-6121	-6533	-4998	-4474	-3289	-4314	-3639	-3621	-2617	-4882

Таблица 10

Миграция населения Забайкальского края в 2011–2017 гг. (чел.)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число прибывших	25 451	27 770	27 069	29 336	30 093	28 069	27 886
Число выбывших	34 731	35 376	35 623	36 078	37 300	34 523	35 860
Миграционный прирост, убыль (-)	-9280	-7606	-8554	-6742	-7207	-6454	-7974



Рис. 4. Миграция населения

В настоящее время численность населения составляет 1079 тысяч человек. Национальный состав региона: русские – 90 %, буряты – 6,8 %, украинцы – 0,6 %, татары – 0,5 %, армяне – 0,3 %, азербайджанцы – 0,3 %, белорусы – 0,2 %, киргизы – 0,2 % [17]. Национальный состав Забайкальского края представлен на рис. 5.

Из 1 миллиона 79 тысяч человек Забайкальского края мужчины составляют 517 тысяч (47,9 %), женщины – 562 тысячи (52,1 %), что говорит о значительном преобладании в регионе женского состава над мужским [17].

На сегодняшний день развитие туристской отрасли в экономике региона является одной из важнейших стратегических целей субъектов РФ. Современное управление туристской сферой в рамках эффективного развития региона требует актуализации её рассмотрения как объекта развития целостной экономической системы, которая определяется возможностью перспективного развития среди многих отраслей.

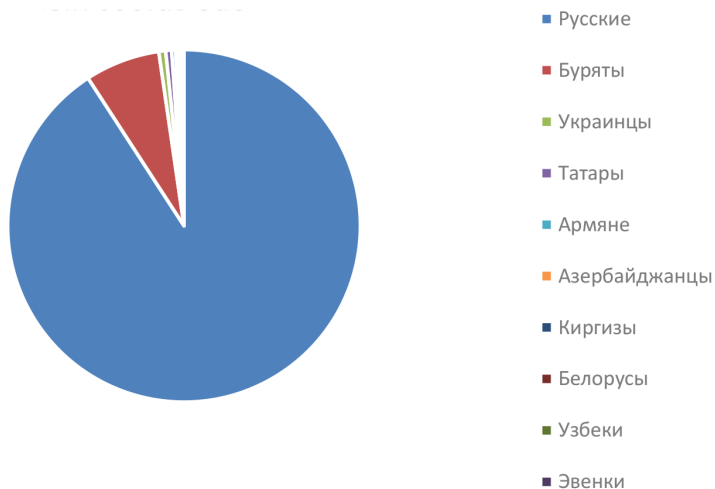


Рис. 5. Национальный состав Забайкальского края

На территории г. Читы Забайкальского края насчитывается свыше 50 различных турфирм, как совсем маленьких, так и тех, что успели сделать себе громкое и известное имя в городе. К сожалению, больше половины из них занимается лишь выездным туризмом, а именно жители Забайкальского края осуществляют круглогодично поездки в КНР. В большей степени это объясняется близостью г. Краснокаменска к г. Маньчжурия, куда осуществляются чаще всего шоп-туры и также относительно низкой стоимостью в курортные зоны, такие как Бэйдайхэ и Далянь. В зимний сезон большая часть забайкальских туристов едет на новогодние праздники. Февраль является самым «мёртвым» месяцем в связи с тем, что в КНР отмечают Чуньцзе – праздник Весны (традиционный Новый год по китайскому лунному календарю). И лишь совсем небольшой процент приходится на те турфирмы, которые организуют туры и экскурсии по родному краю. В их число входят такие организации, как «Надежда», «Сам себе путешественник», «Гид», «Вокруг света», «Центр туризма и экскурсий», «Забайкалье», «Читинское городское бюро путешествий и экскурсий». Туристские агентства г. Читы предлагают ознакомиться

не только с историей и памятниками города, но также с различными достопримечательностями края.

При анализе туристского рынка Забайкальского края выявлены следующие проблемы:

- турфирмы Забайкальского края ориентированы на выездной туризм;

- местные турфирмы не разделяют туристский рынок, то есть не выбирают определённый сегмент;

- неэффективное обслуживание потенциальных клиентов так как не учитывают индивидуальные предпочтения различных категорий потребителей;

- реклама направлена на всех потребителей, то есть не охватывает определённый сегмент, который турфирма может качественно обслужить.

Все эти проблемы негативно сказываются на ресурсах туристской фирмы. Необходимо помнить, что ресурсы туристской компании не безграничны и турфирма должна понимать, что она не может учесть все предпочтения туристов и угодить всем. Для того чтобы работа была эффективна, турфирмам Забайкальского края необходимо выбирать определённый сегмент туристского рынка и направлять на него все усилия. Учитывать потребности потенциальных клиентов, воздействовать рекламой на выбранный сегмент, только так возможно осуществить главный принцип маркетинга – ориентация на потребителя.

Студентами Забайкальского государственного университета был проведен опрос жителей г. Читы и Забайкальского края. Целью данного опроса было выявление предпочтений клиентов о качестве или ассортименте предоставляемых услуг. Первый, второй, четвёртый, пятый, шестой, четырнадцатый и пятнадцатый вопросы носят демографический характер, определяется соотношение мужского и женского пола, возраст респондентов, род их деятельности, семейное положение, уровень дохода семьи, максимальная сумма, которую готовы потратить опрашиваемые за недельный тур, а также максимальная сумма на личные расходы во время путешествия.

Из опрошенных 220 человек 147 (67 %) составляют женщины и 73 человека (33 %) – мужчины. Отсюда можно сделать

следующие выводы, что наиболее активное участие в опросе принимали женщины, так как женщины более требовательны и любознательны, чем мужчины, легче идут на контакт и располагают временем для участия в опросе. Половая принадлежность представлена на рис. 6.

Данный вопрос анкеты является стандартным и выявляет соотношение женского и мужского пола к туристской среде, также носит демографический характер, где указывается возрастной критерий опрошенных.

Из 220 человек опрошенных 29 % составляют люди менее от 18 до 25 лет, от 26 до 35 лет составляют 58 %, в возрасте от 36 до 45 лет – 7 %, от 46 до 55 лет – 3 %, и 1 % от 56 до 65 лет, старше 65 лет респондентов нет. Возрастная принадлежность представлена на рис. 7.

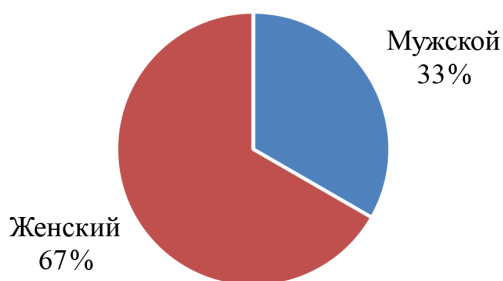


Рис. 6. Половая принадлежность

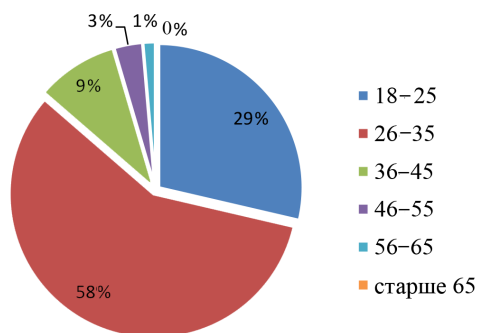


Рис. 7. Возрастная принадлежность

Из полученных данных по этому вопросу, проанализировав остальные результаты, можно сделать следующие выводы: мотивация выбора путешествия в значительной степени зависит от возраста. Люди до 35 лет предпочитают более активный вид отдыха, относительно дешёвые путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта, весёлый вечерний отдых (дискотеки, бары, встречи по интересам, праздничные развлекательные программы, и т. д.).

Люди старше 35 лет предпочитают менее активный отдых, более спокойный (курортно-пляжный отдых, экскурсии по историческим местам), как правило, обеспечены, знают цену деньгам и развлечениям. Основной мотив этой группы – за свои деньги получить отличный отдых и весело провести время.

Третий вопрос анкеты носит географический характер. Выявлено, где проживают наши респонденты, большая масса опрошенных из г. Читы. С седьмого по тринадцатый вопросы определяли цели, преследуемые при выборе путешествий.

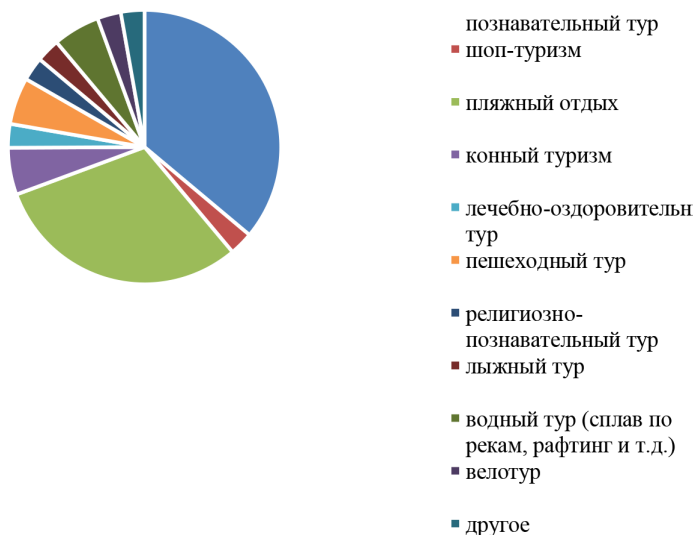


Рис. 8. Виды туризма

Основными видами туризма, которые предпочитают респонденты во время путешествий, исходя из результатов анкеты, являются: экскурсионно-познавательный туризм (72,2 %). Человек, посещая какую-либо страну, хочет узнать её историю, культуру, проникнуться колоритом и т. д. пляжный отдых предпочитают 61,1 %. Обилие солнца, тёплое море привлекают туристов, особенно учитывая тот факт, что Забайкальский край удалён от морей. Лечебно-оздоровительный отдых предпочитают 22,2 % опрошенных. Забайкальский край располагает лечебно-оздоровительными ресурсами, поэтому населения края может себе позволить отправиться в такой тур. Одинаковое количество набрали такие виды туризма, как пешеходный, конный и водный – 11,1 %. Самая маленькая доля опрошенных посетителей – 5,6 % – выбрали шопинг-туризм, лыжный туризм, велотуризм и в графе «другое», где подразумевался свой ответ, написано: паломничество. Выбор видов туризма представлен на рис. 8.

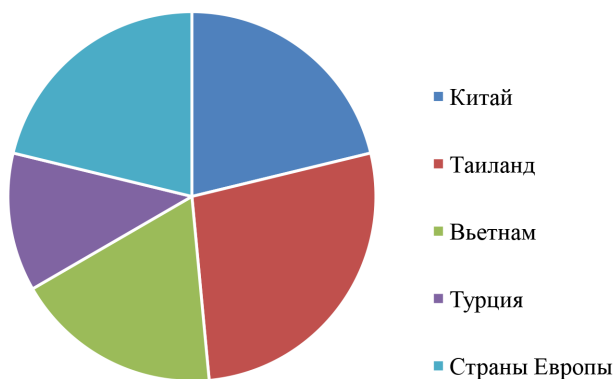


Рис. 9. Выбор места для проведения отдыха за рубежом

Исследования показали, что 50 % опрошенных клиентов предпочли бы провести отпуск в Таиланде, поровну в странах Европы и в Китае – 38,9 %, 33,3 % выбрали также страну Азии – Вьетнам, 26,6 % и 22,2 % предпочли провести время в восточной стране – Турции. Анализируя анкетные данные, авторы

пришли к выводу, что большинство жителей края предпочитают отдых в Азии, это обусловлено близостью данного региона и относительной дешевизной отдыха в этих странах. Несмотря на то, что Китай является территориально близкой страной к нашему краю, лидирует всё же Королевство Таиланд. Несмотря на сложную политическую обстановку с Турцией и отдалённым расположением, всё же небольшой процент респондентов предпочли бы провести свой отдых именно там. Результаты выбора страны для проведения летнего отдыха представлены на рис. 9.

Если говорить о выборе места для проведения отдыха в России, то результаты анкеты показывают, что большинство забайкальцев предпочитают отдыхать на озере Байкал и Черноморском побережье и, в связи с присоединением Крыма, немалый процент предпочитает посещать этот полуостров. Также большинство опрошиваемых написали свои варианты ответов, где было сказано, что предпочитают отдыхать в деревнях, вдали от города. Много было ответов, что свой отдых проводят на Северном Кавказе, а именно в Республике Дагестан, так как в Забайкальском крае проживает большое количество лиц кавказской национальности. Два человека ответили, что вообще не отдыхают в России. Выбор места для проведения отдыха в России представлен на рис. 10.

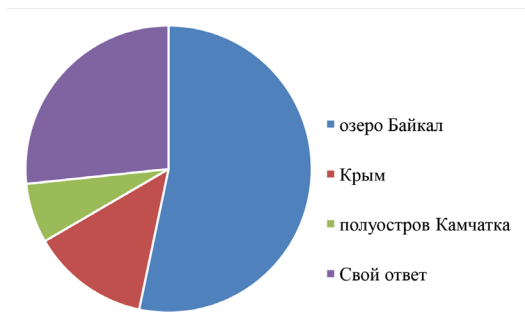


Рис. 10. Выбор места для проведения отдыха в России

В Забайкалье большинство людей предпочитает Ивано-Арахлейский заказник, где отдыхают на озёрах Арахлей, Тасей, Иван. Остальная часть опрошенных предпочитает наци-

ональный парк «Алханай», следующие варианты отдыха населения края: Даурский, Сохондинский заповедники, Угсахай, Кадалинские скалы. Также люди предпочитают отдыхать на таких реках, как Ингода, Шилка, Читинка, Онон. Выбор места для проведения отдыха в Забайкальском крае представлен на рис. 11.



Рис. 11. Выбор места для проведения отдыха в Забайкальском крае

Авиатранспорт для путешествий выбрали 143 человека. На втором месте – личный транспорт, его выбрали 37 человек, железнодорожный – 25 человек, автобус – 18 человек. Доминирующее место занимает воздушный транспорт, так как играет главную роль в обеспечении международного пассажирообмена России как с зарубежными странами, так и по своей территории. Несмотря на то, что обеспечение безопасности полётов резко ухудшилось, туристы предпочитают данный вид транспорта. Комфортность является одним из мотивов. Состояние транспортной инфраструктуры и сферы информационного обеспечения определяют туристскую активность.

На втором месте стоит личный транспорт. Самые распространённые путешествия с использованием личного транспорта туристов – поездки выходного дня. По видам туризма наиболее популярными автотурами являются оздоровительные (выезд на природу или к местам отдыха) и познавательные (поездки к историческим или культурным памятникам). Передвигаться железнодорожным транспортом значительно де-

шевле, но изнуряющая протяжённость поездки не ставит этот вид транспорта на первое место. Респонденты выбрали приемлемым видом транспорта автобус. Это объясняется небольшим радиусом следования данного вида транспорта. Следует принимать во внимание автобусные туры в некоторые страны, являющиеся популярными, например, поездки в Китай на рейсовых автобусах актуальны для нашего края. Предпочитаемый вид транспорта представлен на рис. 12.



Рис. 12. Предпочитаемый туристами вид транспорта

Нашим опросом было определено, какой уровень проживания предпочитают туристы.

Существуют традиционные отели с большим набором услуг (4 звезды) и высоким уровнем обслуживания (5 звёзд), с сокращённым набором услуг (3–2 звезды). Анкетные данные показали, что больше всего опрошенные выбрали гостиницы уровня 4 звезды – 74 человека (33,3 %). На наш взгляд, это связано с тем, что данная категория людей предпочитает достойный уровень обслуживания с большим набором услуг и по приемлемой цене. 27,8 % анкетированных остановились на уровне 5 звёзд, данная категория людей предпочитает высокий уровень обслуживания и имеет возможность его оплачивать. 11,1 % опрошенных выбрали трёхзвёздочные отели, их устраивает недорогое проживание с необходимым набором услуг. Для 27,8 % из опрашиваемых неважно, где проживать, скорее всего, данная категория людей – молодёжь, которым не принципиальны условия проживания. Предпочитаемый уровень проживания представлен на рис. 13.

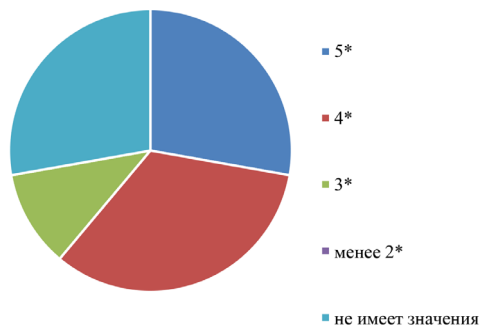


Рис. 13. Предпочитаемый туристами уровень проживания

Четырнадцатый и пятнадцатый вопросы носят социально-экономический характер. Они выявляют потенциальные возможности туристов. Определяется, какую сумму потенциальные туристы могли бы потратить на проведение как недельного отпуска, так и на личные потребности во время отдыха.

Из рис. 14 видно, что большинство потенциальных туристов, предпочитают потратить на недельный тур, который включает основные услуги туристского продукта, менее 50 000 рублей, что составило 121 (45 %) человек из общего числа опрошенных.

От 50 000 до 80 000 рублей вложили бы 74 человека, от 80 000 до 150 000 рублей – 19 человек, и свыше 150 000 – 6 человек.

Сумма оплаты за туристские услуги является основным видом мотива. Респондент, отвечавший на этот вопрос, учитывал, что влияние на туристское поведение оказывает уровень доходов семьи. С одной стороны, туристский спрос расширяется за счёт всё большего вовлечения в туризм лиц со средним и выше среднего уровнями дохода по мере того, как потребность в отдыхе, связанном со сменой обстановки, с путешествием, превращается в одну из основных. Потенциальные материальные возможности туристов на приобретение туристского продукта представлены на рис. 14.

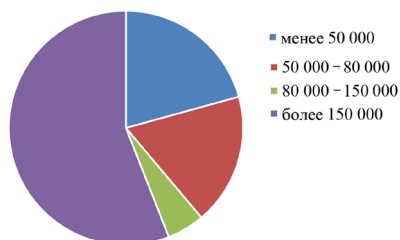


Рис. 14. Потенциальные материальные возможности туристов на приобретение туристского продукта

Шестнадцатый вопрос определяет планируемую продолжительность отдыха. В зависимости от продолжительности пребывания можно выделить несколько сегментов рынка путешествий: 1) краткосрочные поездки (от 1 до 3 ночей и от 4 до 7 ночей). Этот сегмент рынка развивается опережающими темпами; 2) среднесрочные поездки (от 8 до 14 ночей); 3) долгосрочные (от 15 до 28 ночей).

Анализируя анкетные данные, можно сделать вывод, что планировали свой отдых на срок от 7 до 10 ночей – 92 человека, от 10 до 14 ночей – 93 человек, от 14 до 21 ночей – 1 человек, более 21 ночи – 34 человека.

В зависимости от продолжительности пребывания туристы предпочитают среднесрочные поездки, потому что они могут спланировать свой отдых за счёт летнего отпуска, продолжительность которого часто составляет 7–20 дней. Предпочитаемое количество ночей для проведения отдыха представлено на рис. 15.

Семнадцатый вопрос выявил предпочитаемое время года, на которое туристы планируют свой отпуск. Анкетные данные показали, что туристы в большинстве своём планируют отдых на лето, это связано с тем, что отпуск у большинства населения приходится на летнее время года и с каникулярным временем у учащихся учебных заведений. Предпочитаемое время года для отдыха представлено на рис. 16.

В восемнадцатом вопросе респонденты в большинстве своём ответили, что для них главным качеством туристских

фирм является быстрое и качественное обслуживание, также предоставление скидок постоянным клиентам и широкий выбор туров. Важные качества турфирмы для клиентов представлены на рис. 17.

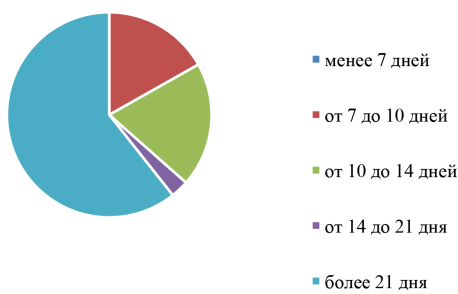


Рис. 15. Предпочитаемое количество ночей для проведения отдыха

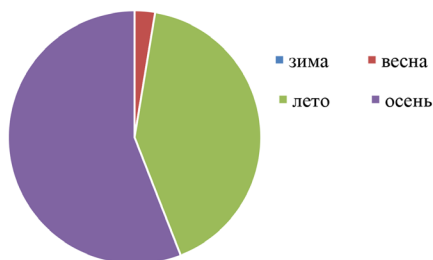


Рис. 16. Предпочитаемое время года для отдыха

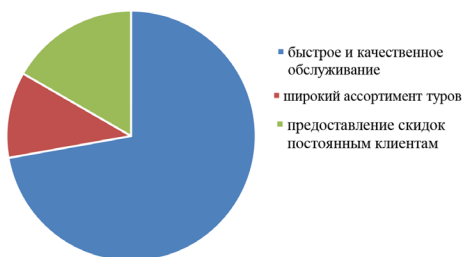


Рис. 17. Важные качества турфирмы для клиентов

Двадцатый и двадцать первый вопросы выявляют средний рейтинг качества туристских услуг и работы сотрудников. Средний звёздный рейтинг качества приобретаемых туристских услуг в фирмах края составляет 3,7, а качество работы сотрудников предприятий составляет 3,6.

Двадцать второй и двадцать третий вопросы определяют критерии важности при выборе турпродукта и места отдыха, где результаты показали, что на первом месте в двух случаях является цена.

Исходя из ответов на двадцать четвёртый вопрос, важными дополнительными услугами забайкальцы считают страхование и экскурсии. Отметим, что, отвечая на вопрос: «Какой услугой вы можете пренебречь при приобретении тура?», большая часть респондентов ответила, что все услуги важны. Важные дополнительные услуги представлены на рис. 18.

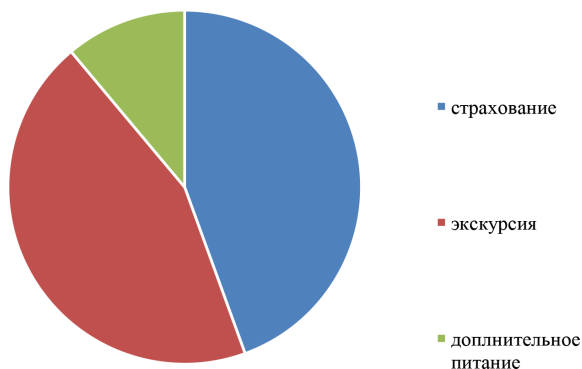


Рис. 18. Важные дополнительные услуги

Интенсивность рекламы играет не маловажную роль (с двадцать шестого по двадцать восьмой вопрос). Чаще всего информацию о турах забайкальцы получают из интернета, они считают, что интернет-реклама передаёт наиболее полную информацию о турах и больше заинтересовывает, поэтому предпочитают именно эту рекламу, нежели из других источников. Также они отметили, что данный вид рекламы частично влияет на приобретение ими турпутёвок.

Проанализировав данное исследование, литературу, статистические данные, интернет-источники, авторы выделили крупные сегменты Забайкальского края, на которые должны быть направлены маркетинговые действия. Сегментирование рынка Забайкальского края представлено на рис. 19.



Рис. 19. Сегментирование рынка Забайкальского края

1. Данный сегмент входит в категорию «среднего возраста» – это чаще семейные туристы, для которых важно наличие детских развлекательных комплексов. У них повышенные требования к комфортабельности, предоставляемым услугам, наличию экскурсионных программ. Период отпусков – чаще во время школьных каникул и во время праздников.

Туапсинский район – отличное место семейного отдыха. Местные курортные городки предлагают множество развлечений для детей и взрослых. Семьям с маленькими детьми рекомендуется посещение детской здравницы Краснодарского края в г. Анапа. Курорты Краснодарского края имеют пляжи, здесь небольшая глубина моря с удобным заходом и обилие развлечений – всё это делает отдых с детьми безопасным и интересным. В Геленджике проводятся многочисленные экскурсии, есть аквапарк, дельфинарий и две канатные дороги – это идеальное место для женщин с детьми.

В настоящее время популярны поездки в Китай с детьми. Посещение данной страны – это дешёвый способ побывать за границей, отдохнуть на пляжах и посетить сотни аттракционов в Дискавериленде – аналоге Диснейленда. Стоимость путёвок зависит от возраста детей, маршрута, питания и длительности путешествия.

Но особенно популярным направлением считается детский туризм в Греции, это направление считается одним из главных для страны. У греков особое трепетное отношение к детям и подросткам. Эта любовь и стала одной из основных причин для развития условий для детского отдыха в Греции. В стране превосходно развит детский оздоровительный комплекс, состоящий из лагерей и санаториев. Отдых на море в Греции – прекрасная возможность восстановить силы после учебного года, набраться сил, интересно отдохнуть и найти новых друзей. Поездка за рубеж даёт возможность познакомиться с культурой и традициями страны. Компании предлагают разнообразное количество программ, из которых каждый может выбрать для себя понравившийся вариант, даже при ограниченном бюджете. Наиболее популярные лагеря в Греции расположены на полуострове Халкидики (Кассандра, Ситония), Лутраки, остров Тасос и другие. Здесь созданы все условия для хорошего отдыха детей: великолепный средиземноморский климат, удивительная природа, чистые пляжи, комфортные условия проживания, здоровое питание, интересный и увлекательный семейный досуг.

2. Данный сегмент также входит в категорию «среднего возраста», но преимущественно мужчины в данном возрасте женатые, но без детей. Большинство мужчин отдают предпочтение отдыху за границей, и малая часть проявляют интерес к путешествиям по России. Мужчины от 25 до 35 лет более склонны к поездкам за рубеж, тогда как туристы старше 35 лет одинаково любят путешествовать как по зарубежным, так и внутренним направлениям. Чем моложе путешественники, тем чаще они отправляются на отдых. Мужчинам в возрасте 25–35 лет характерно путешествовать более двух раз в год. В большинстве своём мужчины предпочитают пляжный

отдых, экскурсионный туризм и экстремальный, некоторые предпочитают рыбалку, занятия дайвингом, лыжный спорт, велокросс, сноубординг, сёрфинг и альпинизм.

Анализируя данный сегмент и учитывая предпочтения, рекомендуются туры во Вьетнам, который сочетает в себе пляжный, познавательный и экстремальный виды туризма, и отдельные острова Таиланда – Пхукет и Самуи. На Пхукете, помимо пляжного отдыха, данную категорию туристов могут привлечь культурные и исторические достопримечательности. Самуи подойдёт для любителей пляжного отдыха, так как насчитывает более 30 пляжей. Можно посетить такие достопримечательности, как национальный морской парк Ангтхонг, океанариум и тигровый зоопарк, буддийские святыни и др.

3. Школьный туризм имеет очень большое значение для оздоровления, обучения и формирования чувства патриотизма у детей, а также способствует социальной адаптации и профессиональной ориентации. Прежде всего, туризм – это действенная форма воспитания молодого поколения, позитивного и активного образа действий, направленная на формирование полноценной личности. Школьный туризм – отличная форма реализации краеведческого принципа в изучении основ наук. Никакая другая учебная или внеучебная деятельность не даёт в такой мере возможность превратить множество отвлечённых, книжных знаний в конкретные, привязанные к месту и времени. Программы туров для школьников не только разнообразны, но и познавательны. В любом регионе России найдутся оригинальные и увлекательные программы для детей любого возраста – от походов по Алтаю до экскурсий в Эрмитаж, от автобусных туров по Золотому кольцу до речных прогулок по Москве-реке, от экскурсий в дома-музеи известных писателей до приключенческих квестов в старинных усадьбах.

Экскурсионные туры для школьников познакомят детей с историей Древней Руси, Российской империи и Советского Союза. Особой популярностью пользуются туры для школьников в Петербург. Город может очаровать даже самых непоседливых детей. В ходе экскурсий дети прокатятся по городским каналам, посетят Эрмитаж и Петропавловскую кре-

пость, поучаствуют в интерактивных экскурсиях с участием известных петербургских персонажей, посетят места, связанные со знаменитыми культурными деятелями города на Неве.

Организацию и проведение школьных туров сегодня предлагают практически все туроператоры. Особенно много предложений приходится на каникулярный период, что вполне естественно. Однако вполне доступны и краткосрочные поездки в выходные дни, например, ознакомительная экскурсия в соседний город или к каким-либо известным местам, расположенным неподалёку. В целом индустрия школьного туризма продолжает динамично развиваться, и перед детьми открывается всё больше возможностей познавать наш огромный мир и его достопримечательности собственными глазами.

Несмотря на большие возможности Забайкальского края, наблюдается низкий процент охвата учащихся (около 7 % от общего числа школьников края, охваченных школьным туризмом); занимающихся в туристско-краеведческих объединениях образовательных учреждений. Учитывая факторы для развития школьного туризма, можно порекомендовать данному сегменту однодневные экскурсии по достопримечательностям г. Читы – посещение Музея декабристов, Краевого краеведческого музея им. Кузнецова, Военно-исторического музея. В связи с тем, что сейчас набирает обороты экологический туризм и для изучения природы можно посоветовать посещение Ботанического сада в г. Чите, который предлагает массу экскурсий для детей разного возраста. Актуальным будет посещение исторических городов и сёл Забайкальского края в познавательных целях – узнать об освоении забайкальских земель и др.

Если говорить о зарубежных направлениях, то детско-юношеский туризм развит в Греции. Здесь подростков привлекают исторические достопримечательности, античные и византийские памятники архитектуры, мифы и легенды Древней Греции.

Турфирмам Забайкальского края необходимо учитывать предпочтения выделенных сегментов, создавать и продвигать для них туристские продукты и направлять на них маркетинговые действия.

По итогам 2017 года на территории Забайкальского края насчитывалось 57 туристских организаций. По данным Забайкалкрайстата, услугами туристских фирм в 2017 году воспользовались 182,6 тысячи жителей Забайкальского края, 80 % которых выбрали для своего отдыха Китай (Маньчжурия).

За рубеж выехало 153,8 тысячи туристов. Популярными направлениями у граждан Забайкалья были страны Юго-Восточной Азии: Китай – 94,8 % от числа выехавших за рубеж, Таиланд – 2,6 %, Вьетнам – 1,9 %.

Путёвки на российские курорты приобрели только 8,1 тысячи человек, 81,9 % которых остались отдыхать в Забайкалье. Среди других наиболее посещаемых регионов – Краснодарский край, Республика Крым, Санкт-Петербург, Москва, Республика Бурятия. Туры в Забайкалье приобрели 20,7 тысячи иностранцев. Почти все они были гражданами Китая.

Основная задача развития туризма в Забайкальском крае заключается в смещении приоритетов в пользу внутреннего и въездного туризма. Забайкальский край в настоящее время имеет мощный невостребованный туристский потенциал и существующий туристский продукт, но слабо развитую туристскую обслуживающую инфраструктуру. В связи с этим в сфере развития въездного туризма края особый интерес может представлять специализированный туризм. Под этим термином нами понимается альтернативное направление для привлечения требовательного потребителя и способ диверсификации внутреннего туристского предложения: охота и рыбалка, туризм приключенческий, религиозный, этнический, сельский, экстремальный, спортивный, экологический, научный.

При анализе перспектив развития туризма в Забайкальском крае акцент ставится в основном на наличие значительного потенциала: выгодное географическое положение, богатую историю освоения, разнообразный природный и культурный потенциал. Однако существуют факторы, сдерживающие развитие туризма в Забайкальском крае: значительный износ объектов туристической индустрии и недостаточное развитие социальной инфраструктуры, дефицит финансовых средств. Анализ состояния основных индикаторов туристской инфраструктуры и туристских услуг в крае выявил следующее.

Для успешного развития внутреннего и въездного туризма Забайкальский край обладает необходимыми конкурентными преимуществами. Перспективные направления туризма могут быть основаны на использовании собственных туристско-рекреационных ресурсов. По мнению К. С. Козыревой, П. А. Кислощаева, С. В. Лазаревской, И. П. Монича, Э. Д. Санжеева, А. Т. Солововой, край известен своими культурно-историческими, геологическими, природно-культурными памятниками, курортно-оздоровительными зонами, спортивными туристскими маршрутами и др.

Ландшафтное и биологическое разнообразие территории Забайкальского края в контексте рекреационного ресурса значительно выделяет его среди других регионов. Рекреационный потенциал края соответствует требованиям биоразнообразия ландшафтов, сохранности и уникальности особо охраняемых природных территорий, наличия природных объектов высокой значимости, памятников истории и культуры. На начало 2018 года в крае зарегистрированы два биосферных заповедника («Сохондинский» и «Даурский»), два национальных парка («Алханай» и «Чикой»), два природных парка («Арей» и «Ивано-Арахлейский»), 18 комплексных и зоологических заказников, 65 памятников природы, более 600 геологических памятников. В крае в настоящее время функционирует 11 санаторно-курортных предприятий, однако на территории находятся около 300 минеральных источников, основных типов минеральных холодных углекислых и термальных азотных вод России.

Забайкальская природная территория обладает интересными спелеологическими объектами, которые могут стать основой развития спелеотуризма. Среди них важнейшими являются Лургиканская пещера (или провал), Шилкинская, Мангутская пещеры, Хэтэй и др. Практически все пещеры региона могут служить первичной базой развития туристского бизнеса и соответствующей инфраструктуры. Однако для дальнейшего развития данного активного вида туризма необходимы не только научно-исследовательские мероприятия, но и организационные, связанные с решением вопросов охраны

пещер, подготовки специальных гидов, издания спелеологической литературы. Эффективное использование охарактеризованных ресурсов возможно при условии функционирования основных компонентов инфраструктуры, к которым относятся туристские организации, транспортная система региона и учреждения временного проживания.

Туристские организации, предоставляющие услуги активного туризма в регионе, делятся на две группы:

- туристские организации (предприятия), которые имеют собственные или арендованные средства туристского обслуживания и предлагают своим клиентам комплекс услуг;

- посредники между клиентами и туристскими предприятиями, занимающимися рекламой и формированием спроса.

Анализ деятельности туристских организаций осложняется тем, что в России услуги по активному туризму не имеют официального лицензирования. Большинство организаций предоставляют эти услуги как спортивно-массовые мероприятия или экскурсии.

Организации, предоставляющие первичные услуги, можно объединить в две группы:

1. Организации широкой специализации – предоставляют услуги нескольких типов (спелеотуры, сплавы, пешие маршруты). Они преобладают в приведённом списке, поскольку имеют лучшие возможности приспособления к динамике туристского рынка.

2. Организации узкой специализации – предоставляют услуги одного типа (обычно спелеотуры).

Анализ предложений по активному туризму подтверждает, что сплавы по рекам региона являются наиболее популярными среди туристских организаций направлениями специализации. Предлагаются сплавы по рекам Витим, Ципа, Калакан, Чара, Олёкма, Нерча и т. д. Велотуры и пешие путешествия большинство организаций предлагают в качестве дополнительной услуги. Основные маршруты тяготеют к значительным обзорным туристским объектам (памятников природы или архитектуры).

Деятельности организаций в сфере активного туризма характеризуется привязкой к конкретным объектам и тесным сотрудничеством между организациями. Перечисленные особенности свидетельствуют о сформированности рынка предложения для активного туристского продукта в пределах региона.

По мнению многих исследователей, доминирующую роль в индустрии туризма Забайкальского края играют экологический, познавательный и лечебно-оздоровительный туризм. К перспективным видам туризма относятся социальный, (детский, юношеский, молодёжный), спортивный, сельский, религиозный, промысловый, научный, конгрессный и др.

Этнотуризм связан с культурой малочисленных народов, таких как эвенки. Проводятся туры на северных оленях. Следует отметить, что ресурсы познавательного и научного туризма в Восточном Забайкалье практически неисчерпаемы. Специалисты рекомендуют организацию комплексных научно-познавательных и спортивно-познавательных маршрутов. Ими разработаны многочисленные и разнообразные научно-познавательные и спортивные маршруты по территории Забайкальского края: «Каменноугольное море Гутая и Мергена, его обитатели» и «Мезозойский лес Чикойской впадины», «Алханайская тропа», «Ламский городок» и в т. ч. таким известным местом, как урочище Адун-Челон, озёра Амудиссы, Приаргунская палеонтологическая зона и др., получивших признание среди специалистов.

Рассмотрим сильные и слабые стороны внутреннего и въездного туризма на территории Забайкальского края.

Сильные стороны:

1. Наличие богатых природно-культурных и историко-культурных ресурсов.
2. Выгодное территориальное расположение, соседство с Китаем и Монголией – целевыми потребителями туристских ресурсов.
3. Развитие Забайкальского края как центра внешних и внутренних пассажиропотоков.

4. Наличие на территории края природных биосферных заповедников и национальных парков.

5. Организация в крае международных и региональных культурных, деловых, спортивных и развлекательных соревнований и мероприятий.

6. Наличие образовательных учреждений высшего профессионального образования, выполняющих подготовку специалистов в сфере социально-культурного сервиса, туризма и гостеприимства.

7. Развитие г. Читы как центра деловой активности и реализация в крае крупных международных и национальных проектов.

8. Благоприятная экологическая ситуация.

9. Значительное количество природных лечебных и оздоровительных факторов (бальнеологические и минеральные ресурсы, лечебные грязи).

Слабые стороны:

1. Слабое развитие транспортной, социальной и инженерной инфраструктуры в местах отдыха и туризма.

2. Недостаточный уровень обустройства мест посещения культурно-природных объектов.

3. Значительный физический и моральный износ объектов туристской индустрии.

4. Регулярный рост тарифов на услуги естественных монополий, ведущий к удорожанию туристских продуктов.

5. Отсутствие туристского имиджа Забайкальского края в связи с «информационным вакуумом» о туристских ресурсах региона.

6. Недостаточное обеспечение индустрии туризма квалифицированными профессиональными кадрами со знанием иностранных языков и международных стандартов обслуживания.

7. Дефицит финансовых средств, необходимых для развития туризма.

8. Высокая цена туристского продукта на российском и международных рынках при недостаточном уровне его качества.

Количество коллективных средств размещения в Забайкальском крае насчитывает более 150 предприятий с номерным фондом более 3,7 тысячи единиц. По количеству коллективных средств размещения и численности размещённых в них лиц выявляется положительная динамика, по другим показателям деятельности коллективных средств размещения – незначительное уменьшение за последние 5 лет.

Нами было проведено маркетинговое исследование среди туристских фирм г. Читы, из общего числа фирм в опросе приняла участие треть фирм. Количество вопросов в анкете – 16, среди них: каким видом туризма занимается турфирма, какие страны чаще всего посещают клиенты фирмы, туристы какой страны являются постоянными клиентами, какие музеи популярны среди туристов в г. Чите, популярные гостиницы и предприятия питания среди туристов, какой вид туризма популярен среди клиентов. Также были заданы такие вопросы: «Какую помощь в работе вашей компании вы хотели бы получить от органов местного самоуправления?», «С какими проблемами чаще всего сталкивается ваша фирма при оказании услуг?», «Ваши предложения по дальнейшему развитию туризма в: 1) городе Чите; 2) Забайкальском крае. В ходе исследования получены следующие результаты. Виды туризма, которыми занимаются турфирмы, представлены на рис. 20.

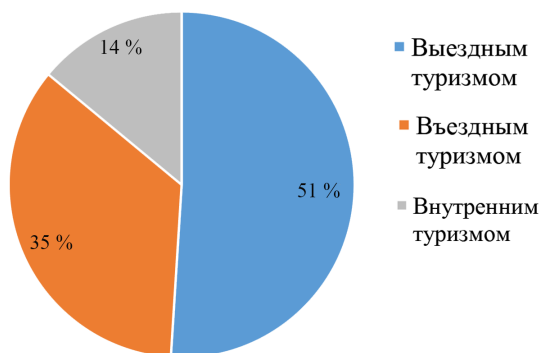


Рис. 20. Виды туризма, которыми занимаются турфирмы

Исходя из этих данных, можно сделать выводы, что больше половины турфирм города в большинстве своём занимаются выездным туризмом – это негативно сказывается на экономике края, так как выездной туризм способствует оттоку денег за границу.

Популярными направлениями у забайкальцев являются страны Юго-Восточной Азии: Китай, Таиланд, Вьетнам – 1,9 %. За 2017 год услугами турфирм воспользовалось около 183 000 забайкальцев, из них 80 % предпочли провести свой отдых в Китае.

По данным Забайкалкрайстата, путёвки на российские курорты приобрели только 8,1 тысячи человек, 81,9 % которых остались отдыхать в Забайкалье. Необходимо отметить, что Забайкальский край вошёл в межрегиональный туристский маршрут, который объединит 12 субъектов Сибири – «Золотое кольцо Сибири» так как после создания маршрут передадут в ведение региональных турфирм, возможно, фирмы края больше начнут уделять внимание внутреннему туризму как по России, так и по краю.

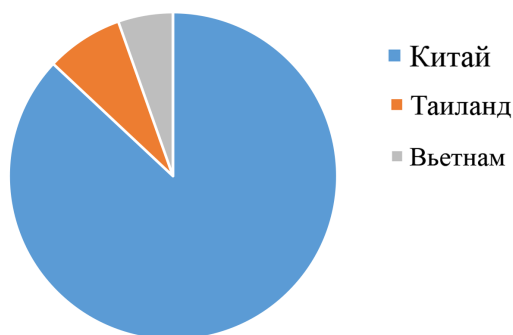


Рис. 21. Иностранные туристы, посещающие туристские фирмы Забайкальского края

Китайские туристы – постоянные гости в Забайкалье, поэтому их привлекают всё новые и новые экскурсии по Чите и краю с насыщенной культурной программой. Для привлечения большего числа туристов из Китая необходимо создавать

новые объекты туристского показа, необходимо создать возможности для экотуризма, нужно развивать сельский туризм, так как в Поднебесной данный вид туризма набирает обороты. Иностранные туристы, посещающие туристские фирмы Забайкальского края, представлены на рис. 21.

Отвечая на последние три вопроса, большинство турфирм отметило, что органам местного самоуправления так же, как и турфирмам, необходимо создавать положительный имидж края, нужно пропагандировать продвижение внутреннего туристского продукта. Некоторые фирмы высказали мнение, что реклама продукта должна осуществляться за счёт средств бюджета.

Говоря о проблемах, с которыми сталкиваются фирмы – малое количество объектов турпоказа и неразвитость сельского туризма, турфирмы рекомендуют совместно с органами местного самоуправления создавать проекты, где можно показать быт и культуру забайкальских жителей, также многими фирмами было отмечено, что необходимо благоустраивать город, развивать инфраструктуру, ремонтировать дороги и создавать места для кемпинга в крае.

Говоря о Забайкальском крае, следует отметить, что его партнёрские отношения с Китаем и Монголией имеют давнюю традицию, об этом говорит тот факт, что «государственная граница России с Китаем, а также с Монголией является старейшим участком границы, закреплённым юридически Нерчинским договором 1689 г., подписанным на территории Забайкалья». В последующем эти три региона активно взаимодействовали между собой, совершенствуя торговые и дипломатические отношения. По мере укрепления добрососедских отношений спектр взаимодействия между ними постоянно расширялся и начал включать в себя взаимообмен культурными ценностями, развитие туризма, проведение спортивных мероприятий в виде различных чемпионатов и др. Забайкальский край находится относительно недалеко от Японии. В крае имеются захоронения японских военнопленных периода советско-японской войны 1945 года. Перспективные регионы для въездного туризма в Забайкальский край представлены на рис. 22.

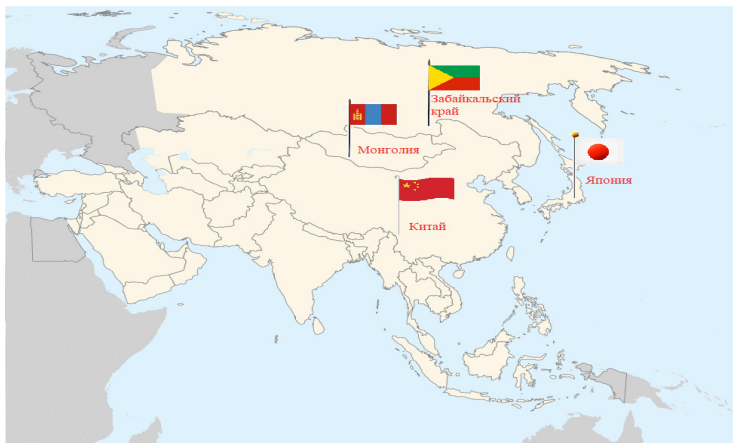


Рис. 22. Перспективные регионы для въездного туризма в Забайкальский край

Китай – это азиатская страна со своими традициями, обычаями, которые необходимо знать людям, работающим с туристами из данного государства. Так как Забайкальский край, находится на границе с КНР, необходимо уделить внимание особенностям психологии, этикета и культуры Китая.

В последние годы Забайкальский край принимает ряд мер по привлечению иностранных туристов из Китая. Они разрабатываются в двух направлениях: работе над имиджем края для потенциальных туристов, а также информировании о достопримечательностях и возможных в Забайкалье видах туризма; информировании о сервисах и их предоставлении. Следует отметить то преимущество, что на федеральном уровне по русско-китайскому соглашению безвизовый режим – 14 дней.

При анализе китайского сегмента целесообразно распределить его по четырём категориям – родившиеся в 1960, 1970, 1980, 1990-е годы, чтобы более подробно рассмотреть выборы и предпочтения различных поколений. Люди, родившиеся в 1980-е и 1990-е годы, именуются также миллениалами. Эта группа, известная в Китае как «новое поколение», в отличие от «прежнего поколения», родившегося до 1980 года, оказывает всё большее влияние на потребление и привычки

китайских путешественников. Групповые туры становятся всё менее популярны, в то время как на хорошем уровне держатся экологические и тематические туры и самостоятельные путешествия, популярность которых только возрастает среди этой всё более разборчивой, голодной до впечатлений и самостоятельной группы туристов. 68 % представителей группы 1980-х рассматривают путешествия как способ развлечения, и только 39 % считают, что туризм – это способ пережить «золотые мгновения» с семьёй. Этот процесс характерен для всех поколений. Путешественники, родившиеся после 1960-го года, всё чаще готовы на экстремальный туризм и на далёкие от дома направления.

Молодое поколение китайских туристов – миллениалы, родившиеся в 1980-е и 1990-е годы, – также стремятся посмотреть мир, многие из них откладывают традиционные жизненные этапы, чтобы больше путешествовать по планете. Новая тенденция 2017 года – очевидное взаимное влияние старшего и младшего поколения в области предпочтений и привычек. Особенно характерно это для представителей группы родившихся в 1960-е годы, путешествующих вместе с детьми. Неудивительно, что миллениалы, родившиеся в 1990-е, особенно те, кто ещё не располагает доходом, испытывают сильное влияние со стороны родителей. Но более удивительно то, что и сами родители подвергаются влиянию со стороны своих предприимчивых, технически изощрённых детей, выбирая в результате более самостоятельный стиль путешествий за границу.

Для развития индустрии туризма нашей страны и повышения конкурентоспособности турпродукта РФ на китайском рынке важно учитывать социокультурные особенности туристов из Китая. В связи с культурными различиями и языковым барьером, у китайского туриста существует ряд особых предпочтений и требований к месту пребывания и средствам размещения. В предприятиях сферы гостеприимства в номерах должна размещаться информация на китайском языке, профессиональный переводчик с китайского языка должен сопровождать туристские группы при заселении, блюда шведского

стола должны быть подписаны по-китайски и адаптированы к китайской традиции, должна предоставляться возможность оплаты услуг картами платёжной системы Китая China Union Pay и т. д.

Отелю надо быть готовым к тому, что, скорее всего, никто из его китайских гостей или контактов не будет говорить на английском языке. Поэтому необходимо как-то обеспечить персонал хоть какими-то основами коммуникаций. Китайские туристы не берут с собой средства личной гигиены, они привыкли, что на родине во всех отелях предоставляются тапочки, зубные щетки, средства для душа и тому подобное, а также доступ к горячей питьевой воде – отелям следует это всё обязательно учитывать и размещать на этаже кулеры с горячей водой.

Шопинг больше не кажется китайским путешественникам столь же привлекательным, как раньше. Он перестал быть главной причиной для путешествий. В 2016 году шопинг указали как фактор 68 % путешественников, а в 2017 году – уже только 33 %, что свидетельствует о диверсификации интересов китайских туристов. По теории, один въехавший в РФ китайский турист в среднем тратит 378 долларов в день, на проживание, шопинг и досуг. Ключевая мотивация – отдых и развлечения.

Отдых и развлечения – основная причина поездок всех китайских туристов на 2017 год, особенно для людей 1960-х годов рождения, многие из которых вылетают из оставленного детьми гнезда, и миллениалов 1990-х годов, ищущих новых впечатлений. Миллениалы чаще интересуются культурой и наследием региона, а также экстремальными турами. Те из них, кто выбирает такие поездки, тратят на 10 % больше на мелкие расходы, чем не-миллениалы, которых подобные туры не интересуют. Из-за нарастания проблемы загрязнения воздуха в Китае качество воздуха и девственная природная среда оказываются важным фактором при выборе туристского направления. Согласно Китайскому национальному совету по туризму, число китайцев, выбравших островные направления и экологические туры, составило 30 % от общего числа путешественников за границу в 2016 году.

Китайцы очень верят в приметы и числа. Например, число 4 для них неудачное, а потому не стоит и пытаться поселить гостя из Поднебесной на 4, 14 и других этажах, а также в номерах, где есть эта цифра. А вот цифра 8 будет воспринята ими благосклонно. Равно, как и цифры, у китайцев есть счастливые и несчастливые цвета. Например, белый цвет считается траурным, а потому традиционного белого постельного белья в номерах для представителей этой нации быть не должно.

Для каждого китайца очень важен его статус – чем выше статус, тем выше должны располагаться его апартаменты. Так что не следует селить обычного менеджера и начальника какого-нибудь отдела на одном этаже – это будет воспринято как оскорбление.

Как и в России, в Китае не принято ходить в доме в обуви, а потому в их номере должны быть одноразовые тапочки. Кстати, средства личной гигиены – зубную щетку и пасту, они с собой тоже не возят.

По статистике, в Россию едет небогатый средний класс. Типичный китайский турист – это женщина в возрасте за 50 лет, с невысоким образованием и неустроенной личной жизнью. Этим и объясняется интерес к интимной и бытовой стороне жизни чужой страны.

Клиенты VIP составляют около 10 % турпотока из Китая. При этом именно они «обеспечивают» около 50 % всех расходов китайских туристов за рубежом. Средний чек на путешествие в этом сегменте, по данным статистики, превышает 10 тысяч долларов США. Именно поэтому данный класс путешественников является стратегически важным, и портрет VIP-путешественника из КНР нужно знать, чтобы активнее продвигаться на этом рынке. По данным эксперта, 41 % «люксовых» туристов из КНР – мужчины среднего возраста, 17 % из них живут в Пекине, 17 % в Гуанчжоу и 14 % – в Шанхае. Китайские VIP-туристы увлекаются сёрфингом (13 %), верховой ездой (16 %), яхтспортом (13 %). Также их привлекают арт-туры (12 %). Они редко организуют путешествия к определённым датам, а в любимые места готовы возвращаться более шести раз. Российские туроператоры не имеют опыта

работы с такими клиентами, для них китайский турист – большая и однородная масса, которая впервые выехала за рубеж, не имеет возможности что-либо понять, потому что видит только то, что ей показывают.

Вот отсюда, по мнению экспертов, и процветание серых схем – Россия оказалась не готова к приёму туристов № 1, сертифицированных китайскоговорящих гидов не хватает, мало подготовленных отелей, а в размещении китайцев есть свои особенности: нельзя селить на 4-м этаже и в номерах, где есть цифра 4 (у них эта цифра связана со смертью), тапочки в номере должны стоять по фен-шуй, лежать кипятильники для заваривания лапши. Кажется, мелочи, но из-за этих мелочей турбизнес, организованный в Китае, как бы вынужденно пришёл в Россию и закольцевал её «под себя», не встретив ни малейшего сопротивления. Доходы от такой золотой жилы, как туризм, текут сегодня не в российский бюджет, а в карман китайским предпринимателям.

Главные траты в России осуществляются в специализированных магазинах, которые торгуют ювелирными и сувенирными изделиями. Средняя маржа здесь составляет 200–300 %, но на отдельные изделия (например, поддельный янтарь) наценка будет до 1000 % и выше. Например, кусок пластмассы, выдаваемый гидом за янтарь, может стоить до 200 тысяч рублей. Своего янтаря в Китае нет, поэтому разбираться в нём некому.

Впрочем, подобные покупки редкость. В основном спросом пользуются простенькие поделки из «янтаря» и недорогие золотые украшения: кулоны, цепочки, кольца. Часто покупается несколько штук одного и того же изделия. Объясняется это поведение очень просто: турист покупает не себе, а для подарков (жене, любовнице, родственникам, коллегам). Выручка таких магазинов составляет до 4–5 млн рублей в день. Конкуренции со стороны они не боятся, так как магазины открываются под сотрудничество с конкретной турфирмой. Все перемещения тургрупп контролируются гидом, и шансы на то, что турист купит что-то вне этих магазинов, минимальны.

Забайкальский край имеет давние прочные двусторонние связи с двумя сопредельными регионами Монголии: Восточным и Хэнтийским аймаками. Приграничное сотрудничество с ними осуществляется в таких направлениях, как внешняя торговля, сельское хозяйство, охрана окружающей среды, туризм, наука и образование, культура и здравоохранение. Занимая территорию, ограниченную двумя мировыми державами – Россией и Китаем, Монголия сумела достигнуть значительного роста экономики, обеспечить приток иностранных инвестиций, заимствуя опыт модернизации ведущих мировых держав.

После мирной демократической революции, произошедшей в Монголии в 1990 году, распада СССР, сокращения экономической помощи со стороны России монгольская экономика оказалась на грани распада. За прошедшие два десятилетия российско-монгольские политические, торгово-экономические, культурные и другие связи потеряли интенсивность.

На туристов в стране работают около 250 местных частных агентств, причём 80 % туристского рынка делят между собой 10 крупнейших из них. Они объединены в МАТА – Монгольскую ассоциацию туристских агентств. Вся деятельность турагентств координирует Национальный центр туризма, созданный при Министерстве развития инфраструктуры. Туристский поток из Монголии в Россию в последние годы неизменно увеличивается, количество туристских поездок граждан Монголии в Россию возросло на 38 %. В 2016 году граждане Монголии потратили на поездки за рубеж почти 581 миллиард тугриков, что равняется 240 миллионам американских долларов [9].

Наиболее популярное, но и самое дорогостоящее направление, – поездки в Европу, тур на одного человека в европейские страны стоит в среднем 12 тысяч долларов (около 800 тысяч рублей). Значительно дешевле другие любимые монголами туристские направления – Таиланд и остров Бали (Индонезия), поездка в эти страны обходится в среднем в три миллиона тугриков или 1250 долларов. В 2017 году турпоток из Монголии в Таиланд вырос на 26 % по сравнению с предыдущим годом.

Из Монголии в Россию было совершено 82 тысячи туристских поездок в первом квартале 2017 года. В канун 2018 года Россия открыла новый маршрут на замену поезду Москва – Улан-Батор, ходившему ранее раз в неделю. Сейчас между столицами наших стран остался только один поезд монгольского формирования. По новому маршруту поезд отправляется трижды в неделю из Иркутска. В составе шесть купейных вагонов и один спальный. Время в пути – менее суток. Запуск нового поезда способствует увеличению туристского потока как внутри страны, так и в международном сообщении. Изначально предполагалось, что маршрут будет популярен среди населения Иркутской области, но спустя несколько месяцев, пассажиропоток со стороны Улан-Батора стал превышать российский: скорее всего, туристы, приезжающие с востока, следуют дальше по России. Маршрут стал частью большого международного проекта «Великий чайный путь», объединяющего Китай, Монголию и четыре региона России – Забайкалье, Бурятию, Иркутскую область и присоединившийся в этом году Красноярский край.

С каждым годом увеличивается число монгольских туристов, готовых организовывать свои поездки самостоятельно: в 2016 году таких было 39 тысяч человек, а в 2017 году – уже 100 тысяч. В среднем самостоятельно организованное путешествие длится десять дней, его стоимость колеблется от 500 до 650 долларов [9].

Как туристов, монголов привлекает природа (любовь к просторам, созерцательность, естественность). Туристским фирмам нужно это учитывать и предлагать экологические или сельские туры. Работая с этим сегментом, следует учитывать такие черты характера монголов, как неторопливость, наблюдательность, любознательность поэтому им нужно давать больше времени на ознакомление с объектом туристского показа, быть готовым к множеству вопросов и помнить о том, что монголы не слишком эмоциональная нация, поэтому, общаясь с ними, нужно быть сдержанным. Они не любят находиться в группе с представителями другой нации, так как ревностно относятся к руководителю группой. Для путешествий

в России туристам Монголии можно предложить посещение Байкала, так как они им очень интересуются. Сейчас с запуском поезда Иркутск – Улан-Батор туристский поток из Монголии вырос. В прошлом году эта страна с четырьмя тысячами приезжих в год занимала примерно восьмое место среди государств, откуда чаще всего приезжают на Байкал. По последним данным, она поднялась на пятое место. За первый квартал 2018 года этим маршрутом воспользовались более трёх тысяч пассажиров. Транспортное сообщение между странами позволяет укреплять туристские связи.

В сентябре 2017 года Япония и Россия подписали ряд документов, направленных на развитие сотрудничества в сфере туризма и увеличения взаимных туристских потоков в ближайшие два года. Последние 10 лет турпоток японских туристов находится в стабильном положении, поездки за рубеж осуществляют около 18 миллионов японцев ежегодно. Японские туристы являются весьма привлекательными клиентами для туристских организаций многих стран, так как во время своих путешествий они тратят довольно большие суммы (в среднем, в 2–3 раза больше, чем любой другой иностранный турист), что является привлекательным для принимающей стороны [15]. В связи с этим, между принимающими регионами разгорается борьба за привлечение японских туристов.

Можно классифицировать японских туристов по следующим характеристикам: туристы-женщины, семейные туристы, туристы пожилого возраста, туристы-рюкзачники.

У японцев имеется национальный обычай – из поездки они должны привезти много подарков для родственников, соседей и сослуживцев. Особой популярностью пользуются изделия народных промыслов. Японские туристы любят такие сувениры, которые можно использовать в повседневной жизни. Национальные русские сувениры хорошо подходят для японцев, к тому же они легки, просто упаковываются и не ломаются.

Некоторые авторы выделяют ряд причин, вследствие которых японский турист совершает путешествие. Данные причины можно назвать мотивами совершения путешествий:

- Красивые природные ландшафты (часто именно это называют японцы в качестве первой причины поездки).
- История и культура населения посещаемой территории.
- Покупки (сувениры).
- Забота о здоровье (отдых на море, горячих источниках).
- Национальная кухня (напитки).

Японцы, выезжая за рубеж, руководствуются знаниями о стране пребывания и её туристских ресурсах, которые они могут получить из справочников, проспектов и т. п., предоставляемых им туристскими компаниями. Наличие полной и свежей информации о стране (посещаемом регионе) предполагаемого путешествия – важный стимул в принятии решения о поездке именно в эту страну. К тому же, необходимо обращать внимание на особенности различных сегментов туристского рынка (женский туризм, семейные путешествия). Например, многие японские туристы, путешествующие за рубежом, находятся в пожилом возрасте и имеют ограниченную двигательную активность и им просто необходимо знать, есть ли в той или иной гостинице специальные приспособления для людей с ограниченными возможностями.

Благодаря вышеперечисленным особенностям, можно выделить специфические потребности японского туриста при совершении путешествия:

- потребность в гиде, говорящем на японском языке;
- потребность в общественном мнении, рекламе, СМИ;
- потребность в безопасности.

Большинство жителей Японии предпочитают отдельные кровати в номере, даже если размещаются муж и жена. Национальной особенностью японцев является то, что для них имеет значение наличие ванны, а не душа. Ещё такая «мелочь»: японцам нельзя дарить или ставить в номер белые цветы – у них это ассоциация со смертью. Японские туристы требуют высокого уровня комфорта от мест размещения, транспорта, информационных служб. При этом они желают, чтобы получаемое удовольствие соответствовало оплате и не следуют принципу «чем дешевле, тем лучше». Поэтому принимающим туристским компаниям нужно помнить, что в Японии очень

жёсткие требования туристского законодательства. При любом несоответствии турпродукта тому, за что было заплачено, клиент может потребовать денежную компенсацию. Например, если в заранее обговоренном меню на обед был указан бефстроганов, это должен быть только бефстроганов, иначе туроператор рискует заплатить штраф.

Анализ предпочитаемых целей путешествий показывает, что за последние 5 лет в первой пятёрке целей путешествий изменений не произошло, что говорит об их стереотипности. Можно отметить сильную экскурсионную направленность поездок – в частности, на первых местах стоят любование природой и ландшафтами, а также знакомство с историческими и культурными достопримечательностями. Предпочитаемые цели путешествий японских туристов представлены в табл. 11.

Для знакомства японцев с историей и культурой страны пребывания необходима развитая информационная служба о музеях, выставочных залах, хорошо подобранная экспозиция и т. д. Желательно наличие гидов-переводчиков с японским языком и буклетов на японском языке.

Особый интерес для принимающей стороны представляет анализ расходов японских туристов в местах пребывания. Ниже приведены данные о расходах японцев в зарубежных поездках. В структуре расходов большая часть (48–59 %) приходится непосредственно на затраты, связанные с совершением путешествия (дорога, проживание, питание). Как показывают приведённые данные, самые большие совокупные затраты приходятся на выезды на обучение за границу и учебные экскурсионные туры (592 тыс. иен). Выезды на обучение за границу характеризуются большой продолжительностью и требуют значительных расходов в месте пребывания (непосредственно оплата за обучение, проживание, питание и т. п.). Второе место по затратам занимают свадебные путешествия (480 тыс. иен), в которых 35 % всех расходов приходилось на шоппинг. Самыми дешёвыми по совокупным затратам являются поездки для посещения родственников или друзей (320 тыс. иен).

Таблица 11

Предпочитаемые цели путешествий японских туристов, %

Цели путешествий	В целом (n = 704)	Не состоящие в браке		Состоящие в браке (18–39 лет)		Состоящие в браке (40 лет и старше)	
		муж (n = 80)	жен (n = 102)	муж (n = 85)	жен (n = 112)	муж (n = 213)	жен (n = 112)
Любование природой и ландшафтами	73,0	70,0	71,6	60,0	75,0	74,2	78,1
Посещение исторических и архитектурных достопримечательностей	46,4	47,5	45,1	36,5	42,0	48,8	51,0
Национальная кухня	38,1	38,8	40,2	38,8	38,4	33,3	41,7
Восстановление сил и неспешный отдых	37,1	25,0	40,2	42,4	55,4	39,9	33,3
Шопинг	33,0	17,5	51,0	32,9	53,6	20,7	31,8
Знакомство с инородной культурой	30,2	35,0	34,3	31,8	22,3	25,8	34,9
Музеи и выставки	26,8	22,5	27,5	21,2	20,5	28,2	32,8
Общение и связи с местным населением	19,6	27,5	33,3	15,3	12,5	16,0	19,3
Водный спорт (серфинг, подводное плавание и пр.)	14,0	15,0	26,5	23,5	23,2	8,0	4,2
Проживание в знаменитых гостиницах	12,2	5,0	12,7	15,3	16,1	11,3	12,5
Концерты и другие музыкальные мероприятия	8,2	12,5	13,7	3,5	10,7	6,1	6,3
Знакомство с последней модой	8,0	10,0	17,6	7,1	7,1	3,8	7,8
Обучение (изучение иностранных языков и др.)	7,8	12,5	15,7	10,6	6,3	4,2	5,2
Спорт (теннис, гольф и т. д.)	6,6	6,3	4,9	15,3	4,5	8,5	3,1
Международные спортивные мероприятия, карнавалы и пр.	6,1	11,3	6,9	9,4	5,4	3,3	5,7
Азартные игры и шоу	5,2	8,8	4,9	12,9	5,4	3,3	2,6
Зимние виды спорта	4,1	7,5	7,8	7,1	3,6	2,8	1,0

Анализ расходов японцев в зарубежных путешествиях показывает, что самые большие совокупные затраты производят пожилые женщины (414 тыс. иен) и пожилые мужчины (408 тыс. иен), затем женщины и мужчины зрелого возраста – соответственно 374 и 357 тыс. иен. Такие высокие расходы связаны в основном с большой долей затрат на участие в путешествии – от 50 до 60 %. Пожилые люди предпочитают более комфортные условия поездки, проживания и т. п., чем люди молодого возраста. Большую долю затрат у женщин всех возрастов занимал шопинг. Расходы на путешествия по рыночным сегментам представлены в табл. 12.

Таблица 12

Расходы на путешествия по рыночным сегментам, тыс. иен

	<i>На участие в путешествии</i>	<i>На поездки в места проживания</i>	<i>Шопинг</i>	<i>Прочие расходы</i>	<i>Всего</i>
В целом	171	53	91	16	331
Студенты-мужчины	143	63	38	19	263
Студенты-женщины	150	51	67	20	288
Незамужние женщины (18–29 лет)	129	39	91	10	269
Незамужние женщины (30–44 лет)	135	49	82	9	275
Замужние работающие женщины (18–44 года)	162	49	94	16	321
Замужние неработающие женщины (18–44 года)	160	50	102	13	325
Неженатые мужчины (18–44 года)	141	60	66	19	286
Женатые мужчины (18–44 года)	160	65	81	17	323
Мужчины зрелого возраста (45–59 лет)	179	69	86	23	357
Женщины зрелого возраста (45–59 лет)	189	48	124	13	374

Пожилые мужчины (60 лет и старше)	257	55	80	16	408
Пожилые женщины (60 лет и старше)	251	36	111	18	416

В отличие от россиян, японцам не требуется свободное время для самостоятельных прогулок по городу. Поэтому программы, как правило, очень насыщенные. Также туристским компаниям необходимо помнить, что основную массу туристов составляют люди пожилого возраста – за 60. Это связано с особенностями японской культуры. В Японии длительные отпуска есть у сотрудников с большим стажем работы, соответственно надолго уезжать из страны могут позволить себе только люди в преклонном возрасте.

Можно сделать вывод, что японские туристы являются требовательными и вместе с тем высокоплатёжеспособными клиентами. Более привлекательным для японского туриста является посещение красивых природных ландшафтов, архитектурных и исторических памятников. К тому же, японские туристы серьёзно относятся к уровню безопасности в посещаемой стране.

Список литературы

1. Аблажей Н. Н., Узбекова Ю. И., Лудцева Е. Б. Российско-китайское и российско-казахстанское приграничное сотрудничество: сопоставление подходов и практик // Природоохранное сотрудничество в трансграничных экологических регионах: Россия – Китай – Монголия. Чита, 2012. Ч. 1. С. 3–10.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2001. 470 с.
3. Бабаева З. Ш. Основные аспекты внутренней и международной стабильности развития Китая // Экономика и предпринимательство. 2013. № 10. 35–38 с.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 176 с.

5. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2005. 160 с.
6. Голубков Е. П. Сегментация и позиционирование // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4.
7. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. М.: Финансы и статистика, 2004. 200 с.
8. Забайкалкрайстат [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chita.gks.ru> (дата обращения: 17.04.2018).
9. Ковалева Д. А. Развитие туризма в России: проблемы и перспективы // Внешнеэкономический бюллетень. 2004. № 12. С. 45–52.
10. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма. М.: КноРус, 2007. 272 с.
11. Окладникова Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. М.: Учитель и ученик: Омега-Л, 2002. 384 с.
12. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. 175 с.
13. Российский рынок туристских услуг: розничные продажи [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/articles/relise/article/1713.html> (дата обращения: 25.10.2018).
14. Сегментация туристского рынка: принципы и особенности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru/issues/2015/10/58628> (дата обращения: 21.10.2018).
15. Щербакова С. А. Международный туризм. Экономика и география. М.: Финансы и статистика, 2007. 144 с.
16. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск, 2002. 419 с.
17. Developing Market Segmentation in Tourism [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-1283-1/urn_isbn_978-952-61-1283-1.pdf (дата обращения: 26.09.2018).
18. Japanese Tourism Travel Culture [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.docviewer.yandex.ru> (дата обращения: 22.05.2018).

19. Market segmentation by psychographic criteria [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v19n1> (дата обращения: 10.09.2018).

20. Market segmentation [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tutorialspoint.com/tourism_management/tourism_management_market_segmentation (дата обращения: 26.09.2018).

21. Sara Dolnicar. Market segmentation in tourism. CAB International, Cambridge, 2008. 150 p.

Глава 4. Развитие этнографического туризма в Забайкалье

Этнографический туризм имеет своей целью ознакомление с бытом, культурой, традициями и обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой. Этот вид туризма интересен уже сегодня и будет востребован в будущем в связи с его уникальностью и неповторимостью, так как в настоящее время этническое разнообразие сокращается со скоростью, соизмеримой с темпами утраты биологического разнообразия. Развитие этнографического туризма должно способствовать сохранению культурного наследия и являться фактором устойчивого развития территорий проживания. Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека.

Проекты, разработанные туристскими компаниями в рамках этнографического туризма, предлагают туристам и гостям страны в любое время года интересную программу отдыха с уникальной возможностью знакомства с нерастроченной культурой, традициями и бытом коренных народов, включая посещение национальных домов, проживание в семьях различных национальностей, участие в народных праздниках и гуляниях, ознакомление с местными народными промыслами, прикладным искусством и т. д.

Этнографический туризм способствует улучшению жизни и самих людей, принимающих у себя туристов. Включение местного населения в приём туристов вызывает у него заинтересованность в сохранении собственных традиций и охране природы родного края, а производство и реализация изделий ремёсел и кустарного производства в виде сувениров – это, кроме того, надёжный источник материального благополучия местного населения.

Этнографический туризм является одним из недооценённых видов туризма в Забайкалье, хотя его отличительной чертой является то, что он может быть очень интересен практиче-

ски для любой категории туристов – как для иностранцев, так и граждан России, как для молодых людей, интересующихся историей, традициями и бытом своих предков, так и для более возрастной категории туристов, имеющих различную мотивацию. Регион обладает большим потенциалом для развития данного вида туризма, поэтому, в связи со всем вышесказанным, авторы считают, что изучение и развитие этнографического туризма в Забайкалье является актуальным.

Этнографический туризм – одно из направлений культурно-познавательного туризма, основанного на интересе туристов к подлинной жизни народов, к ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством, культурой и являющегося в настоящее время заманчивым для многих стран. Он подразумевает проживание в другой культурной среде, знакомство с традиционными блюдами, праздниками, народными костюмами [3].

Поскольку этнографический туризм является одним из видов культурно-познавательного туризма, то можно выделить такие его подвиды, как:

- культурно-этнографический (интерес к культуре этноса (народа или народности), объектам, предметам и явлениям этнической культуры, быту, костюму, языку, фольклору, традициям и обычаям, этническому творчеству);

- культурно-этнический (посещение родины предков, знакомство с культурным наследием своего исконного народа, этнических заповедных территорий, этнических тематических парков);

- культурно-антропологический (интерес к представителю этноса в развитии, с точки зрения эволюции; посещение страны с целью знакомства с современной «живой культурой») [4].

Одним из направлений этнографического туризма является аборигенный туризм – это этнографический туризм с участием (вовлечением) представителей коренного населения.

Забайкалье – природная и географическая территория в восточной части России, к востоку и юго-востоку от озера Байкал. Здесь расположены Забайкальский край, Бурятия.

Протяжённость с запада, от берегов Байкала, на восток, до слияния рек Шилка и Аргунь, свыше 1000 км. Протяжённость с севера (Патомское и Северо-Байкальское нагорья) на юг (государственная граница России с Монголией и Китаем) около 1000 км [9].

Забайкалье обладает значительным потенциалом туристского предложения, базирующимся на уникальных природных ресурсах, ландшафтном и биологическом разнообразии территории, ресурсах познавательного, этнографического и научного туризма, орнитологического туризма, геологической и палеонтологической истории края, сохранившихся памятниках археологии, культуры.

Особенно Забайкалье отличается этнографическим разнообразием.

В XVII веке на значительной территории Забайкалья проживали эвенки – представители тунгусо-маньчжурской языковой группы. Они были зависимы от монголоязычных племён, которые занимали лесостепные и степные районы края. Юг Забайкалья был заселён различными монголоязычными племенами, которые впоследствии сформировали бурятский этнос. В настоящее время буряты имеют собственные территориальные образования.

Появившиеся в Забайкалье в середине XVII века русские, в основном выходцы из северных районов России, белорусы, украинцы, отчасти поляки позволили развиваться здесь славянскому населению. Эти первые колонисты положили основу будущего забайкальского старожильского населения, иными словами, сибирякам. На протяжении XVII–XX веков в результате переселенческой политики Российского государства, заключавшейся в добровольной и принудительной хозяйственной колонизации, отправке на каторжные работы, шёл дальнейший процесс формирования на данной территории старожильского (сибирского) населения. В этом процессе участвовали также татары, евреи, немцы, представители кавказских и прибалтийских народов и др. Тем не менее, основным компонентом старожильского населения оставались славяне, в основном, русские [6].

Проживая на одной территории с коренным населением – эвенками и бурятами, старожилы постепенно приобретали некоторые антропологические особенности, заимствовали некоторые элементы быта и культуры этих народов, сохраняя при этом, как правило, свой язык, самосознание, свой культурно-бытовой облик. В свою очередь, принеся и распространив среди местного населения собственные хозяйственные навыки и приёмы, старожилы содействовали развитию земледелия, оседлости, строительству городов. Таким образом, на территории Забайкалья постепенно сформировался основанный на бурятском, эвенкийском и в основном русском этносах определённый тип местного населения, который принято называть «гураны».

Со второй половины XVIII и до середины XIX века происходило формирование ещё одной социальной группы – казачества. Оно ведёт свою родословную от русских служилых людей (казаков), которые по правительственному указу в Забайкалье обращали в русское подданство местные народы, собирали с них ясак, занимались хозяйственной деятельностью края. Русское государство возложило на казаков обязанности защиты вновь приобретённых земель, охрану их юго-восточных границ. Постепенно, в течение двух столетий, определились традиционные территории жизнедеятельности казаков – южные и юго-восточные, т. е. приграничные, районы Забайкалья. Частично казачьи владения располагались в глубине территории. Отличное от прочего населения Забайкалья социальное положение казаков, специфика воинской службы с элементами самоуправления, универсальность хозяйственной деятельности, своеобразие бытовых культурных традиций – всё это способствовало созданию их особенного жизненного уклада. А длительное проживание в иноэтничном окружении среди бурят, эвенков, монголов, интенсивные контакты с ними вносили новые черты в быт и культуру забайкальских казаков, сказывались на их антропологическом типе. Поэтому в казачьей среде происходил процесс формирования этнических особенностей, который прервался в результате неблагоприятных для казачества социально-политических и социально-экономических изменений в годы Советской власти [6].

В связи с упомянутой переселенческой политикой Российского государства среди русского населения Забайкалья во второй половине XVIII века выделилась локальная этноконфессиональная группа, получившая название «семейские». Территория их расселения – западные и юго-западные районы края. В течение XVIII–XIX веков на формирование населения Забайкалья влияло направление на каторгу и в ссылку представителей самых разных национальностей и социальных групп, населявших Российскую империю. Среди них немало было поляков, евреев, представителей кавказских и прибалтийских народов. Впоследствии они нередко оставались в Забайкалье на постоянное место жительства. Сейчас, представляя собой незначительную часть населения Забайкалья, они проживают совместно с другими этносами и старожилами и не рассеяны в особые этнокультурные или этноконфессиональные группы. Частью они приравнивались с представителями старожильского, иногда пришлого населения.

В начале XIX века в центральной части Забайкалья, в долине реки Ингода, поселились белорусы и украинцы (малорусы). Их миграции в Забайкалье происходили в конце XIX – первой половине XX века в связи с прокладкой железной дороги. В этот же период и по той же причине сюда переселились татары (представители татарского субэтноса сибирских татар). Их потомки заселяли как промышленно-развитые районы края, так и отдалённые сельские местности, главным образом, по берегам рек и озёр и вдоль трактов [6].

В конце XIX века в связи с военными конфликтами в Юго-Восточной Азии, а также с колониальной политикой России в отношении Китая в Забайкалье имели место миграции корейцев и китайцев. Позднее наблюдался их отток из края. Сейчас представители этих этносов составляют незначительную долю забайкальского населения и не имеют своих территориальных образований.

Современная политическая и экономическая ситуация вновь создала условия для расширенного проживания китайцев на территории Забайкалья, особенно в городах и крупных населённых пунктах. Появление в Забайкалье новой волны эт-

нических мигрантов связано с социально-экономической политикой советской власти. В настоящее время на территории Забайкалья проживают потомки репрессированных в 1930–1950-е годы, являющиеся представителями различных народов России. В годы войны в Забайкалье были депортированы немцы. Строительство и хозяйственное освоение территории БАМа способствовало притоку в северные районы Забайкалья представителей населения Средней Азии, Кавказа, Прибалтики и других территорий [6].

Наибольший интерес с точки зрения развития этнографического туризма в Забайкалье представляют, на наш взгляд, такие этнические группы, как эвенки, буряты, казаки (Забайкальское казачье войско) и «семейские» (старообрядцы). Рассмотрим их более подробно.

Эвенки (тунгусы; самоназвание – эвенкил) занимают второе место после ненцев по численности среди коренных малочисленных народов Севера (около 35 тыс. чел). Живут также в Китае и Монголии.

Название «эвенки» было официально введено в 1930-х годах и способствовало консолидации многочисленных эвенкийских групп, ранее известных как тунгусы. Эвенкил – самоназвание многих групп, означает «человек». В бывшем Эвенкийском округе и Иркутской области распространен этноним *илэ*, в Бурятии – *мурчен* и *орочён*, в Амурской области еще несколько десятилетий назад встречался этноним *манегры*.

Эвенкийский язык относится к тунгусо-маньчжурской ветви алтайской языковой семьи и до 1930-х годов был бесписьменным. Постепенно эвенкийский язык, особенно в городах и посёлках, вытесняется русским, якутским, бурятским.

Условно выделяются две большие группы эвенков: западные (эвенки Западной и Средней Сибири) и восточные (эвенки Забайкалья и Дальнего Востока). Происхождение связано с районами Прибайкалья и Забайкалья, откуда разновременными «волнами» шло расселение по Сибири. На культуру западных эвенков повлияли самодийцы и тюрки, восточных – монгольский мир. Западные эвенки, например, наносили та-

туировку на лицо, восточные – нет. Оленеводство западных эвенков было транспортным, малостадным, основным занятием была охота. У восточных эвенков (оленных) стада были больше.

Ко времени вхождения в состав Российского государства в XVII веке эвенки вели кочевой образ жизни: охотились на лося, дикого оленя, изюбря, реже на медведя, рыбачили. Эвенки ездили на оленях верхом, что отличало эвенков и эвенов от других оленных народов. Их даже называли всадниками на оленях. На юге Сибири эвенки разводили лошадей и верблюдов, крупный и мелкий рогатый скот, на Байкале и Охотском море занимались морским зверобойным промыслом, на Крайнем Севере охотились на дикого оленя и линных птиц. Многие предметы быта эвенки делали из бересты: посуду (туески, чумашки, битки гуяун для сбора ягод), покрытия на летний чум, колыбели. Из бересты делали даже лёгкие лодки-берестянки. С них рыбачили с острогой.

Чум тунгусов-эвенков назывался дю. Летом его крыли вываренной берестой (берестяной чум – тыксама дю) или корой лиственницы. Зимние чумы эвенков назывались голомо, утэн и крылись войлоком, берестой, шкурами оленей, а поверх всего этого присыпались землёй и снегом. Места справа и слева от входа предназначались для хозяев, по бокам от очага – для членов семьи и гостей-женщин, самое тёплое место (малу) за очагом, напротив входа – для гостей-мужчин. В отсутствие гостей почётное место предназначалось для мужских занятий – починки снастей, работы по дереву и т. п. Специальный шаманский чум дулу строился для больших шаманских камланий. Их устраивали, когда нужно было проводить душу умершего в мир мёртвых, или найти душу больного, украденную злыми духами, или обеспечить удачу в промысле. Шаманский чум необычно больших размеров символизировал среднюю землю, остров в течении шаманской реки. В центре чума ставили шаманское дерево *туру* – молодую лиственницу, верхушку которой выводили через дымовое отверстие. По ней путешествовал шаман. Украшали чум своеобразными галереями. Галерея *дарне* состояла из деревянных скульптур живот-

ных – духов-помощников шамана. Галерея *онан* ассоциировалась с нижним миром, рекой мёртвых, и поэтому строилась за задней стенкой чума, с западной или северной стороны. Шаманизм сохраняется и сегодня, но большинство верующих эвенков – православные [5].

Большая часть эвенков проживает в Якутии (21 008 чел.), Эвенкийском районе Красноярского края (4372 чел.), Хабаровском крае (4101 чел.), Бурятии (2974 чел.), Амурской (1481 чел.) и Иркутской (1272 тыс.) областях, Забайкальском крае (1387 чел.) [11].

Ещё одним коренным народом Забайкалья, представляющим интерес с точки зрения развития здесь этнографического туризма, являются буряты (самоназвание – буряад), население Республики Бурятия и Забайкальского края. Численность в России – 461 389 человек [11].

В формировании бурятского этноса участвовали племена курыкан и байегу, входившие в конфедерацию тюркоязычных племён теле, возглавляемую уйгурами, и монгольские племена меркитов, хори-туматов, баргутов, салатжиутов, циюнголов и др. Процесс формирования бурятского этноса завершился к концу XIX века.

Буряты говорят на бурятском языке северной группы монгольской ветви алтайской языковой семьи. До 1956 года язык назывался бурят-монгольским. После переименования Бурят-Монгольской Автономной Советской Социалистической Республики (АССР) в Бурятскую АССР язык получил название бурятский. С XVII–XVIII веков восточные буряты пользовались монгольским письмом, а западные для письма использовали кириллицу. В 1931 году был введён алфавит на базе латинской графики, а позже, в 1939 году, была введена кириллица на базе хоринского говора, понятного большинству носителей бурятского языка.

До революции забайкальские буряты исповедовали в основном тибетско-монгольский буддизм-ламаизм. В бурятском Гусиноозерском дацане была резиденция пандида-хамбо-ламы – одного из высших иерархов ламаистской традиции, считавшегося живым Буддой. Предбайкальские буряты испове-

довали православие. Среди тех и других сохранялись также традиционные шаманистские представления. В настоящее время большинство верующих бурят – буддисты-ламаисты школы Гелуг. Есть также православные и шаманисты.

Среди бурят выделяются этнографические группы: булагаты (бывший Усть-Ордынский Бурятский АО), эхириты (Баргузинский, Баяндаевский, Кударинский районы Бурятии, бывший Усть-Ордынский Бурятский АО), хонгодоры (буряты Иркутской области, бывшего Усть-Ордынского Бурятского АО), хоринцы (Забайкальский край, Хоринский и другие районы Бурятии), буряты северных районов Бурятии (в значительной части – ассимилированные эвенки) и селенгинские буряты (центральные и южные районы Бурятии).

Пищевой комплекс бурят основывался на молоке и молочных продуктах. Молоко пили, кислое молоко заготавливали впрок, из молока гнали спиртосодержащую араку (архи), сушёную творожистую массу (хурут) использовали вместо хлеба. Мясо часто ели только в семьях, владевших большим количеством домашних животных. Популярен был чай, который пили с молоком, животным жиром, солью.

Традиционное занятие бурят – кочевое скотоводство. Семьи круглогодично кочевали за стадами с пастбища на пастбище. У западных бурят также были развиты земледелие, рыбная ловля, охота. Постепенно кочевать стали только богатые животноводы, остальные перешли к оседлости. У предбайкальских бурят земледелие стало основной отраслью хозяйства. Сеяли озимую и яровую рожь, пшеницу, ячмень, гречиху, овес, коноплю. Животноводство сохранялось в форме приусадебного содержания коров, коз, других животных. Было развито ювелирное дело и кузнечное ремесло. Кузнецы при этом почитались как шаманы, т. к. железные предметы считались магическими.

Традиционным бурятским жилищем была юрта. С переходом к оседлости буряты стали строить многоугольные срубные юрты, а позже – избы по русскому образцу.

Большинство бурят проживают в Республике Бурятия (286 839 чел.), Иркутской области (77 667 чел.), Забайкальском крае (73 941 чел.). 7011 бурят проживают также в Республике Саха (Якутия) [11].

Интересной является и культура забайкальских казаков. Казаки (козаки) – субэтническая группа преимущественно восточных славян, проживающая в южных степях Восточной Европы, в частности, России и Казахстана, а ранее и Украины.

Точное происхождение казаков неизвестно. Существует множество теорий возникновения казачества. По мнению В. Шамбарова, Л. Гумилёва и других историков, казачество возникло путём слияния касогов и бродников после монголо-татарского нашествия. Касоги (касахи, касаки) – древний черкесский народ, заселявший территорию нижний Кубани в X–XIV веках. Бродники – народ тюркско-славянского происхождения, сформировавшийся в низовьях Дона в XII веке (тогда приграничный район Киевской Руси). После покорения монголами касоги бежали на север, и смешались с подонскими бродниками, которые унаследовали их имя – казак. При этом известно, что сами бродники приняли сторону монголов, сражались против Руси в битве на Калке. Так и образовалась первая ячейка казачества, изначально на службе Орды. Монголы лояльно относились к сохранению поданными своих религий, в том числе и людьми, входившими в их войсковые подразделения. Существовало также Сарайско-Подонское епископство, которое позволило казакам сохранить свою идентификацию. После раскола Золотой Орды оставшиеся и на её территории казаки сохранили войсковую организацию, но при этом оказались в полной независимости и от осколков былой империи – Ногайской орды и Крымского ханства, и от появившегося на Руси Московского государства. Известно то, что в 1380 году казаки преподнесли Дмитрию Донскому икону Донской Богоматери и участвовали против Мамае в Куликовской битве. Однако в 1395 году состоялось нашествие Тамерлана на Русь. Хотя до Москвы Тамерлан не дошёл, его рати прошли по Дону и взяли огромный полон. Впоследствии Дон опустел, а казаки ушли на север и рассеялись, многие осели на Верхнем Дону, а также сформировались общины в бассейнах других рек, и именно это совпадает с первыми упоминаниями казаков на Волге, Днепре, Тереке и Яике.

К концу XIV века образовались две крупные группы проживавших в низовьях Дона и Днепра. К ним присоединилось

заметное количество восточнославянских переселенцев из соседних к северу Московского и Литовского княжеств. Таким образом, к началу XVI века обе группы выросли в крупные вольные войска. Донские казаки в союзе с Русским царством начали систематическую колонизацию окраин России, заселили низовья Волги, Яика и Терека, а также обширные территории в Сибири, и стали основой новых войск [2].

Казаки являлись народной самообороной, нацеленной на защиту мирного населения от постоянных набегов вооружённых банд татарского происхождения. В ходе XVIII века растущая Российская империя требовала от казаков преданности и службы, но это часто шло против их вольного образа жизни и привело к множеству восстаний, самые крупные из которых – Разина, Булавина и Пугачёва. Это вызвало крупные карательные меры со стороны российских властей и в крайних случаях целые войска могли быть расформированы, как случилось с Запорожским в 1775 году. К началу XIX века казаки образовались в отдельное сословие, сторожили государственные и внутренние этнические границы (пример – Кавказская война), постоянно посылали людей во множество войн и даже служили как личный конвой царя. В ответ они имели значительную социальную автономию, плодородные земли, освобождались от налогов и т. д. В результате к началу XX века казаки стали стереотипом России за границей и её власти внутри.

Со временем казачье население продвигалось вперёд на необжитые земли, расширяя государственные пределы. Казачьи войска принимали активное участие в освоении Кавказа, Сибири (экспедиция Ермака) и Дальнего Востока [2].

Во время Гражданской войны большинство казаков выступили против советской власти. Казачьи области стали опорой Белого движения. Крупнейшими антибольшевистскими вооружёнными формированиями казаков были Донская армия на юге России, Оренбургская и Уральская армии – на востоке. В то же время часть казаков служила в Красной армии.

Основным хозяйственным занятием казаков являлись охота, рыболовство, животноводство. Например, в Донском войске до начала XVIII века хлебопашество было запрещено

под страхом смертной казни. Как считали сами казаки, жили они «с травы и воды». Огромное значение в жизни казачьих общин играла война: они находились в условиях постоянного военного противостояния с враждебными и воинственными кочевыми соседями, поэтому одним из важнейших источников существования для них являлась военная добыча. Совершались речные и морские походы на стругах, а также конные набеги. Часто несколько казачьих единиц объединялись и совершали совместные сухопутные и морские операции, всё захваченное становилось общей собственностью – дуваном.

Главной особенностью общественной казачьей жизни являлись военная организация с выборной системой управления и демократические порядки. Основные решения (вопросы войны и мира, выборы должностных лиц, суд провинившихся) принимались на общеказачьих собраниях, станичных и войсковых кругах, или Радах, являвшихся высшими органами управления. Главная исполнительная власть принадлежала ежегодно сменяемому войсковому (кошевому в Запорожье) атаману. На время военных действий избирался походный атаман, подчинение которому было беспрекословным [1].

Основу забайкальских казаков составили донские казаки, которые появились в Забайкалье около 1639 года. В 1654 году казаки Петра Бекетова основали Нерчинск. По образцу казачьего войска были организованы буряты (4 полка) и тунгусы (500 человек), которые позже слились с казаками. Отличительной особенностью забайкальских казаков был тот факт, что наряду с православием часть из них (преимущественно бурятского происхождения) исповедовала ламаизм.

Забайкальское казачье войско было образовано 17 марта 1851 года приказом императора Николая I, по предложению генерал-губернатора Н. Н. Муравьева-Амурского, на территории Забайкалья из части сибирских казаков, бурят, эвенкийских военных формирований и крестьянского населения некоторых районов в составе 3 конных полков и 3 пеших бригад (1-й, 2-й, 3-й русские полки, 4-й тунгусский (эвенкийский) полк и 5-й и 6-й бурятские полки). Осуществляло охрану границы с Китаем и внутреннюю службу [1].

В 1854 году забайкальские казаки осуществили сплав по реке Амур и основали пограничные посты вдоль границы с Китаем, а в 1858 году из Забайкальского было выделено Амурское казачье войско.

В 1916 году казачье население Забайкальского казачьего войска составляло 265 тысяч человек, на военной службе находилось 14,5 тысячи. Казаки участвовали в подавлении Ихэтуаньского восстания (1899–1901 гг.), в Русско-японской (1904–1905 гг.) и Первой мировой войнах.

Во время Гражданской войны (1918–1920 гг.) часть казачества активно воевала против большевиков под руководством атамана Г. М. Семёнова и барона Унгерна, некоторые казаки поддерживали красных.

В 1920 году Забайкальское казачье войско, как и прочие казачьи войска в СССР, было ликвидировано советской властью. После поражения Семёнова примерно 15 % казаков вместе с семьями ушли в Маньчжурию, где обосновались, создав свои станицы (Трёхречье). В Китае они поначалу тревожили набегами советскую границу, а затем замкнулись и жили своим бытом до 1945 года (до наступления Советской армии). Затем некоторые из них эмигрировали в Австралию (Квинсленд). Некоторые в 1960-е годы вернулись в СССР и были поселены в Казахстане.

В эпоху советской перестройки началось возрождение забайкальского казачества. В 1990 году в Москве был создан Большой казачий круг, на котором в числе прочих было принято решение о воссоздании Забайкальского казачьего войска. В 1991 году был образован ансамбль песни и пляски «Забайкальские казаки». В 2010 году в Чите был избран атаманом Забайкальского казачьего войска *Сергей Бобров*. 30 марта 2011 года забайкальские казаки отметили 160-летие своего войска [9].

Сегодня особый интерес с точки зрения этнографического туризма представляет культура старообрядцев («семейских»), так как они долгое время вели закрытый образ жизни и изучение её традиций, быта, обычаев началось сравнительно недавно. Кроме того, по Уставу Забайкальского края «семейские»

находятся под особой охраной, а Комитетом Организации Объединенных наций по делам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) включены в список «Шедевры устного и нематериального наследия».

Семейские – это своеобразная этнографическая группа русского старообрядческого населения Сибири. Их предки выступили в XVII веке против церковной реформы Никона и были подвергнуты жестоким преследованиям и гонениям со стороны правительства и официальной православной церкви. Одним из пламенных вдохновителей староверов был опальный протопоп-бунтарь Аввакум. Восставая против реформы и притеснений, одни староверы, наиболее фанатичные, в знак протеста сжигали себя заживо; другие поднимали бунты и восстания; третьи, скрываясь от преследований, бежали на окраины Российского государства и за его пределы. Так, на Урале и в Сибири появились «кержаки», в Турции – «казак-некрасовцы», в Румынии – «липоване», в тогдашних пределах Польши – на Ветке и в Стародубье – «поляки». Везде, где бы ни оказывались старообрядцы, они осваивали новые земли, создавали общины, свято хранили обычаи старины, культуру и русский язык.

В 1735 и 1764 годах царское правительство предприняло две «выгонки», изгнав «поляков»-староверов с насиженных мест и сослав их в «страшную глушь», за Байкал, чтобы они развивали там земледелие и снабжали нерчинских рудокопов хлебом. Вероятно, здесь, в Сибири, их и назвали «семейскими», потому что те пришли сюда, в отличие от других переселенцев, семьями. Семейские расселились крупными группами на территории нынешних Бичурского, Мухоршибирского, Тарбагатайского и частично Хоринского, Заиграевского, Селенгинского, Кижингинского районов Республики Бурятия, а также в Красночикойском районе Забайкальского края [6].

Значительная удалённость большинства старообрядческих селений от городов и промышленных центров, труднодоступный горно-таёжный ландшафт местности, замкнутый образ жизни и тесные семейно-родственные связи, дикто-

вавшиеся религиозными устоями, – всё это способствовало сохранению почти в первозданном виде жизненного уклада, быта и культуры предков семейских. Поездка в семейское село даже сегодня может показаться путешествием в историю, которая до сих пор прослеживается как в облике самих людей и их одежде, в говоре, так и в особенностях жилых построек, орудий труда, утвари. А выступления народных семейских хоров на естественных площадках или на сценах вызывает всегда бурю восторга: красочные, яркие одежды и головные уборы женщин, развевающиеся косы девушек, длинные бороды и косоворотки мужчин и бесподобно распевные многоголосные песни, являющиеся достоянием фольклорной культуры семейских, их гордостью, тем, что они сохранили и пронесли сквозь века [10].

В культуре старообрядцев особый интерес вызывает женский костюм. Он относится к так называемому сарафанному комплексу русской одежды. Традиция носить подобную одежду у семейских сохранилась на протяжении всего XX века. Причиной тому послужило то, что указ Петра I о ношении европейского платья не распространялся на старообрядцев. Да и сами семейские, видимо, в знак протеста по отношению к властям, продолжали носить старорусский костюм как одно из проявлений старого русского уклада. Обязательными атрибутами костюма семейских женщин была рубаха, сарафан прямой и косоклинный, фартук традиционного кроя из ярких и контрастных по цвету тканей. Костюм дополнялся длинным тканым поясом с узором. В холодное время года женщины носили так называемые курмушки и бекешы, стёганные халаты. Необходимый элемент одежды замужней женщины – платок, повязанный на голове особым способом. Важным дополнением женского наряда были украшения: ожерелья из янтаря, речного жемчуга, перламутра, специального шейного украшения – жарелок.

Мужской костюм семейских состоял из рубахи-косоворотки и штанов с широким шагом. Рубаха типично русская, а штаны украинско-белорусского типа. Мужчины носили валяные из овечьей шерсти колпаки, шляпы, зимой шапки из овчины, волчьей, лисьей. В холодное время года надевали куртки

из шерстяного домотканого полотна, также халаты, но более длинные. Из обуви мужчины и женщины носили чирки и ичиги, заимствованные у бурят унты и пимы. У бурят также были заимствованы доха, меховая шапка (малахай) [10].

Немалый интерес представляет традиционное искусство старообрядцев, корни которого уходят в художественную традицию северных и центральных областей России. Кроме того, оно испытало на себе влияние бурятского народного искусства. Украшая резьбой и росписью отдельные части дома, бытовую утварь, семейские решали не только эстетическую задачу. Они также стремились оградить себя от злых духов, болезней и других вредных влияний.

Старообрядцы, поселенные в основном в уже существовавшие старожильческие русские селения, способствовали их укрупнению и влияли на планировку. Эти села, как правило, протяжённые, в одну или две улицы, с одно- или двухрядной застройкой, располагались по берегам рек. Застройка улиц семейских селений не была однообразной. Дома на улицу ставились торцевой или длинной стеной, иногда окна смотрели на улицу, иногда дом «выходил» на улицу глухой стеной. Но существовала характерная особенность в застройке улиц: дома, ворота, заборы, заплоты, как правило, не выступали в улицу, располагаясь в одну линию [7].

Сохранялась и традиционная русская застройка крестьянской усадьбы. Она состояла из переднего двора с жилым комплексом и хозяйственными строениями, скотного двора с постройками и огорода. Для селений семейских характерны четыре основных типа крестьянского жилища: четырёхстенная изба, т. е. сруб с сенями и без сеней; пятистенная изба; шестистенная изба («связь»); круглый (квадратный) дом.

У старообрядцев в основном преобладали пятистенные избы. В такой избе, где удлинённый сруб делился бревенчатой капитальной перегородкой на две половины, имелось два жилых помещения: собственно изба и горница. Иногда обе половины имели печь, иногда горница не имела печи и использовалась только в летнее время. Позднее избу стали делить перегородками, образуя отдельные комнаты [7].

Семейские – хлебосольный, гостеприимный народ – любят яркие, весёлые тона. Это говорит о жизнелюбии народа, его весёлом нраве и достатке.

Кухня семейских представляет большой выбор мясных, молочных блюд, выпечки. Побывав на подворье семейских, отведав пирогов, оладьев, щей, каш каждый захочет вернуться сюда вновь. Вся трудовая деятельность, будни и праздники семейских были связаны с православным календарём и сопровождались различными обрядами, имевшими как православное, так и языческое происхождение. Обрядовый фольклор является своеобразным, ярким звеном в традиционной культуре семейских. Они, в силу религиозно-этнических убеждений, сохранили в своём быту и духовной жизни многие, если не все, стороны обрядности в «чистом», неискажённом виде.

Обрядовый фольклор можно условно разделить на календарный (по народным праздникам земледельческого года) и бытовой (крестильный, свадебный, похоронный). Семейно-бытовая обрядность староверов отличалась необычайно строгим соблюдением традиционных устоев, жизненного уклада и была закреплена целой системой запретов, которые регламентировали их быт, религиозные верования, семейные и общественные отношения. Поэтому, например, обряды крещения и похорон-поминок, в отличие от календарных обрядов, у семейских сохранились и по сей день почти в неизменном виде. Существовали обряды, связанные с празднованием многих праздников. Весьма интересен обряд, зафиксированный в селе Укыр Красночикойского района. Холостые ребята, а их в селе много, больше, чем девушек, в ночь на Рождество «заваливают ворота» домов, где живут девушки. Пускается в ход всё, что может оказаться под рукой: дрова, доски, железные бочки и т. д. Вся работа проходит в полной тишине. В завершение к забору прикалывают послание с пожеланиями скорейшего замужества. Этот обряд носит целенаправленный свадебный характер, подводя к выбору спутника жизни. Большое распространение в свадебной обрядности имеют гадания или ворожба. В том же Укыре бытует гадание с помощью пепуха и курицы.

Обрядная сторона оформления брака у семейских Восточного Забайкалья не была однородной, так как и не однородна среда этой этноконфессиональной группы. Несмотря на то, что теперь не существует деления семейских на различные толки и согласия, до сих пор сохраняются элементы двух направлений в их свадебной обрядности. Во время экспедиции в Улётовский район, в сёла, где проживают семейские из Чикоя, стало известно о том, что утром свадебного дня невеста продавала ленты из косы. Каждую ленту подружки выкупали деньгами. Там же существовал обычай вести невесту в баню с песнями [7].

На семейской свадьбе молодожёны не сидели за столом с гостями, тем более, никогда не пили спиртного. «Молодые должны сидеть на сундуке весь первый день». Гости веселились за столом, дарили молодым подарки, за которые брачующиеся благодарили поясным поклоном. Позже, когда перестали придерживаться этой традиции и молодожёнам разрешалось сидеть с гостями, они всё равно не должны были есть, так как боялись порчи через еду. Второй день свадьбы проходил в доме невесты. Родители приглашали «сватов». Приезжали на «разряженных» санях или телегах, конь тоже украшался бумажными цветами. Третий день праздновался у жениха. В старину в этот день родители украшали бутылку, прикрепляли её к потолку. Обязательным ритуалом на свадьбе было её «тушение». На улице, возле ворот, разжигали костёр, прыгали, пели и плясали возле него. Когда костёр догорал, его затапывали. Родственники, теперь сваты, прощаясь, расцеловывались. После свадьбы молодые жили у родителей.

Как видим, культура старообрядцев уникальна, поскольку в ней сохранились великоросские бытовые, культовые и песенные традиции. На наш взгляд, она способна вызвать у потенциальных туристов сильнейший побудительный мотив к путешествию.

Согласно результатам последней Всероссийской переписи населения 2010 года, в Забайкалье насчитывается шесть наиболее многочисленных национальностей, численность представителей которых превышала тысячу человек. Русское

население в Забайкальском крае традиционно является наиболее многочисленным и насчитывает, по итогам переписи, 977 400 человек, что составляет 89,9 % от общего числа лиц, указавших национальную принадлежность. Второе место по численности населения края занимают буряты – 73 941 человек (6,8 %). На территории Забайкалья также проживают 6743 украинцев, 5857 татар, 1544 белорусов и 1387 эвенков [11].

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что Забайкалье обладает большими возможностями для организации здесь этнографического туризма. Посмотрим, как используется потенциал региона для развития в данном направлении.

В Забайкалье, в состав которого входит Республика Бурятия и Забайкальский край, на сегодняшний день существуют такие объекты этнографического туризма, как Бурятский государственный национальный театр песни и танца «Байкал» – визитная карточка Республики Бурятии. Его выступления всегда входят в число ярких событий культурной жизни. Постановки театра демонстрируют развитие традиций фольклорного и современного эстрадного искусства. После посещения этого театра у зрителей остаётся неповторимое ощущение присутствия на народном празднике.

В Республике Бурятия пользуется популярностью этнографический маршрут «В гостях у кочевников». Программа проходит в бурятской деревне в 30 км от города Улан-Удэ, где на территории традиционной усадьбы установлена бурятская юрта. В уютной тёплой обстановке хозяева угощают гостей блюдами национальной кухни, приготовленным по тем же рецептам, что и во времена Чингисхана. Угощать будут тоже по старинке – самых дорогих гостей – мужчин – в первую очередь. Трапеза сопровождается рассказами бурятских народных легенд, демонстрацией уникального в своём роде горлового пения, протяжными бурятскими народными песнями и танцами. Гостям предлагают принять участие в бурятском народном танце «Ёхор» и познакомиться с традиционными народными играми: стрельба из лука, борьба, игра в шагэ (кости).

В Республике Бурятия существует компания ООО «Семейские» с логотипом фирмы «В гостях у семейских», созданная в 2002 году. Представляет собой комплекс услуг: туристские, экскурсионные, кафе, гостиница, магазин сувениров, русская баня. Фирмой заключены договора с фольклорными коллективами сёл Тарбагатай, Большой Куналей, Десятниково, с народными ансамблями «Судьбинушка», «Былина» для проведения встреч туристских групп. Также заключены договоры с хозяевами гостевых домов для проживания гостей и с туристскими фирмами Бурятии. Данная компания предлагает туристам такие программы, как:

1. «К потомкам староверов “Семейские”». Она начинается со встречи гостей у горы «Спящий лев». Затем туристы едут в старообрядческое село Тарбагатай, где посещают экскурсию в музей быта староверов, а также древлеправославную церковь. В программу тура входит обед из блюд старорусской кухни. После обеда организованы знакомство с фольклором староверов, участие в обрядах и играх, экскурсия на подворье семейских.

2. «Деревня мастеров». Это программа включает в себя знакомство со старообрядческим селом Десятниково, встречу с фольклорным коллективом в усадьбе староверов (обряды, игры, хоровод), а также обед, состоящий из традиционной кухни семейских. После обеда посещение мастерской по изготовлению сувениров из бересты, бисера, ивового прута, где туристы смогут не только приобрести сувениры, но и узнать секреты их изготовления. Посещение подворья с домовою росписью XVIII века.

3. «Хранители старой веры (село Большой Куналей)». Программа тура начинается со встречи гостей у горы «Спящий лев» участниками народного хора. Далее организованы экскурсия в музей быта старообрядцев, посещение древлеправославной церкви, знакомство с селом Большой Куналей, встреча с Большекуналейским народным хором. Затем для туристов проводят традиционные обряды староверов и подают обед из блюд семейской кухни.

4. «Святая лампада» (Жарчиха). Это экскурсия по святым местам священномученика Афанасия: к дому, где проживал епископ Афанасий в местности Жарчиха, к скале, где находится пещера, куда владыка Афанасий ночами прятал церковную утварь: книги, иконы для хранения от репрессий в 1936 году Амвросий Феофанович Федотов (преосвященный Афанасий (Федотов), епископ Иркутска и всего Дальнего Востока, священномученик Афанасий) родился 21 декабря 1877 года в семье староверов, проживающих в старообрядческом (семейском) селе Тарбагатай Верхнеудинского уезда Забайкальской волости. В настоящее время потомками святого Афанасия установлен крест и зажжена святая лампада в память о владыке, на скале за горой Омудевка, в 10–15 км от Тарбагатай. Туристы также смогут совершить восхождение к пещерам Святого Афанасия, где установлен памятный крест. После обеда в селе Тарбагатай с традиционной русской кухней предлагается экскурсия к дому Святого Афанасия, к месту нахождения храма, где он проводил службы.

5. «По пути Аввакума». Программа тура рассчитана на 2 дня и включает в себя посещение села Посольск (здесь установлена мемориальная доска, начало пути протопопа Аввакума по Забайкалью). Туристам предлагают экскурсию в Посольский монастырь, в музей с. Посольск, ужин на берегу озера Байкал. Во второй день туристы совершат восхождение на гору «Спящий лев», где установлен крест по пути следования протопопа Аввакума по реке Селенга, посетят экскурсию в музей старообрядцев, приверженцев протопопа Аввакума, древлеправославную церковь в с. Тарбагатай, а также познакомятся с традиционной кухней староверов. Предлагаются экскурсии по сёлам старообрядцев: Тарбагатай, Большой Куналей, Десятниково.

Фирма «В гостях у семейских» предлагает проживание в гостевых домах – семьях староверов. Дома высокие, просторные, с большим количеством светлых окон. Характерно обилие цветов на подоконниках. На окнах белые занавески или тюлевые шторы. На зеркалах ручки с вышивками, на столах красивые скатерти, вязанные хозяйками. Отличитель-

ной особенностью семейских является их любовь к чистоте. Чистота и порядок наблюдается везде: в доме, в сенах, на крыльце и в ограде, в чистоте содержится посуда. Хозяйственная утварь, необходимая для выпечки хлеба и приготовления пищи, старинная – это клюки, деревянные лопаты, квашни, сельницы, веселки, кадки, ухваты, сковородники и др. Туристам предоставят отдельную комнату. Они могут вместе с хозяевами участвовать в приготовлении пищи, в проведении сезонных полевых работ. Вечерами можно услышать старинные песни, легенды, принять участие в проведении традиционных праздников семейских.

Кроме того, гостям Бурятии рекомендуют посетить этнографический музей народов Забайкалья, расположенный в 8 километрах от Улан-Удэ [12].

Этнографический музей народов Забайкалья является одним из популярных объектов посещения туристов. Он основан в 1968 году. Этнографический музей народов Забайкалья – один из крупнейших музеев под открытым небом в России. Музей занимает территорию площадью 37 гектаров. В музее собрано более 40 архитектурных памятников. В музейных фондах хранится свыше 11 тысяч экспонатов.

Со дня открытия и до сего времени Этнографический музей пользуется огромной популярностью у населения Республики и её гостей. В течение года его посещает более 100 тысяч человек, что является высоким показателем для данного региона. Интерес к музею не ослабевает с течением времени, потому что он находится в постоянном развитии. Создание новых экспозиций, смена выставок, организация фольклорных праздников и, наконец, всеми любимый «Уголок живой природы» – всё это привлекает посетителей разных возрастных и социальных групп. Музей под открытым небом паркового типа – любимое место отдыха улан-удэнцев. Здесь посетители открывают для себя много познавательного и интересного. Экспозиция музея отражает материальную и духовную культуру народов и этнических групп края в виде отдельных типов поселений, характерных для народов Забайкалья. Эти поселения и составляют музейные комплексы, которые последо-

вательно рассказывают о культурных особенностях этносов, об истории заселения края и этнических процессах, происходивших на данной территории с давних времен до начала XX века. Этнографический музей народов Забайкалья состоит из шести экспозиционных комплексов, изолированных друг от друга соответствующими природными ландшафтами. Комплексы расположены в последовательности, совпадающей с хронологическими периодами в истории освоения края:

1. Археологический комплекс музея состоит из закрытого павильона и открытой площадки. На открытой площадке расположены каменные плиточные могилы, каменные столбы, «сторожевые» камни и т. д. Первый могильник хуннской культуры был обнаружен в 1896 году в Ильмовой пади Кяхтинского района. В средние века хунну над захоронениями устраивали плоские, круглые каменные кладки. В закрытом павильоне демонстрируются образцы, привезённые с Нижно-Иволгинского хуннского городища.

2. В Эвенкийском комплексе демонстрируются чумы, лабазы, эвенкийская утварь.

3. Бурятский комплекс, состоящий из предбайкальского и забайкальского секторов. Бурятский комплекс состоит из юрт (как деревянных, так и войлочных), и культового буддийского сооружения – дугана. В первой половине XIX века бурятские храмы имели церковнообразный вид. Во второй половине XIX века появился новый вид дугана, существенно отличающийся от первых образцов. Дуган «Деваджин» вывезен из Гусиноозёрского дацана. В 1926 году дуган был перестроен – внешний облик храма не изменился, увеличилась его площадь. В окраске храма преобладает жёлтый цвет – священный в ламаизме. Внутри храма находится панно «Тунши», иллюстрирующее индийскую сказку о четырёх животных, решивших спор о том, как достать плоды с высокого дерева.

В Предбайкальском комплексе демонстрируется усадьба бурята-казака, дом-зимник богатого бурята С. Б. Сафронова. Дом-зимник был построен в 1900 году в селе Хореты (ныне Нукутский район Иркутской области). Перевезён в музей в 1975 году.

Забайкальский комплекс. Первым ссыльным в Забайкалье был украинский гетман Демьян Многогрешный, сосланный в 1673 году. На всём пути прохождения ссыльных и каторжан через каждые 25 вёрст располагались этапы и полуэтапы для ночлега каторжан. В Верхнеудинском округе находилось более 20 этапов. Трёхкамерный этапный амбар перевезён из села Кульский станок Хоринского района, Бурятия. В амбаре располагается выставка «Из истории ссылки и каторги Забайкалья».

4. Русский старожильский (казачий) комплекс состоит из домов пашенного крестьянина и казачьего атамана. Дом пашенного крестьянина вывезен из села Батурино Прибайкальского района Бурятии. Дом построен в 1880 году. Напротив дома расположены завозня, амбар, сарай двухстенный, перевезённые из села Ключнёво Прибайкальского района. Построены в 1919 году.

5. Русский старообрядческий (семейский) комплекс. Одна из самых интересных экспозиций музея. Экспозиция состоит из домов старообрядцев-семейских, сосланных в Сибирь в XVIII веке. Выстроена типичная улица односторонней застройки конца XIX – начала XX века. Комплекс состоит из дома зажиточного крестьянина со всеми надворными застройками, избы крестьянина-ремесленника, дома богатого старообрядца. В небольшом удалении расположена старообрядческая часовня. В завозне двора крестьянина-ремесленника устроена выставка хозяйственного инвентаря: сохи, плуги, бороны, молотилки, станки, сани и т. д. Дом крестьянина Красикова построен в 1861 году в селе Барыкино-Ключи. В огороде расположена кузница, перед которой два станка: для подковывания лошадей и гнутья дуг и полозьев. Кузница построена в конце XIX века в улусе Арбижил, вывезена в музей в 1971 году. Дом-«связь» построен в конце XIX века в селе Надеино Тарбагатайского района. Принадлежал крестьянину Зайцеву. Перевезён в музей в 1972 году. Дом ориентирован длинной стороной на улицу. Четыре окна с одностворчатыми ставнями. На ставнях изображены цветы, птицы и олени. Двухэтажный дом Борисова построен в селе Куйтун во второй

половине XIX века. Перевезён в музей в 1972 году. Характерная особенность дома – высокое крыльцо. На первом этаже располагалась торговая лавка, кладовая и казёнка. Ворота построены в 1906 году в селе Новая Брянь по заказу Матвеева. В 1978 году ворота были реконструированы в музее. Богатое украшение ворот указывало на богатство хозяина дома.

6. Городской комплекс «Старый Верхнеудинск». Городской дом с мезонином был построен в 1900 году в Верхнеудинске. Находился на улице Почтамтская, № 22. Перевезён в музей в 1978 году. Восстановлен с отступлениями от первоначальной архитектуры. Дом принадлежал чиновнику. В доме находится экспозиция традиционного интерьера дома зажиточного горожанина начала XX века. Дом коридорного типа. Находился на улице Ленина, № 67. Построен в 1909 году. Двухэтажное здание предназначалось для сдачи в аренду меблированных комнат. Дом перевезён в музей в 1979 году.

Кроме того, в музее имеется «Уголок живой природы». Каждый комплекс представляет несколько типов жилищ со всеми надворными постройками, характерными для различных исторических периодов. В жилищах воссоздан интерьер, отражающий особенности материальной культуры конкретного этноса в определённый исторический период и принадлежность представителя этого народа к той или иной социальной группе.

Уникальность Этнографического музея, в отличие от подобных музеев других регионов, заключается в том, что существующая этническая ситуация края позволяет показать материальную и духовную культуру народов, находящихся на различных ступенях исторического развития, их экономические, социальные, культурные и межнациональные связи. И ещё одна, основная особенность музея под открытым небом заключается в том, что экспонаты здесь показаны в подлинной среде их бытования и типичном окружении, хотя и перевезены сюда из разных мест. Многообразие природных ландшафтов (сосновый бор, смешанные леса, берёзовые рощи, степные пространства), характерных для Бурятии, позволило с наибольшей достоверностью показать типы поселений на-

родов Забайкалья в условиях, приближенных к естественным. Специфика, особый характер и колорит музея под открытым небом создают для его гостей неповторимую иллюзию сопричастности к экспонируемому. На протяжении всего экскурсионного маршрута их не оставляет чувство соприкосновения с живой историей края.

Простые предметы здесь оказываются памятниками истории, этнографии и культуры, требующими охраны и бережного отношения. Более того, они становятся объектами и источниками научных исследований, так как содержат в себе информацию исторического характера. Ведь история народа сохраняется не только в письменных данных, но и в орудиях труда, пище, одежде, жилище, памятниках древности, а также в традициях и обычаях, верованиях и представлениях об устройстве мироздания. Этнографический музей продолжает строиться. По перспективному плану его развития предполагается ввод в экспозицию новых объектов музейного значения. Ныне общий экскурсионный маршрут составляет более трёх километров и длится около двух часов. Этнографический музей с момента своего основания является достопримечательностью и украшением г. Улан-Удэ. Ежегодно в феврале-марте здесь проводится крупнейшее в столице Бурятии культурно-массовое мероприятие – народное гуляние «Масленица», которое посещают тысячи горожан. Привлекают внимание посетителей шаманские обрядовые «Тайлаганы», праздник «Троица», фестиваль песни и танца «Ночь “Ёхора”», традиционно проходящие на территории музея [12].

В Забайкальском крае среди существующих этнографических объектов хотелось бы выделить следующие:

1. Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова – один из старейших музеев Сибири и Дальнего Востока. Более века музей является крупнейшим центром духовной жизни города и области. Свыше 190 тысяч памятников естественной истории, материальной и духовной культуры сосредоточено в собрании музея. Здесь действует постоянная историко-этнографическая экспозиция «Народы Забайкалья: Встреча цивилизаций». В музее можно познако-

миться с материальной и духовной культурой народов края. Вниманию гостей и жителей города представлены такие разделы, как «Включение Забайкалья в российскую государственность», «Семейские», «Эвенки», «Буряты», постоянная экспозиция «История Забайкалья XVII века», а также «История забайкальского казачества».

2. Музейно-выставочный центр Забайкальского края. Датой основания считается 5 октября 1980 года. В год центр посещает более 50 000 посетителей. В фондах сформированы коллекции живописи, декоративно-прикладного и ювелирного искусства народов Сибири, Забайкалья и Дальнего Востока.

3. Краеведческий музей городского округа «Город Петровск-Забайкальский». Объектом его деятельности является документация и презентация исторического, природного и культурного развития городского округа «Город Петровск-Забайкальский» и Забайкальского края в целом. В музее открыты два зала – зал природы и зал истории. Основными фондами музея являются связанные с историей нашего города экспонаты, в числе которых, например, археологические находки; предметы быта русских и бурят; коллекции бабочек и т. д. Помимо хранения и экспозиции исторических фондов, краеведческий музей также ведёт научно-исследовательскую работу по изучению истории своего региона, включающую многолетние наблюдения за природно-историческими объектами, а также публикацию рукописей по результатам исследований в научных изданиях и собственных сборниках.

Зал истории (этнографии) рассказывает о народах, проживающих на территории Петровск-Забайкальского района. В экспозиции представлены головной убор эвенкийского шамана, баннер с фотографиями эвенков, эвенкийских шаманов, стойбища на берегу реки, эвенкийского чума, лабаза и др.

В разделе «Буряты» посетители могут увидеть тулун, сосуд для молочной пищи XX века, ящики для хранения книг, одежды, продуктов, сосуды для алтаря, ритуальную стрелу и др.

Русский быт представлен различными предметами, такими как лопата для выпечки хлеба, рушник, самовар, корыто для стирки белья, утюг огневой, утюг угольный, прялка, самопрялка, станок ткацкий и т. д.

4. Каларский историко-краеведческий музей. В музее создана экспозиция, посвящённая коренному населению района – эвенкам. Проводится работа по созданию экспозиции под открытым небом.

5. Нерчинско-Заводский районный краеведческий музей (этнографический отдел). В этнографическом отделе музея представлены экспонаты, отражающие культуру и быт коренных жителей в период начала XX века. В экспозиции представлена утварь, ремесленнические орудия труда, приспособления для лошадей, кровати, ткацкий станок и т. д.

6. Красночикоийский историко-этнографический музей им. Н. В. Гладких. Расположен музей в здании бывшей церковно-приходской школы, построенной в 1888 году на средства Д. Д. Буйвида, владельца винокуренного завода, и подаренной сельскому обществу.

На основе собранных материалов в залах музея создана экспозиция «Интерьер избы семейских». Предметы домашнего обихода, представленные в экспозиции, традиционны по технике изготовления. Некоторые вещи и в настоящее время бытуют в сёлах семейских.

Раздел «Лесные богатства Чикоя» отражает флору и фауну Чикойской долины в эволюции. Здесь показываются археологическая и палеонтологическая коллекции, чучела животных и птиц, образцы минералов, гербарий редких и лекарственных растений.

Экспозиция «История XX века» знакомит посетителей с историей развития района в XX веке.

Зал «Прикладное и художественное наследие» представляет собой собрание коллекций современных мастеров народных промыслов и современной живописи.

Красночикоийский историко-этнографический музей имени Н. В. Гладких является важным звеном музейной сети Забайкалья и единственным в крае, популяризирующим культуру семейских. Способствует сохранению традиций этой уникальной этнической группы, находящейся под охраной ЮНЕСКО.

1. Дом-усадьба крестьянина-семейского в селе Архангельское. Усадьба показывает культуру семейских в реальных,

приближенных исторически и географически к оригиналу, условиях. Основу экспозиции составила личная коллекция Надежды Николаевны Родионовой, в настоящее время она является организатором экскурсий «Дома-усадьбы крестьянина-семейского».

Усадьбу можно условно разделить на 3 части: передний двор с хозяйственными постройками (амбар с погребом, завозня, сарай); задний двор с постройками для содержания домашнего скота, жилой дом.

Дом по своему функциональному назначению делит большая глинобитная печь. Располагается она у задней стены, около двери. Устье развёрнуто к передним окнам. В переднем, красном углу – образа. На всю длину стен – лавки, стол застелен холщовой или вязаной скатертью. Есть деревянная полка с нехитрой посудой и утварью, деревянная кровать, над ней полаты, где спят дети, подростки. В сенцах капитальной стеной с дверцами отделена казёнка (кладовка). По стенам полки: подвесная, настенные, вбитые в стену колья – всё предназначалось для хранения утвари, сырья в небольшом количестве.

Огород представляет собой прямоугольный участок, пересечённый ручьём. На правом берегу ручья находится пашня, используемая по прямому назначению.

Покос занимает большую часть участка и также используется по прямому назначению.

Усадьба является удобной площадкой для проведения этнографических праздников.

2. Читинский дацан «Дамба Брайбурлинг». Тибетское название Читинского дацана «Дамба Брайбунлинг» означает «Место, где собран рис учения Будды»). Дацан относится к организациям Буддийской традиционной Сангхи России.

26 мая 2001 года состоялось освящение места возведения Читинского дацана, строительные работы начались в 2002 году.

Территория дацана представляет собой идеальный квадрат 108 на 108 метров. Это не просто число, оно несёт сакральный смысл. Посетителей встречают ворота с остроконечной крышей, напоминающей китайскую архитектуру.

В центре ансамбля стоит квадратное здание молитвенного храма. Это место прославления и проповедования учения Будды. Здесь регулярно проходят буддистские молебны-хуралы.

Если присмотреться, то вокруг можно увидеть три стиля: классический тибетский, бурятский и русский. Даже в этом есть символ того, что дацан создан для объединения всех людей. Работа над святилищем была очень кропотливой: проделывались чеканка по латуни, резные работы по дереву. Роспись по дереву выполнялась долговечными минеральными красками. Каждый символ росписи имеет своё значение.

3. Этнографическая выставка предметов быта (русских, татарских и украинских народов) в с. Тыргетуй Карымского района. Здесь представлены элементы одежды, кухонной утвари, предметов мебели, домашний текстиль ручной работы, молитвы и др.

4. Культурно-досуговый центр «Казачество» в селе Верхний Ульхун Кыринского района. Это центр культуры казаков.

Как видим, Забайкальский край обладает большим ресурсным потенциалом для развития этнографического туризма. Однако, к сожалению, он не используется в полной мере, о чём свидетельствует существующий в регионе скудный ассортимент предлагаемых этнографических туров. Среди разработанных туристских маршрутов можно выделить:

– «Тропами эвенков». Это пеший этнографический маршрут, во время которого организована встреча с оленеводами из родового хозяйства «Тора», где туристы знакомятся с загрузкой оленей и по нартовской тропе отправляются вверх по долине реки Верхний Сакукан. Проходя мимо Жертвенного дерева (шаман-дерева) каждый турист, по поверьям эвенков, должен оставить возле него какой-нибудь небольшой подарок. Подходя к границе участка, огороженного изгородью, каждый участник группы проходит обряд очищения. Далее путь лежит через реку Верхний Сакукан, который участники проделывают летом верхом на олене, а зимой по льду реки на нартах.

– «Перекрёсток религий в Красночикийском районе». В программу тура входит знакомство со старообрядчеством, православием, буддизмом на территории Красночикийско-

го района. Большую территорию района (86 %) составляют леса, половина из которых кедровые. Красночикойский район – один из самых красивых уголков Забайкалья с огромным запасом природных богатств. В этническом отношении основное население составляют русские – потомки казаков и старообрядцев, буряты – потомки аборигенов, что вызывает целый ряд ярких образов, красивые дома, яркие наряды и т. д. [10]

– «По следам потомков Гэсэра» (из истории и быта бурятского народа). Задача туристского маршрута – познакомить жителей и гостей города с историей и бытом бурят. Быт и мировоззрение бурят отличается не только национальным колоритом, но и уникальностью и воплощено в буддийских храмах, шаманских ритуалах, одежде и других предметах быта. Бурятская кухня славится на весь мир, она сложилась под влиянием суровых сибирских условий и состоит только из натуральных продуктов.

– Чита – Агинский дацан. Агинский дацан был заложен в 1811 году, освящён в 1816 году. В настоящее время общий образовательный уровень Агинского дацана не уступает ведущим монастырям Тибета, Монголии, Бурятии. Ведётся издательская и переводческая деятельность, с бурным строительством дуганов получило развитие бурятское зодчество и каноническая архитектура. Буддизм стал важным фактором формирования нравственности, народных традиций и обычаев у бурят [10].

– Поездка в Агинское. Агинский округ называют краем легенд и преданий. Человек, который однажды соприкоснулся с ним, будет очарован его раздольем, богатством лесов и недр, целительным воздухом и источниками. Народ здесь бережно хранит свои национальные традиции и обычаи. Тур включает экскурсию в Агинский дацан – один из самых почитаемых дацанов в России, уникальный архитектурный памятник буддийской культуры [8].

Среди причин, сдерживающих развитие этнографического туризма в Забайкалье, можно назвать:

– значительный физический и моральный износ большого числа объектов туристской индустрии, построенных ещё в советское время;

- недостаточное развитие инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма и отдыха;
- низкий уровень качества оказываемых услуг;
- несоответствие цен качеству услуг;
- постоянный рост тарифов на услуги естественных монополий, ведущий к удорожанию туристских продуктов;
- дефицит квалифицированных профессиональных кадров;
- избыточные административные формальности, связанные с инвестициями в объекты туристской индустрии, в том числе сложности с оформлением земельных участков под строительство объектов;
- отсутствие финансовых средств для продвижения этнографического туризма.

При условии привлечения значительных инвестиционных ресурсов в развитие инфраструктуры отрасли и создание положительного имиджа края могут быть созданы туристские продукты, конкурентоспособные с лучшими национальными туристскими продуктами.

Одним из важнейших вопросов на сегодняшний день в сфере этнографического туризма является отвод земельных участков под строительство объектов туризма, поэтому крайне необходима разработка территориальной схемы размещения объектов туристской инфраструктуры. Существующая туристская инфраструктура, построенная ещё в советское время, нуждается в обновлении. По мнению представителей туристских организаций, зачастую предлагаются невыгодные условия аренды земельных участков, оформление аренды часто требует огромного числа согласований и затягивается на два-три года. Авторы считают, что содействие органов местного самоуправления в решении вопросов аренды земельных участков под строительство объектов туризма даст возможность туристскому бизнесу улучшить инфраструктуру Забайкалья.

Таким образом, очевидно, что уникальные природные ресурсы и культурно-историческое наследие не могут быть единственным и достаточным условием для обеспечения успешного развития этнографического туризма в регионе.

Требуются совместные усилия правительства, общественных организаций, коммерческих структур по развитию туристской инфраструктуры Забайкалья, по подготовке профессионалов, способных удовлетворить запросы этого развивающегося направления, по привлечению инвестиций, созданию благоприятного имиджа региона на российском и мировом туристских рынках.

Необходимо осознание, что этнографический туризм – это тот вид туризма, который мог бы заинтересовать не только отечественных, но и зарубежных туристов. Ведь ещё ранних европейских путешественников-исследователей поразило (и современных учёных удивляет) сочетание сложности и утончённости в предметах материальной и духовной культуры, социальной организации и мифологии, в искусстве и религии коренных жителей Забайкалья. При создании необходимых условий и базы для развития этнографического туризма в Забайкалье, его государственной поддержки, данный вид туризма мог бы стать одним из источников дохода для региона и способствовать развитию внутреннего и въездного туризма.

Список литературы

1. Александров В. А. Русское население Сибири XVII – начала XVIII вв. М., 2006. 274 с.
2. Арутюнов С. А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие. М., 2005. 284 с.
3. Биржаков М. Б. Введение в туризм. СПб.: Герда, 2005. 325 с.
4. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М.: Финансы и статистика, 2005. 274 с.
5. Народы России: Атлас культур и религий / отв. ред. А. В. Журавский [и др.]. 2-е изд., испр. и доп. М.: Дизайн. Информация. Картография, 2009. 320 с.
6. Русские Сибири: культура, обычаи, обряды. Новосибирск: Ин-т археологии и этнографии СО РАН, 2006. 208 с.
7. Селищев А. М. Забайкальские старообрядцы. Семейские. Иркутск, 2005. 370 с.
8. Христов Т. Т. Религиозный туризм. М., 2005. 259 с.

9. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2006.

10. Религиозный туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.visitchita.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 27.10.2018).

12. Официальный сайт Этнографического музея народов Забайкалья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ethnomuseum03.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

Глава 5. Перспективы развития гастрономического туризма в Забайкальском крае

Сегодня незаметно для нас самих всё большую роль в нашей жизни приобретает так называемая «экономика впечатлений». Американцы Б. Джозеф Пайн II и Джеймс Гилмор, рассматривая впечатления как четвертое экономическое предложение, пришли к выводу, что они имеют свои отличительные черты и отличаются от услуг так же, как услуги от товаров [9]. Человек, покупая впечатления, платит за свои собственные чувства и ощущения. Впечатления готовит и предлагает на рынке большое количество компаний, а в их продвижении участвуют и турфирмы. Вышеназванные авторы рассматривают воздействие товаров на органы чувств и предлагают насытить эти товары впечатлениями, добавив к ним то, что может оказать непосредственное воздействие на органы чувств покупателя. Так, некоторые товары по своей природе зависят от чувственного восприятия. К таким товарам, по нашему мнению, можно отнести гастрономические фестивали и гастрономические туры.

Гастрономический туризм подходит тем, кто хочет внести в своё путешествие что-то необычное, прочувствовать культуру страны и людей через еду, которую они готовят и употребляют. В последнее время мода на гастрономические туры активно развивается. Самые большие поклонники такого вида туризма – англичане, немцы, американцы и японцы. Гастрономический туризм отлично организован в Италии, Франции, Японии и Испании, где есть развитая сеть гастрономических винных туров.

В России такой вид туризма пока только начинает развиваться, и подобных туров в чистом виде ещё нет, поэтому компоненты гастрономических туров добавляют в основные программы. В нашей стране и, в частности, в Забайкальском крае такой туризм пока явление уникальное, и россияне, готовых платить деньги за подобное путешествие, очень мало.

Мы считаем, что данный вид туризма может стать востребованным видом путешествий, так как для туриста важно

получить хорошие впечатления для незабываемого отдыха, а полностью познать культуру региона можно, только попробовав его национальную кухню.

В специальной литературе встречаются такие понятия, как: “culinary tourism” – «кулинарный туризм», “food tourism” – «продовольственный туризм», “gastronomic tourism” – гастрономический туризм. Продовольственный, дегустационный, кулинарный, пищевой, винный, пивной и др. – это все разновидности гастрономического туризма. Впервые термин “culinary tourism” был введён в обращение в 1998 году доцентом кафедры народной культуры в Университете Bowling Green, штат Огайо (США) Л. Лонгом для выражения идеи о том, что люди познают другие культуры через местную пищу.

Слово «гастрономия» образовалось путём слияния греческих слов «гастер» (желудок) и «номас» (закон). Хотя «гастрономия» определяется как искусство еды и питья во многих источниках, на самом деле это взаимосвязанная отрасль искусства и науки, которая имеет прямую связь с химией, литературой, биологией, геологией, историей, музыкой, философией, психологией, социологией, медициной, питанием и сельским хозяйством [2].

Понятие «гастрономия» несколько шире, чем «кулинария». В Кулинарном словаре Л. И. Здановича под гастрономией вплоть до XX века понимали изысканный и тонкий вкус в области еды. В начале XX века гастрономией стали называть всю совокупность высококачественных продуктов питания (первоначально сосредоточенных в закусочных, ресторанах, а затем и в магазинах). Отсюда появилось советское новообразование «гастроном» в виде магазина пищевых продуктов [7].

Объединённый словарь кулинарных терминов даёт другое определение гастрономии: гастрономия – это искусство и наука искусного питания, еды и питья [11].

Слово «гастрономия» по словарю В. И. Даля определяется как поварское искусство, а «гастроном» – это «тонкий едок, сластеежка, лакомка, любитель вкусно поесть» [12].

Так, по нашему мнению, понятие «гастрономический туризм» шире, чем «кулинарный», поскольку включает знаком-

ство не только с блюдами национальных кухонь, но и с искусством пивоварения, виноделия, а также с особенностями производства и потребления других, безалкогольных и алкогольных напитков, сопровождающих приём пищи и подчёркивающих уникальный вкус местной кухни.

Этот вид туризма включает посещение стран и регионов с целью знакомства с блюдами и напитками, приготовленными в соответствии с рецептами национальной кухни, с соблюдением традиционных способов их производства и потребления.

Гастрономический туризм как услуга – это хорошо продуманный комплекс мероприятий, который включает в себя дегустацию традиционных блюд, характерных для местной кухни, посещение производств по приготовлению инклюзивных продуктов, не встречающихся больше нигде, кроме этой местности, имеющих свой особенный вкус, получение навыков в приготовлении национальных блюд под руководством местных поваров [17].

Многие исследователи, занимающиеся проблемой гастрономического туризма, считают, что целью таких поездок является не просто желание попробовать экзотические продукты, а полностью погрузиться в культуру приготовления и потребления еды, и через неё составить своё собственное представление о местности, стране.

Исходя из вышесказанного, следует, что объектами гастрономического туризма являются:

1. Страна, в которой кухня имеет свои специфические особенности в приготовлении и употреблении.

2. Отдельные регионы, которые славятся продуктами, производящимися в этой местности. Например, такие регионы Франции, как Эльзас, Бордо, Шампань, Бургундия, известны своими уникальными винами.

3. Рестораны, которые обладают эксклюзивной кухней и высоким качеством продуктов, оригинальным меню. Например, обладатели трёх звезд ресторанного гида «Мишлен»: «ФэтДак» в городе Брей (Великобритания), «Ла Пергола» в Риме (Италия), «Коджу» в городе Токио (Япония).

4. Предприятия, которые известны своей производимой продукцией. Например, самая большая в мире фабрика по производству шоколада «Альпрозе» в Швейцарии и знаменитые монастырские пивоварни «Андекс» и «Этталъ», расположенные в Верхней Баварии (Германия).

5. Учреждения, которые предоставляют образовательные услуги по направлениям кулинарии и гастрономии. Например, Высшая школа итальянской кухни (Italian Cuisine HighSchool), Французская академия кулинарного искусства “La Cordon Bleu”.

6. Гастрономические мероприятия: праздники, дегустации, фестивали, ярмарки, мастер-классы, выставки, конференции. Например, рождественские ярмарки, которые открывают в ноябре в таких городах, как Будапешт, Нюрнберг, Кёльн, Дрезден.

Проанализировав специальную литературу по данной тематике, можно сделать вывод, что гастрономические туры разделяют на городские и сельские.

Городские гастрономические туры включают в себя посещение фабрик и цехов, которые производят продукты питания, и предлагается их дегустация. Такие туры ещё могут подразумевать посещение ресторанов национальной кухни, где гостю предлагают отведать местные деликатесы, как правило, приготовленные самим шеф-поваром.

Сельские, или как их ещё называют, «зелёные» гастрономические туры ориентированы на экологически чистую продукцию и предполагают, например, сбор дикорастущих ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах, винограда на виноградниках. Сюда также относится вкусовое знакомство с так называемыми «продуктами земли», которыми богата данная местность, например, голландский сыр, японская рыба фугу, шведская икра уклейки, пармская ветчина.

Также гастрономический туризм имеет несколько направлений:

1. Ресторанный тур это поездки, включающие в себя посещение наиболее популярных и известных ресторанов, отличающихся эксклюзивной кухней, высоким качеством, а так-

же национальной направленностью. На первом месте среди «ресторанных» городов, конечно, является Париж – столица моды и в кулинарном смысле в том числе.

2. Образовательный тур. Цель подобного тура является обучение в специальных образовательных учреждениях с кулинарной специализацией, а также курсов и мастер-классов.

3. Экологический тур это знакомство с экологически чистыми, органическими продуктами и их производством, посещение экологически чистых хозяйств и производств. Особенное развитие экологическое направление получило в Германии, Франции, Швейцарии, Англии и США.

4. Событийный тур. Такой тур ориентирован на посещение местности в определённое время с целью участия в общественных и культурных мероприятиях с гастрономической тематикой: ярмарки, выставки, фестивали, шоу, праздники.

5. Комбинированный тур – это поездки, которые совмещают в себе несколько направлений гастрономического туризма. Комбинированные туры подходят для туристов «со стажем», которые уже знакомы с гастрономией той или иной страны, иначе тур может оказаться информативно перенасыщенным. Например, такой тур есть во Франции: первые пару дней туристы посещают парижские рестораны, затем ещё пару дней обучаются в кулинарной школе у лучших поваров, а потом уезжают вглубь Франции знакомиться с выращиванием трав в Провансе, либо чтобы ознакомиться с производством сидра в Нормандии.

Кроме этого, гастрономический туризм предусматривает также особые гастрономические туры, в которых предлагается знакомство только с одним конкретным блюдом или продуктом в разных местностях. Такие туры называются мотурами. Из их разряда весьма знаменитые французские, болгарские винные гастрономические туры, предлагающие прогулки по виноградникам, сбор винограда, дегустацию вин.

Направления гастрономического туризма представлены на рис. 23.



Рис. 23. Направления гастрономического туризма

В последнее время потребность в гастрономических турах возросла. Они стали популярны среди следующих категорий населения:

1. Туристам, которым стал неинтересен обычный вид туризма. Они хотят получить новые впечатления, не только эмоциональные, но и «вкусовые», так сказать внести разнообразие в свой рацион питания.

2. Гурманам, для которых хорошее блюдо – это что-то большее, чем еда.

3. Людям, которые работают в сфере приготовления и употребления пищи: сомелье, рестораторы, ресторанные критики, дегустаторы. В таких турах они повышают свой профессиональный уровень, набираются опыта, приобретают новые знания [4].

4. Представители туристских компаний, заинтересованные в расширении бизнеса и организации собственных гастрономических туров.

Появлению и развитию гастрономического туризма в мире в последние годы способствовало множество факторов:

- рост популярности телевизионных кулинарных программ и шоу во всём мире;

- приобретение шеф-поварами лучших ресторанов мировой известности;

- доступность, обыденность и привычность посещения ресторанов для части населения, искушённой в вопросах питания;

- на волне появления моды ресторанного бизнеса: посещение модного заведения питания – это поддержание статуса и имиджа в обществе;

- увеличение затрат на питание и отдых как следствие растущих доходов населения;

- обеспокоенность населения проблемами экологичности и качества продуктов питания;

- рост популярности здорового образа жизни [5].

К отличительным особенностям гастрономического туризма относятся следующие факторы:

1. Абсолютно все страны обладают условиями для развития гастрономического туризма.

2. У гастрономического туризма нет сезонности отдыха, для любого времени года можно подобрать подходящий тур.

3. Гастрономический туризм в той или иной степени является составляющим элементом всех видов туризма. Но, в отличие от них, знакомство с местной кухней становится главной целью и основным элементом такого путешествия.

4. Продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров является неотъемлемой частью любого гастрономического тура.

В то время как еда является необходимой частью поездки, предпочтения в питании туристов значительно различаются. К новой еде можно подойти с энтузиазмом, неприязнью или

безразличием. Датский учёный, специалист по туризму А.-М. Халагер, предлагает поведенческие модели туристов, основанные на их предпочтениях [17]:

1. Рекреационно-красный. Они предпочитают знакомые продукты, чтобы чувствовать себя в безопасности и комфортно в месте пребывания. Они ищут сети быстрого питания, турфирмы и рестораны со знакомым меню. Они полагаются на сарафанное радио и другие подлинные источники.

Для них ключевые мотивы – это провести время с хорошими друзьями в знакомом месте и чувствовать себя в безопасности. В винном туре турист посещает виноградник, винзавод, тут мотивация не само вино, а желание расслабиться. Ценности включают уважение к другим, семейные корни, бережливость и стабильность.

2. Диверсионно-жёлтый. Они любят вечеринки, не беспокоятся об обстановке. Они предпочитают не тратить время и энергию на поиски, где пообедать, а послушать рекомендации или выбрать из топ-10 лучших ресторанов. Ценности включают в себя мужество, инвестиции и ответственность за себя.

3. Экзистенциально-зелёный. Они ищут местную и региональную кухню и едят там, где едят местные жители. Предпочитают простые и деревенские блюда, а не гурманов и фантазёров.

Экзистенциалисты интересуются кулинарными школами, кулинарными занятиями, рыбалкой, экскурсиями по виноградникам и фестивалями еды. Ценности включают индивидуализм, экологию, анти-элиту.

4. Экспериментально-синий. Они ультрамодны и пробуют самые последние новинки в еде. Они ищут рестораны с инновационными меню, умными дизайнами и шикарным обслуживанием. Они путешествуют, чтобы испытать хорошую жизнь с прекрасной кухней и побаловать себя.

Таким образом, гастрономический туризм всё больше становится популярным среди других видов туризма, потому что те воспоминания, которые туристы получают в путешествии о том или ином посещённом месте, пища и особен-

ные ритуалы запоминаются чаще всего. Такие воспоминания можно получить в большинстве стран, имеющих условия для организации гастрономических туров. Существует несколько классификаций гастрономических туров и каждый турист может подобрать себе подходящий тур.

Если говорить об истории возникновения понятия «гастрономический туризм», то следует начать с того, что гастрономический туризм как самостоятельное направление туризма стал развиваться относительно недавно. Но, согласно мнению большинства специалистов, уже первые в мире путешественники являлись гастротуристами. Исследователи новых земель, такие как Афанасий Никитин или Марко Поло, уделяли большое внимание дегустации местных блюд в незнакомых поселениях.

Торговцы и купцы отправлялись «за три моря», чтобы найти, отведать и привезти невиданные яства: диковинные орехи, вина, фрукты, специи.

Впечатления от них становились одним из методов описания народных традиций. Конечно, в отдельную науку и отрасль это оформилось намного позже.

В специальной литературе выделяют такие понятия, как «продовольственный туризм», «кулинарный туризм» или же «гастрономический туризм». Продовольственный туризм, пищевой, винный, дегустационный, кулинарный, пивной и другие – это всё разновидности гастрономического туризма.

В 1998 году термин «кулинарный туризм» был впервые зарегистрирован на кафедре народной культуры государственного университета США “Bowling Green” (штат Огайо) доцентом этой кафедры Л. Лонгом с целью выражения идеи о том, что люди познают другие культуры через потребление местной пищи [15]. Это также считается официальной датой возникновения гастрономического туризма. Поэтому часто гастрономический туризм называют ещё и кулинарным туризмом.

С этого момента и вплоть до 2001 года учёные из разных стран мира проводили исследования в сфере кулинарного и винного туризма. В 2001 году будущий президент «Между-

народной ассоциации гастрономического туризма», американский экономист Эрик Вольф написал первую статью в мире о кулинарном туризме, позднее он развил эту тему в книге «Международная организация кулинарного туризма».

В 2003 году Эрик Вольф основал организацию «Международная ассоциация гастрономического туризма» (The International Culinary Tourism Association), которая предоставляет широкий спектр преимуществ для своих членов, таких как развитие, обучение и продвижение. Цель организации: оказывать помощь людям, обществу и предприятиям совершенствоваться посредством налаживания выгодных взаимоотношений, основанных на всеобщем интересе к еде и напиткам [1].

В 2006 году был создан «Международный институт кулинарного туризма», курирующий учебные и образовательные компоненты программ «Международной ассоциации гастрономического туризма» [18]. Повсеместное развитие гастрономического туризма привело к формированию турфирм, которые специализируются на международном гастрономическом туризме, таких, к примеру, как “The International kitchen” (Великобритания), “Gourmet Getaways” (Италия), “Gourmeton Tour” (США).

Несмотря на то, что «Международная ассоциация кулинарного туризма» появилась в США, первопроходцами в генерировании идеи гастрономических туров всё-таки считаются итальянцы, просто не успев вовремя оформить свои наработки в науке. Они первые придумали привлекать потоки туристов в свою страну, создавая различные сообщества по интересам под знаком вкусной еды [15].

Не менее известна и французская кухня. Французы испокон веков относились к процессу приготовления еды весьма ответственно и серьёзно. Едва ли не каждый француз считает себя выдающимся кулинаром, каждая семья свято хранит свои фамильные секреты приготовления тех или иных блюд. К концу XVIII века французы поставили гастрономию на научную основу. Ансельм Брийа-Саварин, французский общественный деятель, депутат, мэр и судья, описал основные принципы ра-

ционального питания, ввёл в бытовой обиход понятие «вкус», разработал нормативные правила гастрономии [10]. Его современник Антонин Карем длительное время работал в России, и там впервые указал на значимость химии в кулинарии и ввёл такую естественную сегодня вещь, как точные весовые дозировки в рецептах блюд.

Окончательно гастрономия стала научной дисциплиной в XXI веке, когда во Франции был создан первый в мире гастрономический университет.

В настоящее время в мире проходят сотни гастрономических фестивалей, посвящённых различным продуктам, блюдам и напиткам. Гастрономический туризм может сам по себе считаться креативной индустрией, которая стимулирует инновации, вовлекая потребителя в коллективный творческий процесс, укрепляя связь между глобальными и локальными культурами и создавая легенды о еде.

Сегодня многие инновационные процессы совершаются в гастрономии, ресторанном бизнесе и туризме и связаны с творческим туристским навыком, гастрономическими мероприятиями, гастрономическими маршрутами и знакомством с новыми кухнями. Среди европейских стран в развитии гастрономического туризма лидером является Франция. Гастрономия во Франции занимает одно из центральных мест как в местной культуре, традициях и образе жизни, так и в территориальном бренде страны. Из 27 регионов страны самые популярные в гастрономическом туризме 22 региона: Рона – Альпы, Прованс, Шампань – Арденны, Бургундия, Эльзас, Пуату – Шаранта, Бретань, Аквитания, Лангедок, Лотарингия, Нормандия и центральный Иль-де-Франс.

На втором месте среди мировых гастрономических центров – Италия. Она, как и Франция, обладает целым спектром гастрономических брендов – от целой страны до отдельных блюд, таких как пицца, паста или лазанья.

Ещё один безусловный гастрономический лидер – Испания. Тысячи людей едут в эту страну для того, чтобы отведать местные блюда: гаспаччо, хамон или паэлью.

Швейцария, в основном за счёт своих высоких цен, пока не является ведущей туристской местностью, однако в сфере

гастрономического туризма швейцарские бренды, такие как сыр, вино и шоколад, считаются одними из самых сильных в Европе.

Самым популярным гастрономическим мероприятием среди туристов являются гастрономические фестивали, которые устраиваются по всему миру.

Так, целый ряд фестивалей посвящён луку. Наиболее известен «Луковый рынок» в Берне, луковая ярмарка в Веймаре и луковый фестиваль в Вальсе. Не обойдён вниманием чеснок. Больше тридцати лет «Фестиваль чеснока» в городке Гилрой (штат Калифорния, США) традиционно знакомит гостей со всего света с уникальными рецептами из этого продукта. Ежегодно в конце лета на острове Уайт (Великобритания) проходит чесночный фестиваль – “Isle of Wight Garlic Festival”. Этот фестиваль сочетает в себе музыкальный фестиваль, театрализованные представления и сельскую ярмарку, впервые его стал проводить один фермер – Колин Босуэлл.

Вероятно, наиболее распространёнными считаются фестивали, посвящённые пиву, вину и некоторым другим напиткам. Среди них самым популярным и известным является грандиозный знаменитый пивной фестиваль “Oktoberfest” в Германии. Он проводится с 1810 года в последних числах сентября в центре Мюнхена, на лугу Терезы, и является самым большим народным гулянием в мире.

Самым известным винным фестивалем является крупнейший фестиваль «Божоле нуво», который проходит каждый третий четверг ноября в Бургундии (Франция).

Также в мире получили распространение рыбные фестивали. В Великобритании, в графстве Уэльс, в октябре проходит «Неделя моллюсков и креветок». В Нидерландах в первую субботу июня традиционно проводится «Праздник селёдки», когда в порт доставляется первая селёдка нового улова. Вырученные средства от продажи селёдки идут на благотворительные цели. Все без исключения могут поехать на экскурсии на старинных парусниках или современных океанских судах.

Россия, в силу своего расположения, на стыке двух континентов, соприкасалась с самыми различными культурами,

и необходимость существования на стыке цивилизаций Европы и Азии привела к формированию неповторимого национального менталитета.

На сегодняшний день Россия – одно из самых многонациональных стран мира. Она велика этническим многообразием российских народов, и их чрезвычайно трудно типизировать. Индоевропейская языковая семья является наиболее многочисленной на территории России, к которой относится 86 % населения страны. Основной при этом является славянская группа (85 % жителей России) [6]. Помимо этого, значительные доли населения России составляют семьи алтайская (8 %), северокавказская (3 %) и уральско-юкагирская (2 %).

Коренные жители России малочисленны и к ним относятся народы эскимосско-алеутской и чукотско-камчатской семей и некоторые этносы, говорящие на изолированных языках, не относящихся к какой-либо языковой семье.

Каждый народ индивидуален, отличается укладом жизни, историческими традициями, обычаями, культурой. Неотъемлемой частью культуры является кухня. Этнографы при исследовании жизни любого народа всегда начинают с изучения его кухни, потому в ней в концентрированном виде отражается история, быт и нравы народа.

В условиях подобного народного разнообразия в первую очередь нужно выделить русскую кухню, которая давно пользуется широкой популярностью во всём мире.

Русская кухня стала столь разнообразна ассортиментом блюд на рубеже XIX и XX веков, а её влияние и популярность в Европе настолько велика, что к этому времени о ней заговорили с таким же уважением, как и о знаменитой французской кухне.

Кухни тюркских народов также популярны среди россиян. Здесь и татарский эчпочмак (курник), бэлиш (беляш), чэк-чэк (чак-чак); куырдак, манты, казахский бешбармак, кумыс. Во многом сходные с первыми двумя башкирская и чувашская кухни. Также востребованы и блюда северокавказских народов (хычины, шурпа, халва, хинкали).

По этой причине формирование гастрономического туризма в нашей стране должно занимать важную позицию среди приоритетных направлений туристской индустрии.

В России гастрономический туризм в последние годы развивается быстро. Многие наши соотечественники осознали, что ехать за великолепной рыбой нужно не в Норвегию, а на Байкал, а превосходный сыр производят не только в далёкой Швейцарии, но и на Алтае.

В каждом регионе страны есть свой бренд, своя «изюминка» (см. рис. 24).



Рис. 24. Карта регионов России, где есть свой бренд

Достаточно вспомнить байкальского омуля, камчатского краба, тульский пряник, а также сложившийся стереотип русской еды: борщ, водка, икра и пельмени – многочисленные жители других стран считают, что большая часть населения в России питается именно этим набором продуктов. Гастрономические бренды регионов России представлены в табл. 13.

Таблица 13

Гастрономические бренды регионов России

Регион, область, край	Гастрономические бренды
Выпечка	
Московская область	Бородинский хлеб, баранки
Тульская область	Тульский пряник
Республика Карелия	Калитки

Окончание табл. 13

Регион, область, край	Гастрономические бренды
Республика Коми	Шаньги
Архангельская область	Козули
Республика Татарстан	Эчпочмак
Северная Осетия	Осетинские пироги
<i>Морепродукты</i>	
Крым	Барабулька
Ленинградская область	Корюшка
Камчатский край	Камчатский краб
Сахалинская область	Икра
Республика Бурятия	Байкальский омуль
<i>Фрукты, овощи, ягоды</i>	
Липецкая область	Антоновские яблочки
Владимирская область	Суздальский огурец
Алтайский край	Калина
Кировская область	Истобенский огурец
<i>Сырные продукты</i>	
Республика Адыгея	Адыгейский сыр
Ярославская область	Пошехонский и российские сыры
Костромская область	Костромской сыр
<i>Мясные блюда</i>	
Тверская область	Пожарские котлеты
Ямало-Ненецкий автономный округ	Строганина
Республика Бурятия, Забайкальский край	Буузы
<i>Напитки</i>	
Новгородская область	Квас
Рязанская область	Сбитень
Иркутская область	Чай с кедровым молоком

Рассмотрим популярные бренды и место их расположения, где можно создать гастрономический монотур по России (см. табл. 14).

Таблица 14

Направления гастрономических монотуров по России

<i>Направление</i>	<i>Место проведения</i>	<i>Описание</i>
Рыбный гастрономический тур	Озеро Байкал	Гастрономический рыбный тур по России предполагает поездку на Байкал, в Бурятию и в Иркутскую область, для того чтобы ознакомиться там с замечательной местной кухней. В зимнее время гостям дают попробовать рыбную строганину: мелко нарезанная и посыпанная солью сырая рыба, а в летний период коронное местное блюдо – омуль, зажаренный на костре
	Псковско-Чудское озеро	В ресторанах Пскова можно попробовать интересные блюда, это известный местный суп-деликатес – «снетовица», он заправлен сушёным снетком, и местное блюдо – творог с сушёным снетком [6]. Снеток – это маленькая рыба, его длина около десяти сантиметров, у него очень необычный аромат и нежный вкус
	Ладожское озеро	Очень близкая родственница снетка – петербургская корюшка. За этим вкусным обитателем северных рек отправляются в Петербург. Рыбный сезон здесь начинается с конца апреля. С этого момента абсолютно во всех питерских ресторанах подают местный деликатес – жареную корюшку
	Камчатка	Здесь самое главное угощение гастрономическим туристам – камчатский краб
	Калининградская область	Здесь можно посетить фестиваль рыбной гастрономии “Fish Food Festival”

Направление	Место проведения	Описание
Сырный гастрономический тур	Углич	Тут родина таких известных в России сыров, как «Ярославский», «Волжский», «Угличский»
	Вологда	В России есть место, которое славится сливочным маслом – это Вологда. Секрет вологодского масла в том, что его производят только из летнего молока, когда оно насыщено ароматами свежих трав. Срок хранения вологодского масла – один месяц
Десертные гастрономические туры.	Алтай	Алтайский мёд бывает полевой, горный, таёжный – собирается пчёлами на алтайском сочном разнотравье, у него очень глубокий, насыщенный и немного терпкий вкус [4]
	Башкирия	Башкирский мёд – липовый и гречишный. Попробовать можно в Уфе и в любом населённом пункте Башкирии
	Тула	В Туле можно ознакомиться с историей тульских пряников, белёвской пастилы и провести их дегустацию непосредственно на производстве
Гастрономические туры «Праздник урожая»	Суздаль	Знаменитые суздальские огурцы выращивают во Владимирской области уже семь веков. Каждый июль в Суздале проводится «Фестиваль огурца», где можно попробовать молодые, хрустящие огурчики, провести дегустацию местных огуречных деликатесов – варенья из огурцов или огуречного супа
	Камышин	Каждый сентябрь в Волгоградской области, городу Камышину проводят арбузный фестиваль, где всем желающим демонстрируют плоды, предлагают дегустацию, при желании их можно приобрести

	Минусинск	Минусинские помидоры – знаменитая продуктовая сенсация России. Казалось бы, климат Минусинской котловины, расположенной в Красноярском крае, далёк от идеального для выращивания помидоров [3]. Но не тут-то было: местным огородникам удаётся выращивать томаты весом до полутора килограммов, а в некоторых случаях и больше. Наиболее выдающиеся по размерам образцы выставляются на всеобщее обозрение в августе, когда в городе проводят праздник – «День минусинского помидора»
Винные гастрономические туры	Краснодарский край	Популярность у туристов вызывают туры на винодельческие заводы с дегустацией в Краснодарском крае, где широко выращивается виноград различных сортов
	Крым	Там осуществляются винные туры в Массандру и Инкерман

К сожалению, в России отсутствуют продуманные маршруты по гастрономическому туризму. Также важным вопросом считается развитость инфраструктуры, в особенности автотранспорта и размещения. Мало кто из иностранцев и россиян будет платить довольно большие деньги, чтобы пересечь бескрайние просторы страны с целью попробовать то или иное блюдо. При этом важно не просто съездить попробовать местное блюдо, но и научиться его готовить. Однако, несмотря на существующую ситуацию в России, всё больше и больше бизнесменов понимают перспективность этого направления.

Забайкальский край в плане развития гастрономического туризма является достаточно перспективным краем. Россия – это многонациональная страна. На территории страны проживает более 160 народов. И каждый регион России имеет свою неповторимую кухню, уникальные блюда, традиции принятия пищи. В Забайкальском крае тоже можно прочувствовать вкус этого необычного региона.

До прихода русских эти места заселяли буряты и эвенки (тунгусы). Авторы проанализировали (по состоянию на 2018 год) численность и структуру народов Забайкальского края и представили результаты в табл. 15.

Таблица 15

Численность народов в Забайкальском крае [14]

<i>Национальность</i>	<i>Численность</i>
Русские	977 400 (89,9 %)
Буряты	73 941 (6,8 %)
Украинцы	6743 (0,6 %)
Татары	5857 (0,5 %)
Армяне	3943 (0,3 %)
Азербайджанцы	2045 (0,3 %)
Киргизы	1634 (0,2 %)
Белорусы	1544 (0,2 %)
Узбеки	1515 (0,2 %)
Эвенки	1387 (0,1 %)

Очевидно, что в Забайкальском крае второй по численности проживающий народ – буряты. Они признанные любители молочной продукции и мяса.

Самое популярное блюдо бурятов – позы (буузы). Это блюдо готовится на пару, тесто и начинка – репчатый лук и рубленое мясо. В Забайкальском крае много заведений, где можно отведать это необычное блюдо, их называют позными. Причём буряты кушают позы с горчицей, а русские предпочитают с майонезом.

В Забайкалье любимым напитком является крепкий чёрный чай с молоком. Популярно сало с чесноком, такое пристрастие связано с долгой и суровой зимой в Забайкальском крае, квашеная капуста и солёные грибы – грузди. Очень популярны в крае блюда из дичи.

От эвенкийского народа был перенят опыт запастись на зиму необходимым количеством мяса и рыбы в сушёном и вяленом виде.

В данном регионе проживает ещё один народ – семейские. В обычные будние дни можно попробовать: мясной бу-

льон, густые мясные щи, каши, свежевыпеченный хлеб, чай с молочными продуктами, также овощные блюда в виде огурцов, помидоров.

В целом забайкальцы, как и подавляющее большинство людей, любят вкусно и много покушать, в кафе и ресторанах присутствуют блюда традиционной русской, европейской, восточной кухни.

Также в Забайкальском крае есть несколько фабрик, специализирующихся на производстве продуктов питания:

– «Маккавеевский пищевой комбинат» находится в селе Маккавеево Читинского района. Комбинат занимает лидирующие позиции среди остальных комбинатов края. Ключевыми категориями пищевого производства являются:

- мясная и колбасная продукция;
- изделия из рыбы, пресервы;
- изготовление полуфабрикатов;
- мучная и кондитерская продукция.

– «Читинский молочный комбинат» считается достаточно крупным и масштабным предприятием на территории Забайкальского края по изготовлению молочной продукции.

– Кондитерская фабрика «Радуга» располагается в г. Чите. Специализация компании – производство кондитерской и хлебобулочной продукции. В ассортименте имеются:

- пирожные;
- мясные пироги;
- торты;
- слойки;
- тесто и прочие изделия.

– Предприятие «Читинские Ключи» на сегодняшний день выпускает 18 наименований безалкогольных напитков, 2 вида энергетических напитков «Шокер», хлебный квас брожения, 2 вида минеральных вод, питьевую воду «Родниковая» первой категории, воду высшей категории качества для детского питания «Лялечка».

В г. Чите находятся более 600 ресторанов и кафе, которые подают блюда разных кухонь. В них проводят мастер-классы по приготовлению блюд. Так, например, в ресторане «За-

байкалье» была открыта кулинарная школа шеф-повара Зарины Хаджумаровны Гагиевой. Здесь учат готовить настоящие банкетные блюда высочайшего класса.

Что же касается заведений бурятской кухни, то в них подают такие национальные блюда, как буузы, бухлёр, хирмаса, курунгуру, чай с молоком.

Граница с Китаем дала возможность развитию китайской кухни в крае. Китайские рестораны и кафе в центре г. Читы пользуются большим спросом, в них устраиваются различные банкеты, где гости имеют возможность заказать такие популярные китайские блюда, как утка по-пекински, габаджоу, пельмени (цзяоцзы), курица в кисло-сладком соусе, фунчоза, тофу по-сычуански, жареные свиные уши со сладким перцем в остром соусе. Особенность таких ресторанов в том, что всё подаётся большими порциями.

Во время летнего сезона большой популярностью пользуется кавказская кухня. В таком кафе или ресторане можно заказать шашлык, узбекский плов на мангале, чебурек, люля-кебаб, табака, хачапури.

Несмотря на то, что Чита – небольшой город, с точки зрения гастрономии он развивается с огромной скоростью. Для тех, кто ценит комфорт и уют, являются популярными европейская кухня и рестораны, где подаются блюда разных национальных кухонь в одном месте. Также в большинстве ресторанов города вам предложат итальянскую кухню: пасты, пиццы, тирамису, ризотто.

В Чите так же, как и по всей России, набирает популярность японская кухня. Хотя суши-бары только начинаются развиваться, но конкуренция уже есть. По уровню обслуживания, месторасположению, ассортименту, удобству помещения суши-бары в Чите очень хорошего уровня, есть из чего выбрать. Так, например, японский ресторан «Нияма» в Чите популярен и известен в других городах России.

В 2011 году в г. Чите открылась «Шоколадница» – кофейня с качественным кофе. Сейчас «элита» города собирается именно там и довольствуется предложенным ассортиментом московской сети кофеен.

Несколько годами ранее начала быстро развиваться сеть ресторанов быстрого питания “SubWay”, “Doner Kebab”, «Мастер Бургер», “Carl’s Jr”. Наиболее частые посетители таких ресторанов – студенты и школьники, которые могут свободно заходить в своё любимое место и весело проводить время.

Необходимо отметить, что в г. Чите проводятся несколько фестивалей и конкурсов гастрономического направления. Так, например, в феврале 2018 года прошёл благотворительный турнир «Шедевр на тарелке» среди кафе, ресторанов и других заведений общественного питания г. Читы на церемонии награждения конкурса «Лучший предприниматель 2017». Кроме этого, министерством образования, науки и молодёжной политики Забайкальского края и Забайкальской ассоциации рестораторов и отельеров был организован конкурс, в котором приняли участие 13 студентов-поваров из образовательных учреждений края. На протяжении 10 дней они стажировались и готовились к чемпионату “World Skills” под руководством семи ведущих ресторанов г. Читы.

Также в столице края состоялась выставка-ярмарка «Фестиваль минеральной воды». На базе Музейно-выставочного центра в течение двух дней проходили деловые встречи и переговоры с потенциальными инвесторами, круглые столы, дискуссии и выступления многочисленных, в том числе зарубежных, творческих коллективов.

На основании вышесказанного, отмечаем, что Забайкальский край обладает большим количеством ресурсов для организации гастрономического тура, однако анализ туристских фирм показал отсутствие подобных туров. У них имеется большое количество предложений по краю, а именно: оздоровительные, паломнические, познавательные, спортивные и другие туры.

Опрос потенциальных потребителей был размещён в социальных сетях, для того чтобы выявить интерес у потребителей в создании гастрономического тура.

Были опрошены 93 респондента в возрасте от 15 до 50 лет, мужчины – 32,4 %, женщины – 67,6 %.

На вопрос «Знакомо ли вам понятие “гастрономический туризм”?» большинство респондентов ответили, что впервые слышат об этом (см. рис. 25), и только 5,4 % уже были в подобном путешествии.



Рис. 25. Результаты ответов на первый вопрос

На следующий вопрос: «Хотели бы вы совершить данное путешествие с целью знакомства с кулинарными традициями той или иной страны?» 86,5 % респондентов ответили положительно (см. рис. 26).

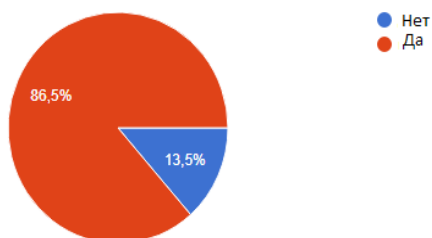


Рис. 26. Ответы респондентов на второй вопрос

На вопрос: «Насколько важна для вас местная кухня при выборе направления путешествия?» ответы респондентов разделились следующим образом: 54,1 % ответили, что это не

главный критерий, местную кухню пробовали; 13,5 % – это не влияет на выбор путешествия; 10,8 % – кухня не играет никакого значения для респондентов; 21,6 % – очень важна местная кухня при выборе путешествия (см. рис. 27).



Рис. 27. Ответы респондентов на пятый вопрос

Респонденты ответили, какой национальной кухне больше всего отдадут своё предпочтение: 32 (86,5 %) человека проголосовали за русскую и украинскую (борщ, вареники, блины), 21 (56,8 %) – за японскую (сакэ, роллы, лапша), а 11 (29,7 %) – за итальянскую (паста, пицца) (см. рис. 28).

Чьей кухне Вы отдаете предпочтение? (выберите до 3 вариантов)
*Можно указать несколько вариантов, но не больше 3

37 ответов

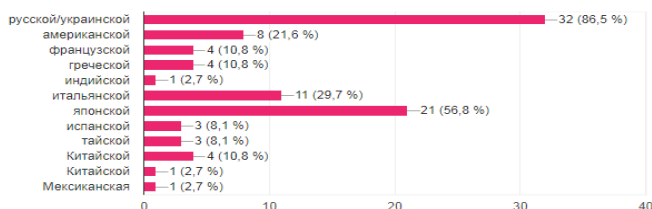


Рис. 28. Ответы респондентов на седьмой вопрос

По результатам опроса, на вопрос «Какой регион нашей страны стоит развивать с точки зрения гастрономического туризма?», 26 % проголосовало за Сибирский регион, 24 % – за Центральный регион, 13 % – за Дальневосточный регион (см. рис. 29).



Рис. 29. Результаты ответов на девятый вопрос

Исходя из данных проведённого опроса, респондентов интересует данный вид туризма, у них есть желание поехать в такой тур. Поэтому стоит разрабатывать такие туры, тем более уже на данный момент существует небольшой опыт в организации гастрономических туров на российском рынке.

В завершение нашего исследования необходимо упомянуть об особенностях организации гастрономических туров.

Организация гастрономического тура имеет ряд особенностей, связанных со спецификой данного вида туризма.

Во-первых, нужно детально изучить гастрономический рынок принимающей страны и тщательно отобрать заведения общественного питания, предоставляющие оптимальный набор качественных услуг питания и меню по оптимальной цене.

Во-вторых, нужно обратить внимание на то, чтобы в ресторанах с национальной кухней предоставлялась непосредственно национальная кухня, а это предполагает наличие меню, включающего традиционные блюда и напитки, и высокое качество их приготовления. В принимающем отеле стоит договориться, например, о завтраках в традициях национальной кухни или же организации мастер-классов от шеф-повара ресторана при отеле [13].

В-третьих, обслуживающий персонал заведений питания, включённых в проект гастрономического тура, должен владеть иностранными языками и необходимой информацией

о блюдах, напитках и продуктах, из которых они приготовлены. Официанты должны выполнять роль «гастрономических экскурсоводов».

В-четвёртых, необходимо выделить места, где туристы могли бы приобрести гастрономические продукты и сувениры, которыми славится данная местность.

В-пятых, следует уделить внимание безопасности. Нужно провести проверку нормативных документов, подтверждающих соответствие ресторанов всем требованиям и критериям безопасности и качества.

Также необходимо рассказать об особенностях блюд, напитков и продуктов и возможных последствиях их употребления туристу. Поэтому следует выяснить у него наличие аллергий, заболеваний и прочих медицинских противопоказаний.

Принимая во внимание всё вышесказанное без исключения, необходимо предложить клиенту самый полный пакет медицинской страховки, так как даже при всех принятых мерах, сводящих риск к минимуму, он всё же существует.

Национальная кухня никого не оставляет равнодушным, судя по опыту многих туристов, хоть раз побывавших в гастрономических турах. Поэтому многие начинают независимое изучение абсолютно всех тонкостей приготовления понравившихся блюд, а принимая во внимание, что география кулинарных изысков безгранична, популярность гастрономических туров будет расти.

Гастрономический туризм является специфическим видом, который имеет ряд особенностей.

Первая особенность – гастрономический тур может быть экскурсионным туром, который включает в себя дегустацию блюд и напитков. В поездке туристу рассказывают о местной кухне, об особенностях сыров, вин, сочетаемости продуктов, что даёт уникальную возможность продегустировать то вино или продукт, о котором только что рассказывали в экскурсии; также продемонстрируют технологию производства этого продукта. Таким образом, турист узнает все нюансы их производства в определённой стране, так как у каждой нации и даже региона – свои традиции.

Вторая особенность – гастрономические туры являются специализированными поездками, в которых туристы обучаются дегустации или приготовлению различных блюд. В течение всей поездки профессиональный повар, сопровождающий туристов в пути, сам проектирует меню, выбирает продукты, даёт мастер-классы по приготовлению национальных блюд.

Каждая из стран имеет свои особенности, позволяющие развиваться в ней гастрономическому туризму. По мнению российской версии кулинарного журнала “Jamie” британского шеф-повара Джейми Оливера, факторы, влияющие на развитие гастрономического туризма [8]:

1. Наличие на территории коренных народов, кухня которых может стать основой для разработки уникальных гастрономических туров.

2. Желание туриста больше знать о том, что он ест, как это приготовить.

3. Возможность посещения экологически чистых хозяйств и производств, знакомство с экологически чистыми биопродуктами и их производством.

4. Интерес туриста к кулинарным традициям народов и к культурным различиям.

5. Поиск туристом новых ощущений (визит на ферму, сбор винограда, кулинарный мастер-класс).

6. Стремление туриста к индивидуальности, к уходу от массовости.

7. Развитое сельское хозяйство и возможность пребывания туристов в сельской местности с целью дегустации местной кухни и продуктов, производимых в фермерских хозяйствах.

Подводя итог, можно сказать, что гастрономический туризм становится более востребованным путешествием, так как сегодня люди предпочитают изысканный и запоминающийся отдых, а познание посещаемой местности возможно через национальную кухню.

Сегодня можно говорить о новой экономике – экономике впечатлений, к которой гастрономический туризм имеет непосредственное отношение. В современном обществе меняются

предпочтения, и гастрономический туризм стремительно развивается. Этот вид туризма способствует социально-экономическому развитию регионов, включая создание дополнительных рабочих мест, сохранению или открытию производств отдельных продуктов, а также их реализации, помогает брендингу регионов, привлечению туристских потоков.

Проанализировав Забайкальский край на наличие ресурсов для развития гастрономического туризма, можно сделать вывод, что гастрономический туризм может стать полноценным направлением туристской отрасли на территории Забайкальского края.

Список литературы

1. Вульф Эрик. Что такое гастрономический туризм? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism> (дата обращения: 10.04.2018).

2. Гастрономический туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiiy-turizm/vidi-gastroturizma> (дата обращения: 15.05.2018).

3. Гастрономический туризм. Журавлиная родина [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.craneland.ru/?page_id=8366 (дата обращения: 25.04.2018).

4. Джанджугазова Е. А. Литературный трактир или национальные особенности трапезы // Современные проблемы сервиса и туризма. 2010. № 3. С. 97–102.

5. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс] // Российские регионы: взгляд в будущее. Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiiy-turizm-sovremennyye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 22.07.2018).

6. История традиционной русской кухни. Кулинарный портал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.kuking.net/11_122.htm (дата обращения: 21.07.2018).

7. Кулинарный словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.langet.ru/html/g/gurman-gurm6.html> (дата обращения: 10.05.2018).

8. Особенности маркетинга и продвижения винно-гастрономического туризма [Электронный ресурс] // Кулинарный журнал Джейми Оливера. Режим доступа: <http://www.jamimagazine.ru> (дата обращения: 17.03.2018).

9. Пайн Б.Дж., Гильмор Дж. Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М., 2005. С. 524.

10. Региональная кухня Франции. Портал ресторанной жизни [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.allcafe.ru/readingroom/kitchen/french/407> (дата обращения: 15.10.2018).

11. Советы – гастрономический туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiaopen.com/tips/1966> (дата обращения: 26.04.2018).

12. Толковый словарь В. И. Даля [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slovardalja.net> (дата обращения: 15.09.2018).

13. Тонкости туризма. Гастрономические туры [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tonkosti.ru> (дата обращения: 15.09.2018).

14. Туризм в Забайкалье [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.минмсвэст.зabayкальскийкрай.рф/action/turizm/?p=2&year=2012> (дата обращения: 19.09.2018).

15. Kivela J., Crotts J. C. Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination // Journal of Hospitality and Tourism Research. 2010. С. 354–377.

16. Spainis culture [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.españaescultura.es> (дата обращения: 15.09.2018).

17. Why food tourism is becoming more important? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hospitalitynet.org> (дата обращения: 18.10.2018).

18. World Food Travel Association [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.worldfoodtravel.org> (дата обращения: 15.09.2018).

Глава 6. Особенности развития лечебно-оздоровительного туризма в Забайкальском крае

Лечебно-оздоровительный туризм как вид экологического туризма представляет собой разновидность санаторно-курортного лечения и рассматривает организацию оздоровления населения с точки зрения технологии путешествия. Это достигается путём формирования туристского продукта, в основе которого заложена лечебная или оздоровительная технология, улучшающая качество жизни путём полного удовлетворения потребности в отдыхе, оздоровлении и лечении с использованием разнообразных составляющих природного комплекса.

Оздоровительный туризм – это динамично развивающаяся индустрия, вовлекающая всё больше людей, рассчитывающих получить безупречное обслуживание и поправить своё здоровье. Сегодня более 1,3 миллиона человек в год посещают оздоровительные центры в таких странах, как Швейцария, Германия, Израиль, Франция, Италия, Греция, Таиланд, Чехия, Словакия, Финляндия, Мальта, Эстония, Литва, Украина, Белоруссия и др. Эти страны предлагают бесчисленные варианты нетрадиционной медицины, роскошные апартаменты, незабываемые культурно-развлекательные программы, маршруты для осмотра достопримечательностей и совершения покупок.

Известно, что турист хочет получить высокий сервис обслуживания, невысокую стоимость путёвки и эффективный результат оздоровления.

Проанализировав уровень организации лечебно-оздоровительного туризма в России, можно отметить, что многие отечественные дома отдыха, санатории, пансионаты не соответствуют необходимым требованиям, их сервисные услуги находятся на достаточно низком уровне, при этом отдых в России получается намного дороже, чем за границей. К сожалению, сегодня федеральные и региональные власти в большей степени занимаются поддержкой и развитием коммерческого туризма и мало занимаются развитием лечебно-оздоровительного туризма.

Лечебно-оздоровительный туризм предусматривает перемещение резидентов и нерезидентов в пределах государственных границ и за пределы государственных границ на срок не менее 20 часов и не более 6 месяцев в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека [10].

Имеется большое количество определений понятия «лечебно-оздоровительный туризм», каждое из которых выявляет его важные специфические особенности, трактовка постоянно уточняется и дополняется многими исследователями и учёными, некоторые из них представлены в табл. 16.

Таблица 16

**Определения понятия «лечебно-оздоровительный туризм»
[1; 4; 5; 11; 23]**

<i>Автор</i>	<i>Определение</i>
В. А. Соколов	Перемещение туристов в пределах или за пределы государственных границ на срок не менее 20 часов и не более 6 месяцев в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека
А. В. Бабкин	Перемещение резидентов и нерезидентов в пределах государственных границ и за пределы государственных границ на срок не менее 20 часов и не более 6 месяцев в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека
А. М. Ветитнев	Часть туристской деятельности, предполагающей в качестве главного мотива поездки получение туристами за собственные или корпоративные средства комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания и располагающих необходимыми для этого природными, материальными и людскими ресурсами с целью предотвращения заболеваний или реабилитации/лечения различной патологии

Л. Б. Журавлева	Временный выезд с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных и эвристических целях. Выделяют водный, горный, лыжный туризм, а по продолжительности – краткосрочный (5–7 суток) и долгосрочный (более 7 суток)
А. В. Харин	Особый вид туризма, который выполняет рекреационные и лечебно-оздоровительные функции, удовлетворяет потребности населения в восстановлении физических и душевных сил, ориентированный на туристско-оздоровительные, развлекательные программы, а также на применение лечебных природных средств, которые воздействуют на организм человека (бальнеолечение, грязелечение)

Лечебно-оздоровительный туризм основан на курортологии, науке о природных лечебных факторах, их воздействии на организм и методах использования в лечебно-профилактических целях. Основными разделами курортологии являются:

1. Бальнеология – это раздел курортологии, изучающий лечебные минеральные воды, их происхождение, физико-химические свойства, влияние на организм при различных заболеваниях, разрабатывающий показания к их применению на курортах и в некурортных условиях.

2. Бальнеотерапия – это методы лечения, профилактики и восстановления нарушенных функций организма природными и искусственно приготовленными минеральными водами на курортах и в некурортных условиях.

3. Грязелечение – это метод лечения, профилактики заболеваний организма с использованием пелоидов, то есть лечебных грязей различного происхождения на курортах и в некурортных условиях.

4. Климатотерапия – это совокупность методов лечения и профилактики заболеваний организма с использованием дозируемого воздействия климатопогодных факторов и специальных климатопроцедур на организм человека.

5. Курортография – это описание местоположения и природных условий курортов и курортных местностей с харак-

теристикой их лечебных факторов, бальнеотерапевтических, климатотерапевтических и других условий для лечения и отдыха [13].

Во всём мире происходит ускорение научно-технического прогресса, идут процессы урбанизации, что имеет как позитивные, так и негативные последствия для здоровья людей. Наблюдается снижение функциональных возможностей человеческого организма, что и проявляется в ухудшении деятельности его важнейших жизнеобеспечивающих систем. Отмечаются как рост заболеваемости населения, так и возникновение новых, опасных заболеваний; значительно возрастают стрессовые нагрузки, а в организме человека накапливается физическая и умственная усталость. В то же время в мире наблюдается тенденция к осознанию значимости здорового образа жизни. Неотъемлемой частью современной системы ценностей стала забота о здоровье, повышении жизненной активности. Растёт число людей, стремящихся поддерживать хорошую физическую форму наряду с духовным обогащением. Изменился и взгляд работодателей на своих работников. Всё это создаёт предпосылки для ускоренного развития лечебно-оздоровительного туризма во всём мире.

До сих пор идут споры, какие виды туризма относить к лечебному туризму, а какие – к оздоровительному. Если в качестве критерия использовать цель путешествия, то можно выделить отдельно лечебный туризм и оздоровительный туризм.

Лечебный туризм осуществляется с целью поправки здоровья и предполагает пребывание в санаторно-курортных учреждениях. Цель «лечение» обособливается отдельно и в классификации путешествующих лиц, рекомендованной ВТО [3]. Оздоровительный туризм имеет целью профилактику здоровья и отдых. Он характеризуется большей продолжительностью путешествия, посещением меньшего количества городов и большей продолжительностью пребывания в одном месте. Цель «отдых» наряду с досугом и рекреацией присутствует в классификации путешествующих лиц, рекомендованной ВТО.

Развитию лечебно-оздоровительного туризма в том или ином регионе мира благоприятствуют определённые физико-географические факторы, или природные условия. К таким условиям относится наличие определённых природно-рекреационных ресурсов, т. е. ресурсов, обеспечивающих отдых и восстановление здоровья и трудоспособности человека, а также эстетических ресурсов – сочетания природных факторов, положительно воздействующих на духовное состояние людей. Лечебно-оздоровительные туристские ресурсы определены в Федеральном законе как «природные, исторические, социально-культурные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [22]. Под курортами понимаются местности, располагающие природными ресурсами для лечения и отдыха (благоприятным климатом, живописным ландшафтом, источниками целебных минеральных вод, залежами лечебных грязей и др.), а также учреждениями, сооружениями, устройствами для использования этих природных ресурсов с лечебно-профилактическими и оздоровительными целями [18].

Основными типами учреждений на курортах являются санатории, дома отдыха, пансионаты, курортные поликлиники, курортные и лечебные гостиницы. К числу курортных сооружений и устройств относятся бюветы, питьевые галереи, бальнеотехнические сооружения, грязелечебницы, климатопавильоны, пляжи и др. Основные типы курортов различают в зависимости от того, какими природными лечебными факторами располагают курорты и определяют три их главных типа: бальнеотерапевтические, грязевые и климатические. Многие курорты обладают несколькими природными лечебными факторами и, являясь переходными, занимающими промежуточное положение, соответственно называются бальнеогрязевыми, бальнеоклиматическими, климатогрязевыми и т. п. Так как в своей лечебной деятельности они используют одновременно, например, минеральные воды и грязи или климат и минеральные воды, то не могут быть отнесены к како-

му-то одному из трёх типов. Такие курорты сравнительно широко распространены в Европе и привлекают растущее число туристов.

Современный рынок лечебно-оздоровительного отдыха включает предприятия отдыха, оказывающие лечебные услуги, туристские фирмы – предприятия-посредники, продающие услуги. Лечебные услуги относятся к категории наиболее дорогих, т. к. основаны на применении ценных природных лечебных ресурсов, эксплуатация которых требует сложного бальнеотехнического хозяйства и медицинской техники. Оказание лечебных услуг невозможно без наличия специально подготовленного персонала. В здравницах применяется также специальное диетическое питание отдыхающих.

Забайкальский край богат гидроминеральными ресурсами, которые представляют большой интерес для применения их в лечебных целях. В настоящее время на территории края на базе минеральных источников действуют следующие санатории и курорты:

- Центр восстановительной медицины и реабилитации «Карповка».

- Санаторий «Кука».

- Санаторий «Молоковка».

- Бальнеологический курорт «Дарасун».

- Бальнеологический курорт «Шиванда».

- Санаторий «Ургучан».

- Санаторий «Дарасунский».

- Больница восстановительного лечения «Ямкун».

- Санаторий «Былыра».

На территории Забайкальского края насчитывается около 300 источников минеральных холодных углекислых и термальных азотных вод, холодных углекислых гидрокарбонатных магниевых-кальциевых вод типа кисловодских нарзанов. На территории края выделяют 3 района: на востоке – Нерчинская Даурия, на западе – Селенгинская Даурия, на юге – Витимо-Олёкминская Даурия. Наиболее богата Нерчинская Даурия, где находится свыше 220 минеральных источников. В бальнеотерапевтических целях применяются радоновые воды молоковских и ургучанских источников.

На юге края известны азотные кремнистые термы следующих источников: Семиозерского в долине р. Горячая – сульфатно-гидрокарбонатная натриевая вода, температура +36 градусов, Былыринского в Кыринском районе – радоновая гидрокарбонатная натриевая, температура +42 градуса, Верхне-Чарского вблизи железнодорожной станции Чара Байкало-Амурской магистрали – хлоридно-сульфатно-натриевая вода, температура +49 градусов. На севере области в районе Байкало-Амурской магистрали разведано Эйсмахское месторождение углекислых гидрокарбонатных натриевых вод (минерализация 7–15 г/л) [15].

Забайкальский край богат уникальными минеральными источниками и по их обилию занимает 2-е место после Кавказа. По физико-химическому составу они весьма разнообразны: холодные углекисло-железистые слабоминерализованные, гидрокарбонатно-кальциево-магниевые, углекисло-радоновые, радоново-углекислые, холодные, сульфатно-натриевые, сульфатные термы, лечебные грязи.

Минеральные воды края, которые часто выходят на земную поверхность в живописной горно-таёжной местности и вблизи горных рек, являются отличным ресурсом для проведения оздоровительных мероприятий населения. В отличие от многих районов центральной России, в Забайкальском крае качество поверхностных и подземных вод в большинстве своём соответствует гигиеническим нормам, и они могут применяться для питьевых и бытовых нужд без предварительной обработки. Однако следует иметь в виду, что поверхностные воды в окрестностях населённых пунктов практически всегда имеют низкие санитарно-гигиенические показатели.

Лечебно-оздоровительные местности и курорты края издавна славятся превосходными минеральными источниками и лечебными грязями и по своим лечебным свойствам сравнимы с известными кавказскими лечебницами. Особым почитанием у населения пользуются лечебно-оздоровительные местности с лечебными озёрными грязями, источниками лечебных вод (аршаны) и наличием лекарственных растений. Согласно требованиям природоохранного законодательства, вокруг источников должны выделяться зоны санитарной ох-

раны. Некоторые озёра с большими запасами лечебных грязей (такие как Арей, Халанда, Гужирные озёра, Бабье, Борзинское) также имеют статус ООПТ в категории «Памятники природы». В крае, в соответствии с оценкой курортно-рекреационных ресурсов, разнообразие растительности соответствует уровню Южного Крыма, Молдавии, Закавказья и Приамурья; ландшафты – уровню Карпат, Южного Крыма, Черноморского побережья, Приамурья. Наивысшую оценку как санаторно-курортные ресурсы получили источники минеральных вод и горный таёжный климат. По ним регион сопоставим с Карпатами, Южным Крымом, Кавказом, Черноморским и Балтийским побережьями. Наряду с национальными парками курорты могут давать существенный доход в бюджет региона [19].

Санаторий «Дарасун» – один из крупнейших низкогорных бальнеологических курортов Сибири и Дальнего Востока, расположен в центральной части Забайкалья, в 133 км к юго-востоку от Читы, на берегу горной реки Дарасунка, в 68 км от железнодорожной станции Дарасун. Территория курорта, находящаяся на высоте около 750 м над уровнем моря, окружена с трёх сторон горами, покрытыми берёзовыми, сосновыми и смешанными лесами. Вдоль реки, долина которой имеет ширину до 1,5 км, тянется парк с деревьями смешанных пород, в которых преобладает лиственница. В летний период долина покрывается пышной луговой растительностью.

На курорте «Дарасун» функционирует 2 санатория, один из них находится в ведении Читинского территориального совета по управлению курортами профсоюзов РФ, второй – в ведении Министерства здравоохранения РФ.

Основной медицинский профиль:

- болезни женских половых органов;
- болезни мочеполовой системы;
- болезни органов пищеварения;
- болезни системы кровообращения.

К услугам отдыхающих санатория «Дарасун» – закрытый бассейн, вибросауна, лесопарковая зона, терренкур, дом культуры, в котором находится кинозал, танцевальный зал, библиотека, большой спортивный зал, малый ЛФК (лечебный

корпус), волейбольная, баскетбольная, теннисная, городошная площадки, пляж, сауна с бассейном, спорткомплекс, тренажёрный зал, волейбольная и теннисная площадки летнего исполнения, клуб, летний танцевальный зал, библиотека, косметический кабинет, конференц-зал. На территории санатория имеется открытая летняя танцевальная площадка, баня-сауна, кафе, парикмахерская, фотография [12].

Санаторий «Кука» расположен в 59 км от г. Читы и в 8 км от станции Лесная, в восточных отрогах Яблонового хребта в долине реки Кислый Ключ. Окрестности курорта чрезвычайно живописны, летом изобилуют разнообразными дикорастущими ягодами и грибами. На красивейшую гору Кресельную ведёт терренкур. Северные склоны гор сплошь покрыты зарослями багульника. Большая территория покрыта смешанным лесом.

Основной медицинский профиль:

- болезни костно-мышечной системы и соединительной ткани;
- болезни мочеполовой системы;
- болезни нервной системы;
- болезни органов дыхания;
- болезни органов пищеварения;
- болезни эндокринной системы [8].

Первое описание кукинских минеральных вод было написано в 1852 году Л. Ловицким, который отметил в воде наличие сероводорода. Кукинские минеральные воды очень холодные, по своему составу являются углекислыми, железистыми, гидрокарбонатно-кальциево-магниевыми. От вод Дарасуна они отличаются большим содержанием магния, повышенным содержанием натрия и повышенной минерализацией.

В санатории «Кука» также организован и работает образовательно-оздоровительный лагерь круглогодичного действия. Санаторий «Кука» принимает взрослых и детей без родителей с 6 до 16 лет, а также родителей с детьми. На детей предоставляется скидка – 20 % (до 15 лет) [19; 21].

Большой популярностью пользуется курорт «Ургучан», на котором для лечения заболеваний органов движения, пи-

щеварения и нервной системы используют радоновые ванны. Курорт расположен в Балейском районе, в окрестностях с. Ургучан в 300 км восточнее г. Читы, на северо-западном склоне Борщовочного хребта, на высоте 850 м над уровнем моря. Источник выходит в долине реки Ургучан, вода холодная (до +10 С°), радиоактивная, пресная, гидрокарбонатная, магниевое-кальциевая. Впервые Ургучанские источники были исследованы в 1928 году Н.И Толстихиным [2; 17].

Санаторий «Шиванда» расположен в 205 км восточнее г. Читы на высоте 800 метров над уровнем моря в долине реки Шиванда, в живописном месте, со всех сторон окруженном вековыми соснами и белоствольными, кудрявыми берёзами. В переводе с эвенкийского языка «шиванда» означает «солнечный исток». Климат курорта резко континентальный с холодной зимой и жарким летом.

Более 100 лет, а именно с 1894 года, известны лечебные свойства шивандинских минеральных источников. Жители окрестных сёл приходили к ним, поселялись в балаганах и шалашах, пили воду, устраивали ванны в колодах, изготовленных из деревьев, куда для подогрева воды бросали раскалённые на костре камни.

Источники привлекали к себе больных не только из окрестных сел и районов, но даже из Монголии и Китая. Благодаря замечательному географическому и природному расположению «Шиванда» была излюбленным местом купцов и золотопромышленников Восточной Сибири, а строительство Забайкальской железной дороги в 1907 году дало особый толчок развитию курорта.

В комплекс лечения входят климатолечение, диетотерапия, физиотерапия, парафинолечение, лечебная физкультура, массаж, сканертерапия, иглорефлексотерапия, спелеоклиматическая камера.

Санаторий специализируется на лечении и профилактике заболеваний:

- органов пищеварения;
- органов дыхания нетуберкулезной этиологии;
- мочевыделительной системы;

– реабилитация по заболеваниям: женских половых органов, системы кровообращения, опорно-двигательного аппарата, нервной системы, профзаболеваниям.

Санаторий рассчитан на 250 мест и круглогодично принимает отдыхающих. Отдыхающие размещаются в благоустроенном 5-этажном корпусе в 1- и 2местных благоустроенных номерах и номерах люкс и полулюкс. На базе здравницы работает детский санаторный лагерь круглогодичного действия на 100 мест. К услугам отдыхающих предлагаются клуб, танцевальный зал, широкоэкранная киноустановка, библиотека, выставочный зал прикладного искусства, парковая зона, оснащённые парковыми скамейками и беседками терренкуры, пешеходные мостики через ручейки, естественный проточный водоём – озеро, где имеется возможность купаться, загорать, есть прокат лодок, летняя танцевальная площадка, летние спортивно-игровые площадки (волейбольная, городошная, бадминтонная, настольный теннис), напрокат выдаются шашки, шахматы, домино, ракетки для бадминтона, тенниса, мячи, гантели, эспандеры, музыкальные инструменты.

Разработаны маршруты для дозированной ходьбы (терренкуры), оборудованные скамейками для отдыха. Организуются экскурсионные программы в Первомайский краеведческий музей, расположенный в 12 км от санатория [12].

Санаторий «Молоковка» находится в долине реки Молоковка в 14 км к юго-востоку от г. Читы и на высоте 820 м над уровнем моря, среди густого смешанного леса. Санаторий окружён со всех сторон невысокими сопками-отрогами хребта Черского, которые защищают зону курорта от ветров. Санаторий располагает уникальными лечебными факторами: радоновой гидрокарбонатной магниево-кальциевой водой с минерализацией 0,7 г/л; лечебными грязями оз. Угдан, относящимися к группе гидрокарбонатно-сульфатно-натриево-магниевых. Уникальность радоновых вод заключается во влиянии неповторимого химического состава воды на организм человека. Благодаря оптимальному содержанию радона в воде в организме человека происходит изменение обмена веществ, скорость этого процесса увеличивается в 2 раза. Это единственный источник в России с таким содержанием радона.

Санаторий круглогодичного действия вместимостью в 165 мест. Санаторий принимает на лечение и отдых взрослых и родителей с детьми с 4 лет. Рекомендуются для лечения заболеваний костно-мышечной, нервной систем, системы кровообращения, органов пищеварения, гинекологических заболеваний, болезней кожи [21].

Сульфидная иловая грязь и сульфатно-гидрокарбонатная, магниевно-натриевая минеральная вода оз. Угдан (минерализация от 1,2 до 3,7 г/л) применяются при лечении заболеваний костно-мышечной и нервной систем, гинекологических болезней. Целебные свойства грязи и воды озера используют с 1904 года [16].

На территории Забайкальского края существуют курортные местности, которые в данный период времени не действуют или преобразованы в другие медицинские организации. Следует выделить такие курортные местности, как:

Курортная местность «Ямаровка», которая находится в Красночикойском районе на высоте 980 м над уровнем моря. «Ямаровка» – один из первых курортов, обустроенных на минеральных источниках края. Минеральные углекислые источники были открыты в 1840-х годах. Датой начала использования источника считается 1854 год, когда его посетил кяхтинский врач П. А. Марцинкевич, давший заключение о высоких лечебных свойствах ямаровской минеральной воды, был сделан первый химический анализ воды. Континентальный климат, тёплое лето, отсутствие ветра дают основания считать «Ямаровку» горноклиматическим курортом. Здесь лечили заболевания сердечно-сосудистой системы и органов пищеварения. Курорт действовал круглогодично. В настоящее время курорт не действует [9].

Курорт «Угдан» являлся единственным грязевым курортом в Забайкальском крае. Располагался курорт в 7 км от г. Читы, в степной зоне, работал с 1923 года как сезонный. Грязь озера по своему составу является гидрокарбонатной натриевой. На курорте лечили заболевания опорно-двигательного аппарата, нервной системы [20].

Курорт «Ямкун» находится на окраине с. Газимурский Завод. Абсолютная высота источника 700 м. С 1830 года оз. Ям-

кун стало использоваться как курорт. Во многих местах озера интенсивно выделяется газ, являющийся смесью углекислого газа и азота. Из озера вода подаётся в ванный корпус. Недалеко от озера расположены естественные выходы минеральной воды. Основным лечебный фактор курорта – азотно-углекислая тёплая минеральная вода оз. Ямкун, обладающая высокой радиоактивностью. В настоящее время известен как физиотерапевтическая больница восстановительного лечения. Вода тёплая – до +15 °С, радиоактивная, слабосолоноватая, гидрокарбонатная, кальциево-магниева. Основным лечебным фактором являются минеральные воды [7].

Бальнеоклиматический курорт «Олентуй» находится в 124 км от г. Читы и 19 км от железнодорожной станции Карымская. Расположен в сосновом бору на высоте 732 м над уровнем моря. Лето тёплое (средняя температура июля +18 °С), зима очень холодная (средняя температура января –25 °С), осадков 375 мм в год. Число часов солнечного сияния в году около 2000. Основным лечебным фактором действовавшего ранее санатория является климат. На территории находится естественный выход минеральной воды типа «Нарзан». На данный момент курорт не действует [14].

Среди курортных местностей следует также можно выделить Былыринский термальный источник, который широко известен лечебными свойствами своих вод. В своё время здесь были построены ванный корпус и жилые деревянные дома. Этот источник находится в глухой тайге в 450 км от г. Читы.

Таким образом, Забайкальский край является привлекательной территорией России вследствие своего географического и геополитического положения, общих границ с Китаем и Монголией, наличия уникальных историко-культурных и природных объектов. Край может быть привлекателен как для населения края, так и для граждан Российской Федерации и жителей зарубежных государств, а условия Забайкальского края благоприятны для организации санаторно-курортного туризма и оздоровления населения в городских условиях и природных зонах.

В табл. 17 представлены данные по количеству санаторно-курортных организаций и организаций отдыха, в том числе туристских баз.

Таблица 17

**Санаторно-курортные организации и организации отдыха
Забайкальского края [6]**

<i>Тип</i>	<i>1997</i>	<i>2005</i>	<i>2010</i>	<i>2017</i>
Число санаториев	8	6	6	6
Число санаториев-профилакториев	10	9	9	5
Число баз и других учреждений отдыха	45	22	24	35

На данный момент 13 % составляют санатории, санатории и профилактории – 10 %, а остальные 77 % – учреждения отдыха (см. рис. 30). За последние 10 лет произошло сокращение количества санаториев и профилакториев на фоне роста количества учреждений отдыха, что обусловлено изменением экономической ситуации в стране и крае, резким повышением цен на рекреационные услуги, их объём снизился, хотя ассортимент услуг и качество оставались прежними [22].

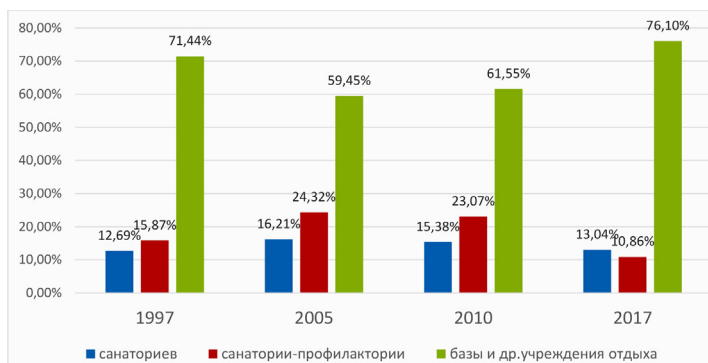


Рис. 30. Динамика санаторно-курортных организаций и организаций отдыха в Забайкальском крае с 1997 по 2017 г.

Обладая богатым рекреационным потенциалом, Забайкальский край в настоящее время не имеет соответствующей материальной базы, что позволило бы сделать лечебно-

оздоровительный туризм доходной отраслью Забайкалья. Связано это с разрушением устойчивой системы санаторно-курортного комплекса России, когда большинство санаториев и курортов принадлежали профсоюзам. Начавшийся в конце 1980-х годов развал экономики ударил по курортной системе страны: ухудшилось качество обслуживания, снизился уровень питания, возросли цены на путёвки. Потребность в санаторно-курортном лечении в настоящий момент удовлетворена не более чем на 30 %. При этом имеющаяся коечная мощность используется лишь на 70 %. Ослабла и научно-исследовательская работа в области разведки и использования лечебных ресурсов, разработки и внедрения в практику новых методик санаторного лечения.

Оставшиеся без государственного финансирования здравницы не смогли перейти на самофинансирование. Коммунальные затраты стали непомерно высоки, что отразилось на стоимости путёвок. Обнищавшее население не имело возможности оплачивать отдых. Санаторно-курортная сеть начала «разваливаться». Богатые люди предпочитали отдых за границей или в элитных санаториях бывшего Главного четвёртого управления Минздрава, обладавших высокой комфортностью и большим разнообразием лечебных услуг. Уровень этих учреждений во много раз превышал уровень известных мировых лечебных курортов. Удержаться «на плаву» им помогла не только клиентура «новых русских», но и богатая материальная база.

Бывшие профсоюзные здравницы, не сумев приспособиться к рыночным отношениям, пошли по пути «вымывания» дешёвых лечебных услуг, необходимых для грамотного лечебного процесса, и замены их на дорогие модные услуги с целью повышения цен. Это привело к тому, что санаторно-курортные учреждения во многом утратили свою социальную значимость. Проигрывая в комфорте элитным здравницам, им трудно стало обеспечивать заполняемость. Многие санатории стали нерентабельными и закрылись.

К 2005 году шок постепенно прошёл, и оставшиеся «на плаву» санатории стали приспособливаться к изменившимся

условиям, реконструироваться и вводить новые услуги. Стоимость отдыха в них при этом оставалась ниже мировых рыночных цен.

2017 год показал, что заполняемость здравниц в среднем по Забайкальскому краю находится на уровне 67 %, тогда как в индустриально развитых, густонаселённых регионах эта цифра достигает 90–100 %, а в ряде регионов (Алтай, Башкирия, Челябинская область) спрос на лечебные услуги превысил предложения. Курорты стали приносить доход. Вся курортная система дала стране около 2 млрд рублей дохода. Здравницы стали обновлять и расширять.

Анализ положения санаторно-курортных комплексов Забайкалья в системе Федерации независимых профсоюзов России выявил следующие причины кризисного состояния:

1. Отсутствие скоординированности действий районной администрации и руководства санаториев при финансовых расчётах.

2. Наличие неэффективной рекламы санаторных комплексов Забайкальского края, отсутствие маркетинговых программ.

3. Отсутствие у руководителей бизнес-плана, программы развития на ближайшую и дальнейшую перспективу, без чего невозможно иметь чёткого, осмысленного направления к поставленной цели.

Новая экономическая реальность ставит санаторно-курортные учреждения перед необходимостью коммерциализации своей деятельности. Коммерциализация может быть осуществлена по следующим направлениям:

- увеличение доли путёвок, реализуемых санаторно-курортными учреждениями самостоятельно;
- расширение перечня предоставляемых клиентам платных услуг профильного и непрофильного характера, а также развитие профильной предпринимательской деятельности (сдача помещений в аренду и т. д.);
- дифференциация профильных услуг, предоставляемых разным категориям потребителей.

Рассмотрим эти направления более подробно.

Доля путёвок, реализуемых санаториями самостоятельно, находится в интервале 50-70 % в среднем по профсоюзным санаториям в курорте «Дарасун», «Карповка», «Ургучан». При этом картина по разным санаториям существенно неоднородна.

Особенность такой ситуации заключается в том, что санатории действуют, как правило, в одиночку, каждый борется сам за себя. Но в условиях отсутствия у работников опыта маркетинговой деятельности такая разрозненность усилий снижает общую эффективность функционирования санаториев и курортов.

В сложившейся ситуации представляется делом первоочередной важности создание организации, которая бы взяла на себя выполнение функций маркетинга и реализации путёвок для всех санаториев, желающих с ней сотрудничать. Такая организация должна быть негосударственной, работать с санаториями и курортами на контрактной основе. Она сможет обеспечить более широкий круг организаций-покупателей путёвок, чем каждый санаторий в отдельности. Организация сможет привлечь к себе на работу наиболее квалифицированных и предприимчивых сотрудников и создать более профессиональный персонал. Организация, выступающая от имени многих санаториев, сможет проводить единую политику в отношении цен реализации путёвок и размера посреднических надбавок, а также сократить цепочки посредников в реализации путёвок от санатория до непосредственных потребителей, которые сильно завышают конечные цены реализации путёвок для населения и тем самым ограничивают спрос.

В результате действия всех этих факторов услуги, предоставляемые данной организацией санаториям по реализации их путёвок, должны будут оказаться дешевле, чем собственная сбытовая деятельность основной массы санаториев. Одновременно следует ожидать и увеличения объёма реализации путёвок благодаря деятельности такой специализированной маркетинговой организации.

Санаторно-курортные учреждения Забайкальского края существенно различаются и масштабами развития вспомога-

тельной, непрофильной коммерческой деятельности. Например, в санатории «Ургучан» доходы от дополнительной коммерческой деятельности составляют 2,5 % от общих денежных поступлений. В то же время в санатории «Дарасун» эта доля достигает 35 %. Такие различия обуславливаются не только объективными возможностями разных санаториев (наличие помещений, их состояние и т. п.), но и, что представляется наиболее важным, субъективными факторами – готовностью и умением развивать предпринимательскую деятельность, находить необходимых для этого спонсоров и контрагентов. Поэтому для стимулирования развития коммерческой деятельности санаториев, самостоятельного зарабатывания ими дополнительных средств необходима работа по повышению экономических и правовых знаний работников курортов.

Главным средством повышения доходности профильной деятельности санаторно-курортных учреждений является дифференциация предложения для разных групп потребителей и проведение дискриминационной ценовой политики (назначение цен на сходные типы услуг, но различные по качеству и ориентированные на разные группы потребителей, не пропорционально реальным различиям в качестве). Речь идёт, прежде всего, о расширении предложения услуг более высокого качества, ориентированных на высокодоходные группы потребителей (номера люкс, отдельное высококачественное питание, дополнительные лечебные процедуры и т. п.).

Дифференциация предложения в Забайкальском крае сдерживается в настоящее время малым количеством номеров повышенной комфортности (как правило, не более 3–5 % общего числа мест в санатории), изношенностью мебели, отсутствием средств, необходимых для их благоустройства в соответствии с современными требованиями. Показательно в этом отношении положение курорта «Дарасун» и «Ургучан». Несмотря на то, что в последние годы проводилась большая работа по обновлению материальной базы, изношенность её всё-таки очевидна при самом первом приближении.

В лучшем положении находятся санатории, имеющие недавно построенные здания. Но следует отдавать себе отчёт

в том, что без существенного повышения доли услуг, рассчитанных на высокодоходные группы, без осуществления необходимых для этого инвестиций и поиска требуемых для этого инвестиций обойтись будет невозможно. Отдельные санатории уже пошли по этому пути: в санатории «Карповка» осуществлена полная его модернизация.

Расширение предложения для высокодоходных групп, обеспечение высокого качества предоставляемых им услуг позволяет резко увеличить цены на эти услуги по сравнению со стандартным их набором и качеством. На данный момент стоимость путёвки, предусматривающей проживание в одноместном номере, выше в среднем на 30–50 %. Учитывая реальную дифференциацию доходов в обществе, вполне реально рассчитывать на реализацию путёвок по ценам, в несколько раз превышающим стандартный уровень, естественно, при значительном улучшении качества обслуживания.

Необходимо также вести и дифференцированный маркетинг услуг. В настоящее время путёвки в номера люкс продаются общим массивом вместе с обычными путёвками.

Так, например, по курорту «Дарасун» за последние 3 года наблюдается постоянное снижение объёма реализации путёвок. Снижение реализации происходит по всем категориям покупателей: за счёт фондов обязательного медицинского страхования, покупок юридическими и физическими лицами. Снижение количества реализованных путёвок достигает 10–55 %, в то время как средняя цена реализации выросла в 2,4–2,7 раза.

Аналогичная ситуация наблюдается и на других курортах: диапазон цен достаточно широк, но информация о различиях в номерах, о наборе услуг, предоставляемом по той или иной цене, отсутствует.

Анализируя состояние санаторно-курортного комплекса в отношении калькулирования затрат и установления цен на путёвки, можно сделать вывод, что в ряде случаев ценообразование осуществляется необоснованно и произвольно. Так, при калькулировании затрат не учитывается себестоимость лечебных процедур и не дифференцируются затраты на питание. Но

при этом ряд налогов (налог на землю, налог на транспорт), а также отчисления по кредитам банкам входят в состав себестоимости. В результате затраты на один день оказываются завышенными, что прямо отражается на стоимости путёвки.

На наш взгляд, основными недостатками при формировании затрат на путёвку является то, что:

- в общей сумме амортизационных отчислений не выделяется доля амортизации медицинского оборудования и зданий, предназначенных для оказания лечебных процедур, а также специализированной материально-технической базы питания и проживания;

- в структуре затрат по оплате труда не проводится разделение по оплате труда персонала, задействованного в оказании отдельных видов услуг. Таким образом, применяемая группировка затрат по калькуляционным статьям не отражает действительную информацию о затратах подразделений организации, специализирующихся на оказании услуг проживания, питания и лечения.

Выделение затрат по видам деятельности, по мнению авторов, дало бы руководству санаторно-курортных учреждений следующие возможности:

- принимать решение о целесообразности отнесения затрат на конкретные виды услуг;
- рассчитывать рентабельность отдельных видов услуг;
- устанавливать цену услуг лечебно-профилактического характера для продажи их другим предприятиям – участникам туристской деятельности;

- повысить эффективность управления портфелем заказов;

- принимать решение о сокращении отдельных видов деятельности либо о временном прекращении деятельности всего санатория в низкий сезон;

- составлять прогнозы финансово-хозяйственной жизни санаторно-курортного учреждения, учитывая новые направления и виды предоставляемых услуг.

В условиях санаторно-курортного комплекса основным недостатком ценообразования является отсутствие указаний

и методик по определению процента рентабельности проживания и лечения, т. е. прибыли, закладываемой в процентном отношении к себестоимости. При этом на практике установленный процент рентабельности часто не сопоставляется с необходимыми затратами на техническое и социальное развитие, с суммами отчислений обязательных платежей и налогов.

Что касается цен на платные медицинские услуги, то отсутствие нормативных документов, ограничивающих их рост, в ряде случаев приводит к необоснованному завышению цен, особенно на услуги дефицитного характера – психотерапевтические, по лечению ожирения, алкогольной зависимости, зуботехнические услуги (с применением новейших технологий) и т. д. Цены на такие услуги должны регулироваться в соответствии со спросом.

Отсутствие методических материалов, включающих работы российских экономистов, приводит к тому, что цены иногда устанавливаются вообще без калькуляций. Такое положение приводит к трудностям в экономическом анализе работы санаториев и поиске путей повышения эффективности их работы.

В этой связи применение затратного метода ценообразования должно осуществляться с учётом множества факторов, воздействующих на результативность отдыха и лечения. Необходимо научно обосновать коэффициенты комфортности проживания и сезонности (сезонность оказывает значительное влияние на изменение в структуре затрат на питание). Наиболее строгая дифференциация цен должна проводиться при различном наборе лечебных процедур. Для этого необходимо рассчитать себестоимость и цены отпуска различных медицинских услуг.

В целом, отмечая перспективы развития санаторно-курортных комплексов, необходимо сделать так, чтобы возможности санаторно-курортного комплекса по реабилитации и оздоровлению населения более полно использовались в рамках новой модели российского здравоохранения. Курортные учреждения России, независимо от форм собственности, долж-

ны выступать как единый комплекс, обеспечивающий предоставление населению санаторно-курортной помощи. Особое внимание следует уделять вопросам развития материально-технической базы лечебно-оздоровительного комплекса, необходимо проводить инвентаризацию санаторно-курортных учреждений, а также существующих на курортах профилакториев, домов отдыха, турбаз, гостиниц с целью изучения условий для реализации различных оздоровительно-реабилитационных услуг: от оздоровительного отдыха до специализированной медицинской реабилитации и долечивания. Это необходимо для подготовки к внедрению системы дифференцированных инвестиций в зависимости от возможностей и готовности санаторно-курортных инвестиций к профилизации по тому или иному виду оздоровительно-реабилитационных услуг.

Необходимо также доработать систему лицензирования санаторно-курортной деятельности, а также разработать требования к сертификации по тому или иному виду курортной деятельности, предусмотреть и внедрить систему рейтинга и аккредитации различных организаций, осуществляющих санаторно-курортную помощь населению. Следует определить базовые клинические санатории, специализирующиеся на тех или иных видах медицинской реабилитации. На основании проведённой инвентаризации можно будет определить, каким санаториям целесообразно отказаться от лечебных услуг и переориентироваться на проведение профилактических мероприятий и создание условий для оздоровительного отдыха. В этих целях необходима подготовка нормативно-правовой базы для установления статуса курортных организаций и направлений их деятельности.

Постоянного внимания требуют вопросы профессионального и кадрового обеспечения курортных комплексов, особенно подготовки специалистов-менеджеров курортного дела.

Санаторно-курортный комплекс страны необходимо включить в полный цикл охраны здоровья населения граждан. Санаторно-курортная помощь должна быть неотъемлемой частью всех медицинских программ профилактики, лечения и реабилитации. В обязательном порядке при формировании

федеральных целевых программ необходимо учитывать развитие санаторно-курортной сферы. Минздравом России подготовлен проект постановления Правительства Российской Федерации о внесении изменений и дополнений в Положение о признании территорий лечебно-оздоровительными местностями и курортами федерального значения и в Положение об округах санитарной и горно-санитарной охраны лечебно-оздоровительных местностей и курортов федерального значения. Необходимо ведение реестра курортного фонда. Минздрав России планирует провести учёт всего санаторно-курортного комплекса страны, независимо от ведомственной принадлежности и формы собственности здравниц, что позволит создать информационную систему для решения государственных задач по развитию курортной системы.

Необходимо разработать порядок лицензирования санаторно-курортной деятельности. В целях повышения квалификации работников санаторно-курортного комплекса важно создать ряд аттестационных комиссий для проведения аттестации медицинских работников санаторно-курортных учреждений, независимо от их ведомственной принадлежности и формы собственности.

Для перспективного развития санаторно-курортных организаций необходимо увеличить объёмы финансирования этого вида медицинской помощи. Учитывая эффективность реабилитации и восстановительного лечения, следует изучить вопрос о привлечении в санаторно-курортную сферу средств обязательного медицинского страхования и расширить программы добровольного.

Минздрав совместно с профильными научными институтами и РАМН разработал Концепцию развития санаторно-курортной помощи в Российской Федерации, в которой предусматривается, что стратегической целью государственной политики является создание современного конкурентоспособного курортного комплекса, основанного на отечественных традициях и научных достижениях.

В итоге следует отметить, что совершенствование предоставления услуг санаторно-курортного комплекса должно осуществляться по следующим направлениям:

Стимулирование сбыта, при котором санаторий или курорт использует инструменты, призванные ускорить реакцию сбыта: сезонные скидки, реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках.

Разработка мероприятий по повышению коэффициента заполняемости санаториев и курортов, что возможно за счёт предоставления путёвок с различным сроком лечения с разным набором лечебных процедур, это позволит снизить долю общекурортных расходов в себестоимости и более обоснованно дифференцировать цены на путёвки.

При определении методики калькулирования затрат на содержание и указание лечебных процедур необходимо отработать механизм дифференциации затрат в зависимости от таких факторов, как сезонность, удобство расположения санатория, комфортность проживания в санатории, при этом должны дифференцироваться только те затраты, которые связаны с проживанием, внедрение новых методик калькулирования себестоимости, дифференциации цен, в зависимости от условий реализации путёвок.

Анализ организационной деятельности курортов Забайкальского края показал, что при увеличении в последние годы спроса на услуги данных курортов, в их развитии наблюдаются кризисные моменты. На наш взгляд, развитие санаторно-курортного комплекса Забайкалья необходимо реализовать в таких направлениях, как совершенствование материально-технической базы санаторно-курортных комплексов, совершенствование ценообразования на услуги, разработка и предоставление новых услуг с учётом категории потребителей.

Список литературы

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 252 с.
2. Бальнеологический санаторий «Ургучан» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/baleyskyzab/urguchancht (дата обращения: 23.08.2018).

3. Ветитнев А. М., Журавлева Л. Б. Курортное дело. М.: КноРус, 2007. 250 с.

4. Ветитнев А. М. Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии // Вестник СГУТиКД, 2012. № 2. С. 50–56.

5. Журавлева Л. Б. Курортное дело с основами курортологии. Сочи, 2008. 628 с.

6. Забайкальский край в цифрах: стат. ежегодник. М., 2017. 403 с.

7. Изумрудная вода целебного Ямкуна [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.забрабочий.рф><http://забрабочий.рф/article/68933> (дата обращения: 06.05.2018).

8. Крылова Е. В., Лиханова В. В. Основы индустрии гостеприимства. Чита: ЗабГУ, 2014. 189 с.

9. Курорт «Ямаровка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/krasniychikoycht/yamarovkacht (дата обращения: 06.05.2018).

10. Курортно-туристский комплекс как объект управления / под ред. Карповой Г. А. СПб.: СПбГУЭФ, 2005. 186 с.

11. Лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sokolov33.ru/index.php/vid-turizm/ozdorovitelnyj/59-lechebno-ozdorovitelnyj-turizm> (дата обращения: 11.05.2018).

12. Лиханова В. В. Гостиничная индустрия Забайкалья. Чита: ЗабГУ, 2012. 120 с.

13. Лиханова В. В. Лечебно-оздоровительный туризм // Состояние здоровья: медицинские, социальные и психолого-педагогические аспекты: VII Междунах. науч.-практ. интернет-конф. Чита: ЗабГУ, 2016. С. 1150–1156.

14. Олентуй. Санаторий бальнеологический [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/karymskiyacht/olentuyacht (дата обращения: 06.05.2018).

15. Реестр туристских ресурсов Забайкальского края и Агинского Бурятского автономного округа. Чита, 2004. 364 с.

16. Санаторий «Молоковка» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/chitinskiy/molokovkacht (дата обращения: 23.08.2018).

17. Санаторий «Ургучан» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chitatravel.ru/balneologicheskiy-kurort-urguchan.html> (дата обращения: 23.08.2018).

18. Третьякова Т. Н. , Тарханова Н. И. Основы курортологии. Челябинск: ЮУрГУ, 2005. 256 с.

19. Туристско-рекреационный потенциал Забайкальского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.only-maps.ru/turizm-i-otdyx/turistsko-rekreacionnyj-potencial-zabajkalskogo-kрая.html> (дата обращения: 05.05.2018).

20. Угдан – курортная местность (Забайкальский край) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.kurortmag.ru/dictionary/U/Ugdan_kurortnaja_mestnost_\(Zabajkalskiy_kraj\)](http://www.kurortmag.ru/dictionary/U/Ugdan_kurortnaja_mestnost_(Zabajkalskiy_kraj)) (дата обращения: 06.05.2018).

21. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbsd.gks.ru> (дата обращения: 15.05.2018)

22. Федеральный закон от 23.02.1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.base.garant.ru/10108541/#help> (дата обращения: 05.09.2018).

23. Харин А. В. Развитие санаторно-курортного туризма в системе регионального курортного рекреационного комплекса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2005. 159 с.

Глава 7. Экскурсионный потенциал и современное состояние экскурсионной деятельности в Забайкальском крае

В современном мире туристский бизнес развивается, расширяется сфера предоставления комплекса услуг, среди которых большое значение отводится экскурсионным услугам. На сегодняшний день экскурсия является важной составляющей туристского продукта и определяет его популярность, востребованность и оригинальность. Другими словами, экскурсионные программы путешествия становятся визитной карточкой туристских центров для иностранных и внутренних туристов.

Являясь составной частью туризма, экскурсия представляет собой наиболее активный процесс познания окружающего мира, его предметов и явлений, а также служит мощным идеологическим инструментом воспитания. Экскурсия как ничто другое обладает возможностью раскрыть людям мир, в котором они живут, перенести экскурсантов в историческое прошлое, помочь понять истоки социально-экономических процессов, происходящих сегодня. Она способствует распространению политических, философских, научных, художественных и других взглядов и идей. Являясь популярной формой организации культурного досуга, экскурсия обеспечивает удовлетворение духовных потребностей человека. Систематичность знаний, сообщаемых в экскурсии, её привлекательность в связи с наличием элемента «путешественности», возможность выбора темы в соответствии со своими интересами делают экскурсию популярным занятием десятков миллионов людей. Экскурсия занимает достойное место среди различных форм учёбы без отрыва от производства, а также любительских занятий. Хорошая экскурсия представляет собой синтез нескольких форм культурно-воспитательной работы.

Сегодня необходимость экскурсионной деятельности не только для туристов, но и для жителей города становится очевидной. Сейчас экскурсионное дело рассматривается не только как важнейшая составная часть любого вида туризма, но и как самостоятельная отрасль культурно-просветительной

работы, имеет большое значение в активной жизни населения, его отдыха и развлечения, а также в развитии духовной и культурной направленности человека.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определены только понятия «экскурсант» и «экскурсовод». Понятие «экскурсия» в нормативно-правовой литературе даётся в ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Термины и определения и ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения [1; 2].

В настоящее время понятие «экскурсия» подразумевает услугу по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.) индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающуюся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночёвки [1].

Таким образом, в ГОСТе определяются основные категории объектов экскурсионного показа.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [18].

Туристские ресурсы могут быть использованы при определённых условиях как ресурсы и для экскурсии. Об этом свидетельствует взаимосвязь экскурсионного дела и туристской деятельности. Экскурсионные программы всегда сопровождают туризм, следовательно, наличие туристского потенциала в регионе, стране или городе будет являться основой для предоставления туристских услуг, в том числе и экскурсионных.

Согласно критериям, по которым делятся туристские ресурсы, можно проанализировать экскурсионные ресурсы Забайкальского края в целом и г. Читы в частности.

Экскурсионная база Забайкальского края достаточно богата и разнообразна. Наш край имеет богатую историю и значительный культурный потенциал. Богатство исторических и культурных традиций региона обусловило разнообразие и самобытность объектов культурного наследия, расположенных на его территории.

Многие объекты культурного наследия Забайкальского края имеют ценность для всей нашей страны. Значительный историко-культурный потенциал отражён в цифрах учётных данных. В Забайкальском крае поставлено на государственную охрану 850 памятников, в том числе:

- истории – 45;
- археологии – 194;
- архитектуры и градостроительства – 611;
- объектов культурного наследия федерального значения – 230;
- объектов культурного наследия регионального значения – 620 [14].

Памятников, включённых в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО и/или входящих в состав особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации, нет.

Вновь выявлено 2689 объектов археологии, 1038 памятников архитектуры и градостроительства, 820 памятников истории [10].

Музейная сеть Забайкальского края представлена 228 музеями: 201 музей – частные и корпоративные, 27 музеев находятся в ведении Министерства культуры Забайкальского края (из них 4 государственных и 23 муниципальных). Основной тип музеев – историко-краеведческие (224), 2 художественных музея и 2 мемориальных. 43 музея находятся в городах, 185 – в сельской местности.

В 2017 году музеи, находящиеся в ведомстве Министерства культуры Забайкальского края, посетило 657 тыс. человек, проведено более 12 тыс. экскурсий [13; 14].

Число музейных предметов в музеях Забайкальского края составило 444 791 единицу хранения. В фондах музея находятся разнообразные коллекции:

- скульптура;
- графика;
- изобразительное искусство XX века;
- декоративно-прикладное искусство XVIII – начала XX века;
- естественно-научные коллекции;
- этнографические коллекции;
- предметы из драгоценных металлов и драгоценных камней.

Семь музейных объектов Забайкальского края включены в туристские маршруты региональных туристских фирм, 6 – общероссийских, 6 – зарубежных [14].

Как видно из вышеназванных статистических данных, Забайкальский край обладает ресурсами, на основе которых можно создавать разнообразные экскурсионные продукты. В данной работе не представляется возможным рассмотреть все интересные экскурсионные объекты края. Представим кратко один из них.

Наиболее значимым музеем, находящимся за пределами Читы, является Нерчинский краеведческий музей. Музей основан Алексеем Кирилловичем Кузнецовым в 1886 году и является старейшим музеем Забайкалья. До 2003 года располагался в здании Нерчинского Воскресенского собора, с 2003 года находится в отреставрированном дворце купца и золотопромышленника М. Д. Бутина. Здесь расположены уникальные венецианские зеркала, купленные Бутиным в 1878 году на Всемирной выставке в Париже и до сих пор считающиеся самыми большими зеркалами в мире (до 16 кв. м). Собрание музея насчитывает свыше 20 000 единиц хранения по истории и природе Забайкалья. Музей расположен в главном здании усадьбы Бутиных – дворце, выстроенном в 60–70-е годы XIX века в мавританском стиле с элементами готики.

В фондах музея более 21 тыс. ед. хранения, в том числе 16,3 тыс. ед. хранения основного фонда. Наибольший интерес представляют археологические находки из Нерчинского острога, нумизматическая коллекция, оружие XVII–XVIII веков, этнографическая коллекция (эвенкийский халат из ры-

бьей кожи, бурятские ювелирные украшения, предметы буддийского культа), коллекции документов, редких книг, в том числе из библиотеки М. Д. Бутина, витраж «Архангел Михаил, поражающий дьявола», изготовленный в мюнхенской мастерской (1857).

С 1 января 2015 года музей переведён в статус государственного учреждения культуры, в связи с чем перед ним открываются новые перспективы: полное восстановление дома купца М. Д. Бутина, создание музея-усадьбы купцов Бутиных (восстановление всех зданий, входящих в комплекс усадьбы), музеефикация зданий-памятников г. Нерчинска. Всё это направлено на развитие туризма, что даст возможность музею более полно и широко заявить о себе [12].

В 2016 году Нерчинский краеведческий музей выиграл грант Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко (крупнейший фонд в России, направленный на поддержку проектов в сфере культуры) на создание проекта «В саду Даурского Версаля», ставшего одним из 20 победителей закрытого конкурса «Культурная мозаика: партнёрская сеть». Это второй выигранный грант в вышеназванном фонде. Годом ранее был получен грант на осуществление проекта «Нерчинская социальная сеть» – это серия баннеров, на которых видные деятели переписывались друг с другом по образу современных соцсетей. Проект не только повысил статус музея как организатора облика города, но и полюбился горожанам.

В основе проекта «В саду Даурского Версаля» – восстановление заброшенного сада и дальнейшее введение его в полнокровную культурную жизнь города, включая организацию ежегодного фестиваля в стиле позапрошлого века. Благодаря собранным архивным данным и эскизам ландшафтных дизайнеров заброшенный парк начнёт превращаться в сад купцов и золотопромышленников Бутиных конца XIX века, а через 3–5 лет – в постоянно действующий интерактивный музей. В саду начнут работать арт-площадки, можно будет побывать на «Ярмарке старинных ремёсел», появится спортивная зона с гимнастами, борцами, тяжелоатлетами, где все смогут попробовать свои силы [19].

В последние годы власти региона всё больше говорят о превращении Нерчинска, имеющего богатейшую историю, в один из ведущих туристских центров Забайкальского края. Экскурсии по музею и городу, а также интересные событийные мероприятия уже сейчас являются основой для однодневного экскурсионного тура в Нерчинск.

Рассмотрим природные, исторические, религиозные, архитектурные, культурные, археологические и промышленные экскурсионные ресурсы г. Читы более подробно.

К *природным экскурсионным ресурсам*, находящимся непосредственно в городе или недалеко от г. Читы, относятся следующие объекты: Ботанический сад, городской зоопарк, страусиная ферма, курорт «Молоковка», Кадалинские скалы «Дворцы», Смоленские скалы, Карповские пороги, комплексный геологический памятник природы местного уровня Титовская сопка, озеро Кенон, Ивано-Арахлейские озёра, природный памятник «Сухотино», вершина Яблонового хребта – водораздельная гора (гора Палласа).

Данные объекты являются уникальными, невозполнимыми, ценными в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природными достопримечательностями города и Забайкальского края в целом.

Рассмотрим более подробно урочище «Дворцы»¹, поскольку этот памятник природы находится недалеко от Читы и обладает всеми свойствами, необходимыми для интересного экскурсионного объекта. Геологический памятник природы регионального значения Кадалинские скалы «Дворцы» занимает узкую живописную долину реки Кадала, обрамлённую крутыми склонами и отвесными скалами-останцами. Располагающиеся по гребням склонов гранитные зубцы образуют удивительные фигуры выветривания: причудливые естественные скульптуры, полости, сквозные отверстия. Всё это – ре-

¹ Описание объекта «Дворцы» по: Корсун О. В. Путеводитель по особо охраняемым природным территориям Верхнеамурского бассейна. – Чита: Экспресс-изд-во, 2008. – С. 105–109.

зультат деятельности воды, ветра, низких температур, а также лишайников, поселяющихся на поверхности камней. Вероятно, причудливые останцы и дали название урочищу.

Многим из каменных скульптур туристы присвоили собственные названия. Так, например, останец неправильной булавовидной формы, напоминающий сидящую птицу, называется «воробышек» или «птичка». А широкая труднопроходимая каменная россыпь получила название «чёртова каменка».

Южный, прогреваемый солнцем склон долины покрыт преимущественно сосновым лесом. Он удобен для экскурсионных маршрутов. Один из них ведёт к небольшой пещере-расщелине, прорезающей крупную (25 м в высоту) живописную скалу-останец. Северный склон покрыт лиственным лесом, местами с густыми и труднопроходимыми зарослями рододендрона даурского. Для подъёма по таким склонам приходится пользоваться звериными тропами или каменными россыпями.

В районе «Дворцов» можно встретить различных животных, обычных для забайкальской тайги, таких как заяц-беляк, белка, азиатский бурундук, сибирская косуля. Здесь же живут крупные птицы – чёрный дятел, сапсан, ворон, каменный глухарь, рябчик.

Горные породы, слагающие урочище, преимущественно *интрузивного* происхождения. Здесь обычны граниты-пегматиты, отличающиеся крупными перемежающимися зёрнами слагающих их минералов. Чёрный кварц на фоне светлого полевого шпата напоминает древние восточные письмена. Не случайно, эта красивая порода часто называется «письменный гранит» или «еврейский камень». На некоторых образцах среди кварца и слюды можно заметить мелкие вкрапления тёмно-красных гранатов.

В нижней части долины располагается сопка с необычным названием – «Кабинетская». На её юго-восточном склоне среди сцементированных слоёв песчаников и глин обнаружены остатки мезозойских растений: хвощей, гинкговых и других, а также домики ручейников.

Ещё одной достопримечательностью «Дворцов» является небольшая горная речка Кадала (Кадалинка), берущая начало в верхней части Яблонового хребта и принимающая воды нескольких небольших ручьёв. В зимнее время находящаяся под большим давлением вода изливается наружу, образуя обширные ледяные поля – наледи. Лёд здесь растаивает очень поздно и держится почти до середины лета, значительно задерживая распускание листвы. Зато расположенный в устье пади Красотун ключ не замерзает даже в самые сильные морозы.

«Дворцы» красивы в любое время года. Весной выделяются яркие малиновые заросли даурского рододендрона, а на остепнённых участках – синие прострелы и крупные жёлто-зелёные побеги молочая Фишера (вид, занесённый в региональную Красную книгу). Летом урочище украшают яркие крупные лилии, красодневы, колокольчики. Осенью «Дворцы» особенно привлекательны в период опадания лиственничной хвои, окрашивающей склоны в ярко-жёлтый цвет.

Район «Дворцов» знаменит своими археологическими памятниками. Именно здесь впервые была открыта и описана так называемая дворцовская культура кочевников, населявших эти места 3–4 тысячи лет назад. Однако люди здесь появились гораздо раньше. В устьевой части долины вблизи располагающегося здесь дачного посёлка были обнаружены археологические памятники – стоянки и захоронения – самого различного возраста. Наиболее древние из них относятся к верхнему палеолиту и имеют возраст более 20 000 лет. Кроме дворцовской, здесь отмечены памятники бурхотуйской культуры племён шивэй (V–VII века) и ундугунской культуры предков «конных тунгусов» (X–XV века).

Неподалёку от памятника расположена примечательная «Красная Горка» – урочище, образованное древними озёрными отложениями, среди которых попадаются отпечатки ископаемых растений и насекомых.

Памятник природы достаточно легко достигаем для туристов. Добраться до «Дворцов» можно сначала по окружной автотрассе, а затем по просёлочной дороге мимо дачного посёлка «Дворцы» [5].

Экскурсию на скальный комплекс «Дворцы» можно проводить круглогодично; кроме летнего периода, здесь, как и во всём Забайкалье, особенно красиво в начале осени. Памятник природы может служить основой для разных видов экскурсий и туров.

Яблоновый хребет уникален тем, что вдоль него проходит часть Великого Мирового водораздела, формирующего границы огромных водосборных бассейнов. Знаменитая Водораздельная гора¹ возвышается над краевым центром по высоте над уровнем моря (1236 м) не более чем на 600 м и разделяет бассейн трёх огромных рек Северной Азии, входящих в десятку крупнейших рек мира – Енисей, Лена, Амур. Именно этим и привлекает данное место туристов и жителей города.

Севернее берёт начало небольшая, длиной 14 км, речка Кадала, впадающая в озеро Иван. Через протоку Холэ, соединяющую озёра Иван и Тасей, вода попадает в Монгой, который через Витим несёт свои воды к Лене (4400 км – 10-е место среди длиннейших рек мира).

К югу от горы можно увидеть истоки речки Домны, через Ингоду, Шилку и Амур связанную с бассейном Тихого океана. Длина Амура от самых истоков составляет 5052 км (8-е место в мире).

Самая маленькая из берущих начало у подножия Водораздельной горы рек имеет русское название Грязнуха или бурятское – Шаборта. Она течёт в западном направлении и через 10 км впадает в озеро Арахлей. Её воды проделывают самый сложный путь к Мировому океану. Небольшая протока Холой соединяет Арахлей с соседним Шакшинским озером. Вытекающая из него река Хилок бежит в западном направлении вдоль Яблонового хребта, пока, спустя более 800 км, не впадает в Селенгу – крупнейший приток Байкала. Далее Ангара соединяет эти воды с Енисеем, формируя тем самым 5-й по протяжённости водный поток. Начинаясь вблизи Водораздельной горы Ангаро-Енисейский бассейн уступает

¹ Описание объекта «Водораздельная гора» по: Корсун О. В. Путеводитель по особо охраняемым природным территориям Верхнеамурского бассейна. – Чита: Экспресс-изд-во, 2008. – С. 126–129.

по своей протяжённости (5539 км) только таким знаменитым рекам, как Амазонка, Нил, Янцзы и Миссисипи (вместе с Миссури). В мире больше нет точек, в которых сходились бы бассейны сразу трёх столь великих рек.

Водораздельная гора справедливо заслуживает ещё одно название – «Гора пяти морей». Ведь на самом деле, воды Енисея попадают в Карское море, Лена впадает в море Лаптевых, а устье Амура находится на границе сразу двух морей – Охотского и Японского. Пятым в этом списке с полным правом может быть назван Байкал, который хотя и является озером, издавна получил титул «славное море».

Гора расположена в 35 км на северо-запад от г. Читы на территории Ивано-Арахлейского государственного природного ландшафтного заказника. Самый удобный маршрут к памятнику природы идёт через урочище Дворцы. Отсюда вверх по реке Кадалинке и её правому истоку ведёт наиболее живописная часть маршрута. Общая протяжённость пути к вершине составляет 15–20 километров.

Возможен также маршрут со стороны Ивано-Арахлейских озёр, являющихся излюбленным местом отдыха забайкальцев. Поднявшись на перевал, путешественник может увидеть обширные среднегорья Яблонового хребта. На северо-востоке у самого горизонта виднеется отстоящая на 70 километров плоская двуглавая вершина гольца Саранакан [5].

В качестве *археологических экскурсионных ресурсов* выступают: уникальные археологические объекты «Красная горка», Титовская сопка.

Титовская сопка – горный массив, ценная природно-историческая территория, комплексный геологический памятник природы местного статуса (палеонтологический, петрографический и геоморфологический типы по научной классификации объектов геологического наследия).

В 1960-х годах учёные обнаружили на северных окраинах Титовской сопки в песчано-суглиnkовых отложениях остатки бивней мамонтов, локтевую кость волосатого (шерстистого) носорога, фрагменты скелета лошади, зуб бизона.

С 1966 года И. И. Кирилловым проводилось изучение древних поселений Сухотино. Наибольший интерес представляет Сухотино-4, где в отложениях сартанского оледенения открыта серия культурных горизонтов с жилищами эпохи верхнего палеолита. Обитатели жилищ использовали каменные, костяные и вкладышевые орудия. Они вели охоту на мамонта, носорога, северного и благородного оленей, бизона, сайгу, джейрана, винторогую антилопу и др. Здесь же обнаружена скорлупа яиц страуса.

На склонах Титовской сопки известны древние наскальные рисунки и погребения от эпохи бронзы до средневековья. В некоторых погребениях найдены золотые и серебряные вещи [7].

Забайкальский край и г. Чита, имея богатую историю, обладает значительным культурно-историческим потенциалом как для проведения экскурсий, так и для формирования туров различной направленности (см. табл. 18).

Таблица 18

**Культурно-исторический потенциал
Забайкальского края и г. Читы [3]**

Музеи	58
Театры	12
Памятники истории, в том числе федерального значения	846 16
Памятники архитектуры, в том числе федерального значения	1923 22
Памятники археологии, в том числе федерального значения	2779 3

В настоящее время на территории г. Читы зарегистрировано 373 памятника архитектуры, большинство из них находятся в отличном или удовлетворительном состоянии и служат базой для проведения экскурсий разнообразной тематической направленности [17]. В качестве *исторических экскурсионных ресурсов* выступают: старинные улицы, такие как Амурская, Анохина, Полины Осипенко, Профсоюзная, Столярова, Бутина и другие, исторический квартал – административно-торговый центр – пересечение улиц Анохина и Полины Осипенко,

исторический символ Читы – Полутовский квартал, расположенный в центре города и объединяющий исторические улицы и здания, музеи, площадь Ленина, Революции и др.

В настоящее время все исторические достопримечательности города ценятся и охраняются, так как играют огромную роль в истории города, в сохранении памяти прошлых событий. Полутовский квартал, ограниченный улицами Журавлева, Чайковского, Бутина и Ленина, а в прошлом Благовещенской, Зейской, Софийской и Большой был предусмотрен высочайше утверждённым планом застройки областного г. Читы в 1862 г. Сначала жители называли его Бутинским – по имени богатейшего забайкальского купца Михаила Дмитриевича Бутина. К концу XIX века Бутин построил здесь восемь деревянных одноэтажных домов с надворными постройками и винный склад, после чего продал земельный участок новым хозяевам – братьям Полутовым, а точнее, «Торгово-промышленному товариществу братьев Полутовых». В квартале началась интенсивная застройка доходными домами, и он получил название Полутовского, так называется и сегодня.

В настоящее время на территории квартала находится 12 зданий, девять из них – памятники историко-архитектурного наследия. Например, трёхэтажный доходный дом Полутова на ул. Бутина, 39, где сегодня базируется мэрия г. Читы и Читинская городская дума, здание на ул. Ленина, 100 – особняк Полутова, в котором сегодня находится одно из подразделений Четвёртого арбитражного апелляционного суда.

К *религиозным экскурсионным ресурсам* относятся: Читинский дацан, Читинская соборная мечеть, синагога, Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери, Свято-Воскресенский храм, католический костёл.

Чита является городом всех конфессий. Здесь располагаются православные храмы, мусульманская мечеть, буддийский дацан, которые включены в туристские маршруты религиозной направленности, позволяющие туристу ознакомиться с историей культовых сооружений в Чите и особенностями различных религий.

Архитектурные экскурсионные ресурсы представлены многочисленными каменными и деревянными зданиями, таки-

ми как усадьба В. Н. Коновалова, Пассаж Второва, жилой дом И. В. Ореловича, дом архитектора Г. В. Никитина, дом купцов Шумовых, жилой дом М. М. Тимаховича, дом Е. П. Нарышкиной, представляющие собой достопримечательности федерального значения. К архитектурным памятникам регионального значения относятся: гостиница «Окуловское подворье», гостиница «Гранд-отель», административно-торговое здание, гостиница «Селект», гимназия мужская, усадьба Зазовских, доходный дом Кулаева, дом М. Д. Игнатъевой, вокзал, здание почты и телеграфа, усадьба И. И. Шпанера, товарищества братьев ПолUTOвых, первая женская гимназия.

Все здания были построены известными архитекторами, имеют сложные объёмно-планировочные композиции, декоративное оформление фасадов в различных стилях архитектуры, а также принадлежали известным купцам, промышленникам. Например, проект Пассажа Второва, расположенного на ул. Амурская, 58, был выполнен архитектором И. Кузнецовым. Строительство здания началось в 1910 году, подрядчиком был купец и промышленник Д. Ф. Игнатъев. В 1911 году Пассаж начал регулярную торговлю, позднее же, в 1921–1922 годах, здесь размещался Совет министров ДВР, Министерство народного хозяйства ДВР, Министерство промышленности и торговли ДВР, Министерство транспортного хозяйства.

В настоящий момент здание является объектом архитектурно-культурного наследия федерального значения, в котором располагаются Управление Федеральной регистрационной службы по Забайкальскому краю, Управление Федеральной налоговой службы. Протяжённый фасад Пассажа, обращённый на ул. Полины Осипенко, расчленён пилястрами и имеет строго симметричную композицию. Скруглённые углы дома зафиксированы куполами на высоких барабанах. В уровне первого этажа расположены входы. По осям фасадов здание венчается сложными парапетами с полуциркульными чердачными окнами. Фасады облицованы светлыми глазурованными изразцами. Парапеты декорированы лепниной. По осям угловых входов подкупольные барабаны сохранили лепной вензель владельца Пассажа [9].

Дом купцов Шумовых, расположенный на ул. Ленина, 84, также является объектом архитектурно-культурного наследия федерального значения. Богатые золотопромышленники братья Шумовы начали строительство дворца в 1912 году. Здание выстроено по проекту, получившему Гран-при на Всемирной выставке в Париже, выполнено в стиле эклектики с элементами барокко и позднего классицизма. Крупный трёхэтажный каменный дом с цокольным этажом имеет симметричный главный фасад, раскрепованный четырьмя ризалитами, из которых две центральных завершаются четырёхгранными куполами, боковые – невысокими парапетами. Скошенный угол здания фиксируется цилиндрическим эркером. На лестничных площадках и в вестибюле сохранились полы из цветных керамических плиток с орнаментом. Кованое оригинальное ограждение лестниц декорировано чугунным литьём, хорошо сохранились в вестибюле деревянные точеные балясины. Лестничные марши, потолки и стены на площадках, в коридорах, в комнатах богато декорированы лепниной. В интерьерах сохранились два светильника уральских и венецианских мастеров. В настоящее время здесь размещено управление ФСБ по Забайкальскому краю [9].

Единственным примером культовой деревянной архитектуры XVIII века в Забайкалье является Старо-Читинская Михайло-Архангельская церковь (Церковь декабристов), которая была построена в 1776 году из толстых лиственничных бревен.

К числу *культурных экскурсионных ресурсов* относятся: Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова, Музейно-выставочный центр Забайкальского края, Геологический музей Забайкальского государственного университета, музей истории Забайкальского государственного университета, картинная галерея г. Читы, Музей Дома офицеров Российской армии и др.

Рассмотрим кратко музейные экскурсии, предлагаемые гостям и жителям г. Читы. Согласно данным Министерства культуры Забайкальского края, в городе работает 24 музея. Самыми известными музеями в Чите являются:

- Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова в г. Чите (основан в 1894 г.);
- отдел краевого музея «Музей декабристов» в г. Чите (основан в 1985 г.);
- Музей Дома офицеров Российской Армии (основан в 1940 г.);
- Забайкальский музейно-выставочный центр (основан в 1980 г.);
- Геологический музей ЗабГУ и музей археологии Забайкалья [14; 16].

Рассмотрим деятельность самого главного музея края – Забайкальского краевого краеведческого музея им. А. К. Кузнецова. Этот музей, бесспорно, один из самых богатых экспонатами музей Забайкалья, и к тому же, один из старейших. Музей распахнул свои двери для экскурсантов 16 апреля 1895 года. Экспозиция музея насчитывает 4 отдела: отдел природы, «Археология Забайкалья», «История и культура народов Забайкалья в XVII–XIX веке. Встреча народов и цивилизаций» и «Забайкалье в XIX – начале XX века». Кроме того, краеведческий музей имеет богатейшую коллекцию экспонатов в фондах музея [11].

Краеведческий музей, помимо стационарных выставок, представляет различные уникальные персональные и тематические выставки. Это один из первых музеев города, который широко использует инновационные формы организации экскурсионной деятельности. В музее предлагаются интерактивные игровые экскурсии «Аты-баты, шли солдаты или Как в старину родину защищали», «Плачет хлебушко, когда ест его лентяй...», «В гости к народам Забайкалья». Проводятся разнообразные музейные праздники: календарные, народные праздники (Святки, Масленица, Сагаалган, День домового), экологические праздники (День тигра, День кота манула, День птиц), событийные праздники [11].

Помимо стандартного набора предоставляемых услуг, музей проводит различные массовые мероприятия, среди которых арт-выставки, уникальные фотопроекты, ночные показы и другие. Так, на протяжении нескольких лет проводится

уже успевшая стать традиционной «Ночь в музее», где экскурсанты могут не просто узнать стандартные сведения, но и встретиться с известными деятелями культуры, посмотреть творческие номера работников музея и окунуться в процессы декоративно-прикладного творчества.

Инновационные формы работы применяет и подразделение краевого музея – «Церковь декабристов». К примеру, музей реализует проект «Театр под сводами музея» – совместно с артистами Краевого театра драмы разработаны театрализованные представления – «Звезда декабриста Полина», «Благодатские узники», «Адмирал Читинский», «Нетленна слава поколений», «И. И. Горбачевский. Жизнь и судьба», «Друзья души моей».

В 2014 году отдел «Музей декабристов» реализовал совместный проект со специализированной библиотекой для слабовидящих и незрячих. Была издана книга «Экскурсия по Музею декабристов». Книга представляет собой альбом в 70 страниц, включающий текст, выполненный укрупнённым шрифтом и шрифтом Брайля, рельефно-графические изображения, красочные фотографии музейных экспонатов. Также музей предлагает такую услугу, как аудиогид.

Для школьников младших классов разработаны музейные праздники «От гусяного пера» (об истории письменности, ребята читают пиктограммы, пробуют себя в роли писцов и пишут гусяными перьями), «Рождественские посиделки» (история праздника, традиции и обычаи), «Праздников праздник» (традиции празднования Пасхи), «Вижь и внемли» (ко Дню славянской письменности и культуры).

Музей декабристов – визитная карточка г. Читы, место, которое посещают все гости забайкальской столицы. Музей открыт в 1985 году в заброшенном деревянном здании бывшей Старо-Читинской Михайло-Архангельской церкви. Экспонируется более 870 предметов. Работают экспозиции: «Предпосылки возникновения создания тайных обществ», «Восстание в Петербурге», «Восстание Черниговского полка», «Следствие, суд, приговор», «Путь в Сибирь», «Декабристы на каторге», «Декабристы на поселении в Забайкальской

области», «Жёны декабристов в Сибири», «Декабристы после амнистии», «История Церкви декабристов».

В собрании музея: книги, принадлежавшие декабристам, прижизненные издания их работ, подлинные реликвии (часы Н. Н. Бестужева, шкатулка М. Н. Волконской, столик М. А. Бестужева), предметы дворового быта и каторги, произведения изобразительного искусства (подлинники и копии с работ Н. Н. Бестужева, И. Е. Репина и др.).

В настоящее время помещение музея передано в ведение Читинской епархии, однако вопрос о переезде музея остаётся пока открытым ввиду отрицательного отношения к этому факту большей части горожан.

Промышленных предприятий, которые могут выступить как ресурсы для экскурсии, немного: ЗАО «Читинские ключи», Читинские энергетические комплексы ТЭЦ-1, ГРЭС.

Таким образом, потенциал для развития экскурсионного дела в г. Чите является большим. Город богат разнообразными экскурсионными ресурсами для любых видов экскурсий и для экскурсантов любого возраста.

Экскурсионная деятельность туристских фирм г. Читы

Анализируя рынок туристских услуг в г. Чите, можно прийти к выводу о том, что данная сфера обеспечена достаточным количеством туристских агентств, осуществляющих свою деятельность как по внутренним, так и по внешним направлениям. Сегодня в г. Чите действует 45 многопрофильных и динамично развивающихся туристских компаний, которые реализуют туры за границу, оказывают туристские услуги внутри края, а также предоставляют экскурсионные услуги по впечатляющим местам вблизи города [15].

Из них 23 фирмы специализируются на внутреннем и въездном туризме – «Надежда», «Сам себе путешественник», Читинское городское бюро путешествий и экскурсий, «Гид», «ЗимаЛето», «Вокруг света», «Фламинго» и др.

Данные компании предлагают широкий спектр туристских и экскурсионных услуг по Забайкальскому краю: отдых на Арахлее, Алханае, Арее, на оздоровительных курортах Забайкальского края, таких как «Дарасун», «Шиванда», «Кука»,

«Молоковка», однодневные туры в пещеры «Хээтэй», посещение Кодара, Кадалинских дворцов, Сухотино, а также реализация экологических маршрутов по Красночикийскому району, по Сохондинскому заповеднику и др.

Помимо отдыха, лечения и получения разного вида туристских услуг в Забайкальском крае большой популярностью пользуются экскурсионные программы по г. Чите. Существует более 10 турагентств, предоставляющих городские экскурсии разного направления туристам и жителям г. Читы, а именно, «Фламинго», «Сам себе путешественник», Читинское городское бюро путешествий и экскурсий, «Риц-Н», «Надежда», ЗБМТ «Спутник», «Гид», «Забайкалье», «Чита-турист», «Русь-тур», «Ланта», «Роза ветров», «Вокруг света». Опытные экскурсоводы этих турфирм раскрывают страницы истории Читы, предлагают увлекательные обзорные и тематические экскурсии по родному городу для широкой аудитории (дошкольники, школьники, студенты, коллектив организаций, туристы). Данные компании организуют экскурсии разного вида, касающиеся истории, культуры, религии, природы, экологии и иных интересных и познавательных тем.

Проанализировав экскурсионную деятельность турфирм, можно выделить основные виды, типы, направления, тематику, стоимость экскурсий. Данные представлены в табл. 19.

Таблица 19

Экскурсионные программы, предлагаемые в г. Чите¹

<i>Тип экскурсии</i>	<i>Особенности экскурсии</i>
Природоведческая (экологическая)	Посещение Забайкальского ботанического сада
	Экскурсия на Титовскую сопку, на Сухотино
	Посещение Читинского зоопарка, знакомство с животными
	Экскурсия на ипподром, на страусиную ферму
	Экскурсия на минеральный источник «Молоковка»
	Экскурсия на Кадалинские дворцы, на Смоленские скалы
	Экскурсия о сезонных изменениях природы в черте города и в живописных местах за городом

¹ Примечание. Составлено автором.

Историческая Этнографические	«Становление Забайкальского края и города Читы»
	«Исследователи Забайкалья». Имена людей от казаков-первопроходцев, ссыльных до краеведов, учёных наших дней
	«Боевая слава забайкальцев». Посещение музея боевой славы «ОДОРА»
	«Первенцы свободы в Забайкалье». Декабристы и их женщины
	«По историческим местам г. Читы»
	«Никто не забыт, ничто не забыто». События в годы Великой Отечественной войны и забайкальцы, сложившие голову во имя великой Победы. «Машины, ставшие памятниками», «Их помнит мир спасённый» – военно-патриотические экскурсии; «На чём город стоит и чем город знаменит». Экскурсия + игровая программа. Экскурсия на Мемориал и к памятнику пограничникам
	«Шёлковый путь XXI века». История самого длинного на планете Земля железнодорожного пути. Музей железных дорог
	«Культура народов Забайкалья». Буряты, семейские, эвенки, тунгусы
Архитектурно-градостроительная	«Площади старой Читы», «Взгляд сквозь столетия»
	«Архитектура Читы»
	«Чита узорчатая». Достопримечательности города и его архитектурный облик
	«Сказка старого дома». Старые деревянные постройки г. Читы
	«Урбанистическая история Читы»
Религиозная	«Гордись своим именем, улица!». Дом купцов Шумовых, особняк архитектора Никитина, Пассажа Второва
	«Мировые религии в столице Забайкальского края». История некоторых культовых сооружений в г. Чите и люди, которые служат в этих конфессиях. Мусульманская мечеть, буддийский дацан, кафедральный православный храм
	«Забайкалье православное». История храмов, православия в Забайкалье; рассказы об иконах и святых

<i>Тип экскурсии</i>	<i>Особенности экскурсии</i>
Спортивно-оздоровительная	«Твоё здоровье». Беседа и консультации специалистов иммунологического центра, экскурсия с показом святой святых лабораторий по исследованию крови, показ увлекательного фильма о здоровье человека
	«На страже нашего здоровья». Посещение музея краевой клинической больницы и музея медицинской академии
	«Особая лаборатория и её тайны». Посещение музея Читинской противочумной станции
Искусствоведческая Культурная	«Страницы культурной жизни Читы». Места, где был первый кинотеатр, филармония, драмтеатр, дом пионеров и жили выдающиеся люди (почётные граждане города, знаменитые читинцы), имена которых известны не только в Чите, но и далеко за её пределами
	«Сказочный мир героев». «Дружите с книгой». Посещение детской библиотеки, театрализованное представление
Археологическая	«Археология Забайкалья». Посещение Геологического и Палеонтологического музеев
	Экскурсия на археологический объект «Титовская сопка». Экскурсия на археологический объект «Красная горка»

Помимо тематических экскурсий, представленных в таблице, туристские агентства г. Читы предоставляют и обзорные экскурсии по городу. Экскурсоводы турфирм «Надежда», «Вокруг света», «Гид», «Читатурист» открывают удивительные тайны городских улиц и их домов, рассказывают о достопримечательностях Читы, о её событиях и истории. Специалисты в области экскурсионного дела некоторых турфирм могут разработать экскурсию на заказ, по желанию клиента, при этом учитываются индивидуальные особенности экскурсанта, его предпочтения и потребности.

В г. Чите существуют и другие организации, оказывающие экскурсионные услуги населению и туристам. К ним относятся Забайкальский краевой краеведческий музей им. А. К. Кузнецова, ГОУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр», Музейно-выставочный центр Забайкальского края, ООО «Читинское городское бюро путешествий и экскурсий».

Краеведческий музей реализует обзорные экскурсии в черте города, а также экскурсии исторической и архитектурной направленности, с посещением Музея декабристов, храма, дацана и маршрута цесаревича. Музейно-выставочный центр предоставляет экскурсии по выставкам, тематика которых определяется темой самих выставок, необычные экскурсии по ночной Чите и другие тематические экскурсии по городу. ГОУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр» предлагает экскурсантам учебно-тематические экскурсии, такие как «Путешествие в древность», «Чита – столица Забайкалья», «Культовые здания города», природоведческие экскурсии на источник Молоковка, Ивано-Арахлейские озёра и многие другие экскурсионные программы для детей и молодёжи. По желанию группы сотрудники центра составляют экскурсию согласно предметному учебному плану и организуют дневные походы в окрестностях города.

Анализируя данные приложения, можно прийти к выводу о том, что туристскими агентствами г. Читы предоставляются обширные экскурсии различной тематики с посещением уникальных и интересных мест, направленные на разную возрастную категорию людей и по приемлемой ценовой политике. Это обуславливает развитие внутреннего туризма в г. Чите, популярность и востребованность экскурсионных услуг среди местного населения, а также возможность продвижения и развития экскурсионного дела в г. Чите.

Для выявления наиболее популярных экскурсий в г. Чите было проведено анкетирование среди специалистов туристских фирм, предлагающих экскурсии. Менеджерам 5 турфирм («Фламинго», «Гид», «Вокруг света», «Надежда», «Ланта») была предоставлена анкета с вопросами, выявляющими попу-

лярность той или иной экскурсии, её характеристики. Согласно данным, полученным при анкетировании, можно представить следующие результаты:

Наибольшее предпочтение жители города и его гости отдают обзорным экскурсиям по г. Чите – так считают 100 % опрошенных менеджеров. Среди тематических экскурсий наибольшей популярностью пользуется историческая экскурсия. Предпочтения потребителей представлены на рис. 31.

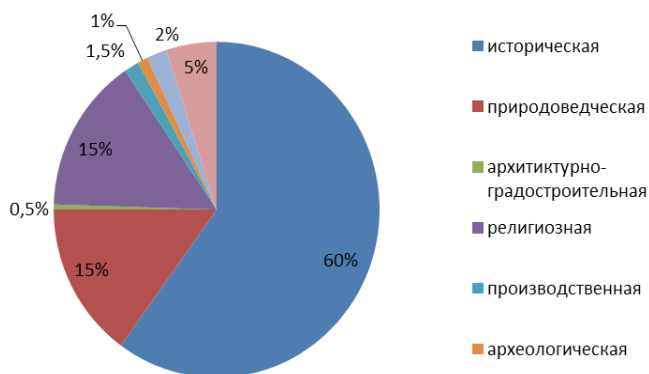


Рис. 31. Долевое соотношение видов тематических экскурсий по популярности

Школьники являются категорией экскурсантов, для которой чаще всего предоставляются экскурсионные услуги в г. Чите. Согласно полученным данным, при анкетировании было выявлено, что в 4 турфирмах из 5 имеется свой экскурсовод, разрабатывающий экскурсии совместно с турменеджерами фирм.

Таким образом, город богат разнообразными экскурсионными ресурсами для любых видов экскурсий и для экскурсантов любого возраста. Наибольшую популярность могут получить культурно-исторические экскурсии, так как город обладает богатой историей. На туристском рынке г. Читы предлагается большое разнообразие экскурсионных услуг. Наиболее востребованными из них являются обзорные и культурно-исторические экскурсии.

Однако, для того чтобы оставаться востребованными в условиях конкуренции, предприятия туристической индустрии должны постоянно развиваться. Сегодня роль инноваций в туризме невозможно переоценить и, прежде всего, потому, что они представляют собой метод конкуренции. Инновационные процессы имеют специфические особенности, хотя и подчиняются общим закономерностям экономического развития. Это касается и туристского бизнеса, и его составной части – экскурсионной деятельности. Инновации в экскурсионной деятельности способствуют успешному продвижению экскурсионных услуг на туристском рынке, они дают преимущество одной экскурсии над другой. Важная роль при этом отводится как подготовке экскурсоводов, так и качественной разработке самой экскурсии, освоению методики и техники её проведения.

Все вышеперечисленные туристские предприятия предоставляют экскурсии в традиционной форме. С целью выявления факта использования инновационных форм и методов проведения экскурсий был проведён опрос менеджеров по туризму и директоров следующих предприятий: «Надежда», «Вокруг света», «Ланта», «Сам себе путешественник», «Фламинго», «Читинское городское бюро путешествий и экскурсий». Все указали следующие основные причины отсутствия инновационных форм проведения экскурсий:

- дороговизна разработки и внедрения большинства нововведений и, как следствие, увеличение продажной стоимости услуги;

- отсутствие большого туристского потока в крае и городе и, как следствие, невысокий спрос на экскурсионные услуги.

Рассмотрим способы внедрения некоторых инноваций в экскурсионную деятельность г. Читы.

Радиогид может быть использован в любых обзорных и тематических экскурсиях, которые, как правило, являются комбинированными. Устройство можно использовать во время движения автобуса, а также при выходе из автобуса и во время движения к объекту показа [6]. Например, в обзорной экскурсии по г. Чите предусмотрена прогулка по главной площади Читы – площади им. Ленина. Для удобства экскурсан-

тов рекомендуется использовать радиогид, т. к. во-первых, на улице достаточно шумно, во-вторых, всегда есть в группе те, кто отвлекается и невнимательно слушает экскурсовода. Кроме того, при переходе от одной ростральной колонны к другой экскурсовод продолжает рассказ, но слышать его могут только те экскурсанты, которые находятся рядом с ним, а радиогид сделает информацию доступной для всех членов группы. Последняя проблема будет решена и при организации пешеходных экскурсий, которые проводятся по ул. Анохина и Амурская. Если ул. Анохина тихая, то ул. Амурская является одной из главных автомагистралей г. Читы и достаточно шумная для проведения подобных экскурсий.

В качестве усиления эмоционального восприятия экскурсии радиогид можно также использовать практически в любой обзорной или тематической экскурсии. К примеру, в экскурсию по Мемориалу боевой и трудовой славы Забайкальского края можно включить соответствующий музыкальный фон, отрывок из литературного произведения или стихотворение, воспоминания ветеранов. В экскурсию «В гостях у леса», проводимую для младших школьников, можно включить запись голосов птиц и зверей, обитающих в лесах Забайкалья. Большого эффекта возможно добиться, если использовать наряду со звуковым сопровождением и визуальный ряд, применяя наглядные пособия из портфеля экскурсовода (фото птиц и зверей). Этот же приём рекомендуется использовать и при проведении природной экскурсии в краеведческом музее – рассказ об экспонатах музея сопроводить звуком.

С экономической точки зрения внедрение радиогидов требует однократных вложений. Полный комплект на 20 человек может стоить от 60 до 150 тыс. рублей [6]. Систему можно сдавать в аренду. Систему может приобрести как туристское предприятие, в таком случае именно его экскурсионные услуги будут наиболее конкурентоспособны, так и экскурсовод, который может таким образом повысить свой профессионализм и востребованность на рынке экскурсионных услуг города.

Применение QR-кода в экскурсионной деятельности является поистине безграничным [6]. На наш взгляд, данной

инновацией нужно оснастить, прежде всего, достопримечательности и архитектурные памятники города (дворец братьев Шумовых, здание почтамта, церковь декабристов, весь Полутровский квартал и т. д.), также данную инновацию можно использовать в любом музее города. Интересной представляется идея разместить таблички с QR-кодами, например, в парке ОДОРА и на стадионе СибВО. Эти места – одни из любимейших мест отдыха горожан, однако мало кто задумывается об истории создания и развития этих объектов, которая заслуживает внимания. QR-коды можно разместить и на природных объектах, таких как уже упоминавшийся ранее скальный комплекс «Кадалинские Дворцы», Смоленские скалы. Также такая инновация подойдёт для удалённых объектов. Например, мемориал жертвам политических репрессий, находящийся на федеральной трассе Чита – Хабаровск, или Поклонный крест на Яблоновом хребте по дороге на оз. Арахлей. Информация, размещённая с помощью QR-кода, была бы уместна в таких местах.

QR-код также возможно использовать и в разработке квест-экскурсии, так как подобная экскурсия предполагает соревновательность и самостоятельный поиск информации, и QR-код, в данном случае, был бы самым простым способом её получения.

Необходимо отметить, что разработка и внедрение QR-кодов в городское пространство находится в компетенции городских властей, а консолидированное желание туристских предприятий, экскурсоводов и заинтересованной общественности города является, скорее, дополнительной движущей силой для осуществления подобных замыслов. В настоящее время краевые власти обращают пристальное внимание на сферу туризма в Забайкальском крае, считая её одним из приоритетных направлений в экономическом развитии края. На наш взгляд, оснащение самых популярных объектов туристского интереса QR-кодами должно быть на русском, английском, китайском и японском языках. Это повысит интерес не только туристов и гостей города, но и вызовет интерес и у жителей краевой столицы; наличие QR-кодов будет являться также и имиджевым фактором.

В настоящее время QR-кодами в г. Чите оснащены только самые популярные объекты туристского интереса. Это, как правило, здания: особняк Д. В. ПолUTOва, дворец братьев Шумовых и др.

Квест-экскурсии можно разрабатывать в г. Чите следующих вариантах:

- традиционная обзорная экскурсия в форме квеста;
- экскурсия по истории одной улицы (Анохина, Амурская, Бутина);
- экскурсия по истории определённого исторического района города (парк ОДОРА, привокзальная площадь, ПолUTOвский квартал, район Музея декабристов, откуда берёт начало город);
- событийный квест, приуроченный к какому-либо празднику, событию, мероприятию (День города, День Победы, Масленица);
- экскурсия по определённым архитектурным памятникам (деревянное зодчество, купеческие дома, дома одного архитектора);
- квесты в организациях, на предприятиях, исторических зданиях, интересных объектах показа (Краевая библиотека им. А. С. Пушкина, детско-юношеская краевая библиотека им. Г. Р. Граубина, квест по стадиону СибВО).

В отличие от театрализованных или анимированных экскурсий, разработка и внедрение квест-экскурсий требует минимальных денежных затрат, поскольку наличие костюмов и привлечение дополнительных людских ресурсов не является обязательным условием при их создании.

На базе кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета преподавателями и студентами ведётся научно-практическая работа по изучению инновационных форм проведения экскурсий, разработка подобных экскурсий и их практическое применение. Так, в 2014 году совместно с Музеем декабристов была разработана виртуальная экскурсия по музею, которая в настоящее время используется краевыми школами в факультативном курсе «Краеведение Забайкалья». За последние 2 года были разработаны квест-экс-

курсии для школьников и студентов по ул. Анохина, по Мемориалу боевой и трудовой славы забайкальцев. Для последней экскурсии также подготовлен проект QR-кодов.

Таким образом, в последние годы прослеживается тенденция появления инновационных форм организации экскурсионной деятельности. В связи с этим целесообразным является использование в г. Чите таких форм инноваций, как радиогид, QR-код, квест-экскурсия. Применение таких инноваций позволит повысить качество и конкурентоспособность экскурсионных услуг, а также обеспечить получение дополнительной прибыли на туристском рынке города и края.

Кафедрой социокультурного туризма ЗабГУ исследованы факторы, препятствующие и способствующие массовому потреблению туристско-экскурсионных услуг в Забайкальском крае, а также предложены перспективы развития экскурсионного дела в регионе.

Основные итоги данного исследования можно сформулировать в следующих выводах:

1. Экскурсия, являясь неотъемлемой частью любого тура и выступая в качестве самостоятельной формы рекреационной деятельности, играет важную роль во многих сферах общественной жизни: экономической, социальной, политической, духовной.

2. В экономической сфере, являясь прибыльным видом бизнеса, туристско-экскурсионная деятельность способствует оптимизации экономических процессов: увеличению валютных поступлений и доходов, созданию рабочих мест, росту прибылей и развитию предприятий транспорта, связи, питания, строительства и др.

3. Социальное значение туризма и экскурсий заключается в поддержании здоровья людей, обеспечении их занятости, рациональном использовании свободного времени, экологичности, бережном отношении к культурному наследию, оживлении культурной жизни.

4. В политической сфере туристско-экскурсионная деятельность способствует возникновению взаимного интереса

и уважения между людьми различных национальностей и, в конечном счёте, стабилизации межэтнических и международных отношений.

5. В духовной сфере туризм и экскурсии значимы как факторы повышения образовательного и общего культурного уровня людей. Туристско-экскурсионная деятельность несёт в себе большой заряд гуманизма и других общечеловеческих ценностей.

6. Разнообразие форм, средств и способов проведения экскурсий открывают широкие возможности для дифференцированного подхода к обслуживанию туристов и экскурсантов с различными потребностями, возможностями и интересами.

7. Основными факторами, лимитирующими развитие туристско-экскурсионной деятельности в Забайкальском крае, являются следующие:

- слабое развитие инфраструктуры;
- экономическая нестабильность;
- низкая платёжеспособность населения региона;
- старение и износ имущества туристских баз, транспортных средств;
- слабая материальная база для реализации программ развития туризма в регионе;
- недостаточный уровень рекламной деятельности туристско-экскурсионных учреждений;
- отсутствие методической помощи и контроля экскурсионной деятельности со стороны органов государственной власти;
- недостаточная активность социальных институтов, формирующих туристско-экскурсионные потребности у местного населения.

8. Основными факторами, способствующими развитию туристско-экскурсионной деятельности в Забайкальском крае, являются следующие:

- богатство и разнообразие природных рекреационных ресурсов, что является хорошей базой для реализации таких социальных задач, как отдых и оздоровление населения, экологическое и патриотическое воспитание, что способствует привлечению людей к экскурсионной деятельности;

– регион богат и уникален своей историей и этнографией: памятниками и объектами культуры, достопримечательностями, традициями, обрядами, кухней, фольклором, и т. д;

– природный и культурный комплексы выступают в качестве ресурсов и условий реализации рекреационных потребностей и являются территориальным базисом формирования культурнопознавательных туристских потребностей, удовлетворить которые в полной мере может только экскурсия;

– природные и культурные ресурсы доступны как финансово, так и физически;

– техническая подсистема, хоть и требует реконструкции, но всё же вполне может удовлетворить имеющиеся в настоящее время туристско-экскурсионные потребности как местного, так и приезжего населения;

– данная территория представляет собой территориальную рекреационную систему, то есть совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых туристских ресурсов на данной территории, дающих эффект, совпадающий с целью туристско-экскурсионной деятельности.

9. Таким образом, основными детерминантами развития экскурсионной деятельности в Забайкальском крае следует назвать нетронутые природные ландшафты, а также уникальное сочетание материальных и духовных ценностей, делающих регион привлекательным как для местного населения, так и для туристов из множества республик и государств.

Список литературы

1. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Термины и определения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.docs.cntd.ru/document/1_200092284 (дата обращения: 27.07.2018).

2. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru/document/1200077638> (дата обращения: 27.07.2018).

3. Государственная программа Забайкальского края «Развитие международной, внешнеэкономической деятель-

ности и туризма в Забайкальском крае (2014–2020 годы)» (утв. постановлением Правительства Забайкальского края от 29.05.2014 г. № 314 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.base.garant.ru/19953892/#friends> (дата обращения: 23.10.2018).

4. Закон Забайкальского края «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Забайкальского края» от 18.12.2009 г. № 310-ЗЗК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.минкультура.зabayкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.08.2018).

5. Корсун О. В. Путеводитель по особо охраняемым природным территориям Верхнеамурского бассейна. Чита: Экспресс-изд-во, 2008. 216 с.

6. Лях О. А., Лиханова В. В. Социально-культурные инновации в экскурсионной деятельности // Учёные записки Забайкальского государственного университета. Сер. Социологические науки. 2017. Т. 12, № 3. С. 160–169.

7. Малая энциклопедия Забайкалья. Природное наследие / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2009. 698 с.

8. Музеи, выставочные залы, галереи [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.visitchita.ru/ru/places/kultura/muzei.html> (дата обращения 27.07.2018).

9. Немеров В. Ф. Прогулки по старой Чите. Чита: Экспресс-изд-во, 2010. 332 с.

10. Официальный сайт ГУК «Центр охраны и сохранения культурного наследия Забайкальского края» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nasledie-chita.ru/index.html> (дата обращения: 27.07.2018).

11. Официальный сайт Забайкальского краевого краеведческого музея [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.museums75.ru> (дата обращения: 27.07.2018).

12. Официальный сайт Нерчинского краеведческого музея [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nerchmuz.ru> (дата обращения: 27.07.2018).

13. Отчёт о выполнении Плана реализации государственной программы Забайкальского края «Развитие культуры

в Забайкальском крае (2014–2020 годы)» за 2017 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.минкультура.забайкальскийкрай.рф> (дата обращения: 27.08.2018).

14. Паспорт культурной жизни [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.минкультура.забайкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.08.2018).

15. Платное обслуживание населения в Забайкальском крае: стат. сб. Чита, 2018. 44 с.

16. Приложение № 1 к государственной программе «Развитие культуры в Забайкальском крае» (в ред. постановления Правительства Забайкальского края от 25.09.2018 г. № 394) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.минкультура.забайкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.10.2018).

17. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn> (дата обращения: 27.07.2018).

18. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pg.ru/1996/12/03/osnovy-turizma-dok.html> (дата обращения: 27.07.2018).

19. Халецкая И. Версаль из пустыря [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.chita.ru/tur/95362> (дата обращения: 27.07.2018).

Глава 8. Особенности развития детского и молодёжного туризма в Забайкальском крае

Детский и молодёжный туризм на сегодняшний день является одним из самых массовых видов туризма. Проблема развития и организации данного вида туризма очень актуальна. Специалисты считают, что в перспективе он может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России.

Экономические преимущества детского и молодёжного туризма очевидны: путешествуют школьники и студенты, как правило, организованными группами, поездки ритмично повторяются из года в год, что значительно облегчает планирование бизнеса.

Ещё более важен детский и молодёжный туризм с точки зрения социальной. Туризм предоставляет уникальную возможность глубже узнать и наглядно ознакомиться с историческим и культурным наследием своей страны и других государств, пробудить у молодых людей чувство национального самосознания, воспитать уважение и терпимость к быту и обычаям других национальностей и народов.

Велика роль путешествий и в обеспечении многостороннего развития личности. Именно походы, поездки, экскурсии могут дать подрастающему поколению возможность для повышения своего интеллектуального уровня, развития наблюдательности, способности воспринимать красоту окружающего мира. Важен туризм и как средство снятия физической усталости, психологического напряжения и стрессов. Необходимо также отметить влияние детского и молодёжного туризма на развитие в подрастающем поколении коммуникабельности, самодисциплины, адаптации к условиям современной жизни.

Детский и молодёжный туризм помогает создавать условия для здорового образа жизни, предлагает альтернативу, позволяющую воспитать самостоятельного, умеющего принимать ответственные решения, целеустремлённого, здорового физически и морально юного патриота, который знает, любит и испытывает гордость за свою Отчизну.

Данный вид туризма является одним из самых массовых и востребованных видов отечественного туризма. Рассмотрим основные его понятия.

Детский туризм относится к категории *социального туризма*, который, в соответствии с Федеральным законом от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 05.02.2007 г. № 12-ФЗ) является «туризмом, полностью или частично осуществляемым за счёт бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей» [13]. Правда, последнее, за исключением крупных концернов, представляется весьма проблематичным.

Федеральным законом от 02.03.2016 г. № 49-ФЗ введён новый абзац: «*Туризм детский* – туризм организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, который несёт обязанности их законного представителя» [13].

Это путешествия детей, в т. ч. школьников, в возрасте от 7 до 18 лет с различными целями. В современных условиях существуют новые формы детского туризма: образовательный детский туризм с целью изучения иностранного языка; оздоровительный детский туризм в спортивных и летних лагерях, расположенных как на территории нашей страны, так и за рубежом; экскурсионно-познавательный детский туризм.

Большую долю в детском туризме занимает экскурсионная, познавательная составляющая. Такие туры организуются повсеместно, с выездом в различные регионы страны, особенно в крупные столичные города. Наиболее популярными и интересными в России являются экскурсии по Санкт-Петербургу, Москве, Золотому кольцу. А самым распространённым видом детского отдыха в России считаются детские лагеря – контролируемая программа для детей и/или подростков, проводимых (обычно) в течение летних месяцев. Их можно разделить на спортивные, оздоровительные, спортивно-оздоровительные комплексы и международные центры. Особенно интересен на сегодняшний момент детский международный

туризм. Туристские компании могут предложить большой выбор детских туров на Черноморское побережье, в которых можно узнать много интересного, например, новую культуру, обучиться иностранному языку или просто провести время в спортивном лагере.

Детский и юношеский туризм – средство гармоничного развития детей (лиц, не достигших возраста 14 лет), девушек и юношей (лиц, не достигших возраста 18 лет), реализуемое в форме отдыха и общественно-полезной деятельности, характерными структурными компонентами которого являются поход, путешествие, экскурсия [4]. В детско-юношеском туризме должны интегрироваться все основные стороны воспитания: идейно-нравственная, трудовая, эстетическая, физическая, патриотическая и интернациональная, умственное развитие, политехническое образование и др. Познавательная функция присутствует в любом туристском мероприятии, познание для детей нового и необычного на экскурсиях, в походах, экспедициях, полевых лагерях базируется на одной из основных составляющих туристской деятельности.

Молодёжный туризм – конкретный вид туристской деятельности юношества и подростков, реализуемый как в рамках национальных границ, так и на региональном и мировом уровнях.

В функции молодёжного туризма входят:

- устранение культурных и этнических стереотипов, являющихся источником нетерпимости;
- ознакомление с историческим и культурным наследием своей страны и других государств, пробуждение в молодых людях чувства национального самосознания, воспитание уважения и терпимости к быту и обычаям других национальностей и народов;
- обеспечение многостороннего развития личности, так как именно походы, поездки, экскурсии могут дать подрастающему поколению возможность для повышения своего интеллектуального уровня, развития наблюдательности, способности воспринимать красоту окружающего мира;

- снятие физической усталости, психологического напряжения и стрессов;
- развитие коммуникабельности, самодисциплины, адаптации к условиям современной жизни;
- формирование здорового образа жизни человека и общества в целом.

Можно с уверенностью сказать, что детский и молодёжный туризм – важный способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, один из путей социализации личности.

Как комплексное социально-экономическое понятие детский и молодёжный туризм классифицируется по различным критериям: по целям путешествий, способу организации, количеству участников, возрастному показателю и т. д.

С этой позиции, в соответствии с рекомендациями ЮНВТО (Всемирная туристская организация, англ. *World Tourism Organization*, формально ЮНВТО англ. *UNWTO, United Nations World Tourism Organization* с 2005 г.) в отношении отдельной страны, выделяются следующие типы туризма:

- внутренний туризм – путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;
- въездной туризм – путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;
- выездной туризм – путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну.

По целям путешествий выделяются следующие основные виды туризма: рекреационный, лечебно-оздоровительный, познавательный, деловой, спортивный, этнический, религиозный, транзитный, образовательный.

По тематическим направлениям познавательные путешествия школьников и молодёжи можно разделить на этнографические, геологические, экологические, исторические, археологические и другие виды выездов.

По способу организации туристские путешествия делятся на плановые (осуществляются по программам туристско-экс-

курсионных учреждений) и самостоятельные. Самостоятельный туризм является наиболее популярным видом детского и молодёжного туризма.

По продолжительности походов и путешествий различают одно-, двухдневные и многодневные походы.

По способу активного передвижения самостоятельный туризм классифицируется как пешеходный, лыжный, водный, горный, спелеотуризм, велотуризм, автотуризм, комбинированный.

По степени сложности спортивно-туристские выезды делят на некатегорийные и категорийные походы (1-й, 2-й, 3-й степени сложности).

При организации самостоятельных походов со школьниками существуют нормативы, ограничивающие возраст участников и их подготовку. Например, к тренировочным выездам допускаются дети от 7 лет с предоставлением одного руководителя на 6 школьников, в походы 1-й категории сложности допускаются учащиеся от 12 лет, 2-й категории – от 14 лет, руководитель сопровождает 12–15 детей. В походы 3-й категории сложности идут школьники от 15 лет в сопровождении одного руководителя на 8–12 человек.

В детском и молодёжном туризме существует особенность в классификации на основе такого критерия, как *сезонность*. Выделяются сезонный – каникулярный период (осень, зима, весна – 8–12 дней, лето – 3 месяца) и межсезонный.

Можно выделить несколько основных видов детского и молодёжного туризма, существующих в настоящее время в России:

1. Во внутреннем туризме:
 - экскурсии для школьников;
 - спортивный туризм (в т. ч. спортивно-туристские соревнования);
 - самостоятельные школьные обмены;
 - познавательные и рекреационные детские туры на коммерческой основе;
 - оздоровление и отдых в детских лагерях.
2. В выездном туризме:
 - организация международных безвалютных обменов;

– образовательные, деловые и поощрительные выезды для талантливых подростков, победителей творческих конкурсов, олимпиад и т. д.;

– культурно-познавательные и рекреационные туры на коммерческой основе;

– выезды в международные детские и молодёжные центры (лагеря).

По форме и содержанию детский и молодёжный туризм разнообразен. Выделим следующие его формы: прогулки, походы, экскурсии, экспедиции, лагеря, слёты.

Прогулка представляет собой передвижение на местности с познавательной, оздоровительной целью, с целью закаливания организма. В зависимости от времени года и подготовленности человека прогулки могут быть пешие, лыжные, велосипедные, лодочные. Это самая простая и доступная кратковременная форма туризма.

Самой доступной и массовой формой туризма являются *походы*.

Туристский поход – это путешествие с активным способом передвижения в отдалённых от места жительства районах, осуществляемое с образовательной, оздоровительной, спортивной, исследовательской целью.

Познавательные походы направлены на изучение своего края (района, области): рельефа, климата, хозяйства. Оздоровительные походы способствуют закаливанию организма, развитию и совершенствованию двигательных качеств, повышают работоспособность, служат прекрасной формой активного отдыха, значение которого огромно. Спортивные походы улучшают физическую подготовленность, способствуют физическому совершенствованию.

Экскурсия – это коллективное посещение определённых объектов с познавательной или научной целью. Экскурсии также преследуют цель расширения кругозора, общего культурного развития человека.

Туристская экспедиция представляет собой организованное многодневное путешествие в малоисследованный район, которое осуществляется со специальными исследовательскими целями.

Детский лагерь – традиционный вид детского отдыха, который стабильно пользуется популярностью. Для детей любого возраста путёвка в детский лагерь (летом он же – летний лагерь) – это шанс проявить свою самостоятельность, стать взрослее. Ведь в хорошем детском лагере опытные педагоги предлагают широкий выбор обучающих занятий самой разной направленности. Особенно внимательно стоит отнестись к выбору детского лагеря для дошкольников. По времени деятельности детские лагеря бывают: круглогодичные (работают в течение круглого года); сезонные (работают во время летних, осенних, зимних и/или весенних школьных каникул).

Туристский слёт является завершающим этапом всей туристско-краеведческой работы в школе. В слёте участвуют все члены клуба, а также другие учащиеся. Слёт проверяет, насколько успешно занимались школьники в клубе, как они овладели необходимыми умениями. Школьные слёты, как правило, продолжаются 1–2 дня.

В настоящее время идёт процесс совершенствования видов детского и молодёжного туризма, таких как познавательный, спортивный, рекреационный, лечебно-оздоровительный, образовательный, деловой, экстремальный, приключенческий, связанных с возникновением новых потребностей у детей и молодёжи и повышением качества сервиса в туристском бизнесе.

На сегодняшний день в России в области детского туризма одновременно работают как *коммерческие*, так и *некоммерческие* организации.

Коммерческая сфера состоит из туристских фирм, туристских баз и частных лиц, работающих со школьниками. Деятельность коммерческих структур направлена на получение прибыли и осуществляется в условиях конкуренции на рынке детского и молодёжного туризма.

Некоммерческая сфера представлена:

– государственными и муниципальными органами управления;

– государственными и муниципальными образовательными учреждениями, в том числе учреждениями дополнительного образования;

– общественными (самодеятельными) объединениями (туристские клубы, спортивные секции, детские и молодёжные общественные организации и движения).

Работа структур некоммерческой сферы *не связана с получением финансовой прибыли* и осуществляется за счёт бюджетных ассигнований и (или) привлечённых средств, в т. ч. родительской платы.

В настоящее время встречается и *смешанный тип* организации детского туризма, который объединяет государственные дотации с финансовыми вложениями российских и международных коммерческих ассоциаций, фондов, союзов.

Органы управления образованием и (в меньшей степени) комитеты по физической культуре и спорту являются государственными и муниципальными органами управления, которые традиционно занимаются развитием детско-юношеского туризма. В последние годы в реализацию программ по развитию детского туризма включились также органы по делам молодежи и управления (департаменты и т. д.) по туризму, а также органы управления смешанного типа, например, Комитеты по делам молодёжи, спорту и туризму.

Образовательные учреждения (школы, гимназии, лицеи и т. д.) в настоящее время, как правило, тоже включают в свои учебные планы элементы туристской деятельности.

Учреждения дополнительного образования можно подразделить на разнопрофильные и специализированные. Они осуществляют свою деятельность либо на базе школ и других общеобразовательных учреждений, либо на собственной базе.

К первой категории относятся многочисленные туристские кружки и секции, которые приписаны к разнопрофильным учреждениям дополнительного образования (дворцам, домам и центрам детского творчества, творчества юных и т. д.).

К специализированным учреждениям можно отнести Станции юных туристов, Центры детского туризма и аналогичные им. В большинстве регионов России в настоящее время такие Центры также включают в сферу своей деятельности сопутствующие направления – краеведение, экологию и др.

Ещё одной категорией специализированных учреждений можно считать детские туристские базы. Часть баз сохранила свой государственный или муниципальный статус, другие в 90-е годы XX века были приватизированы и стали частными, но не прекратили работу со школьниками.

Организация отдыха и оздоровления в этих учреждениях проходит, как правило, путём продажи путёвок, причём в качестве покупателей выступают как органы образования, так и учреждения социальной защиты, учреждения по делам молодёжи. Часть детских туристских баз финансируется по линии Фонда социального страхования.

Среди общественных организаций, развивающих детский туризм, можно также выделить специализированные общественные организации (туристские клубы) и многопрофильные объединения (военно-патриотические, скаутские организации и т. д., а также различные Союзы молодёжи). В соответствии с действующим законодательством, общественные объединения могут либо действовать без регистрации, либо регистрироваться как самостоятельные юридические лица.

На практике объединения первого типа чаще всего работают на базе каких-либо государственных или муниципальных учреждений образования, в том числе на базе высших учебных заведений.

От кружков или секций, работающих в учреждениях дополнительного образования, такие общественные объединения отличаются наличием собственных нормативных документов и выборных органов управления и контроля, более разнообразными формами и направлениями деятельности, выходящим за рамки только образовательного процесса. Целью деятельности такого объединения становится не просто получение учащимися какого-то объёма знаний, умений и навыков, а воспитание и эффективная социализация молодого поколения.

В последнее время стали появляться и туристские клубы, имеющие статус юридического лица, организационно-правовую форму общественного объединения, но по сути работающие как туристские фирмы, т. е. организовывающие туристские маршруты и продающие туристские путёвки.

От коммерческих туристских фирм деятельность такого клуба – общественного объединения – отличается тем, что получаемая от реализации путёвок прибыль не может делиться между учредителями и членами объединения, а должна использоваться только на реализацию уставных целей клуба. В то же время такая форма регистрации не исключает выплат заработной платы штатным и привлечённым специалистам, приобретение туристского оборудования, экипировки, снаряжения. Общественное объединение вправе пользоваться земельными участками, арендовать или приобретать недвижимость, в том числе здания, сооружения, автотранспортную технику, иные средства передвижения типа лодок, байдарок и т. д.

Наряду с туристскими фирмами общественные объединения лицензируются как туроператоры и турагенты и пользуются на туристском рынке теми же правами и обязанностями, что и коммерческие структуры.

В Российской Федерации также популярны общественные объединения, занимающиеся экологическим туризмом. Это направление поддерживается некоторыми международными фондами, выделяющими различные гранты для реализации программ данных объединений.

Забайкальский край обладает весьма благоприятными условиями для туристских путешествий детей и молодёжи. Это обусловлено большим разнообразием ландшафтов Забайкалья, наличием уникальных объектов, часть которых отнесена к памятникам природы.

Упоминания о первых организованных туристских походах в Забайкалье относятся к 1918 году, когда известный педагог и скульптор И. Н. Жуков разработал на базе скаутской организации длительную игру с целью изучения истории и природы Забайкалья [2]. Она включала в себя определённую подготовку, прохождение маршрутов, проведение экскурсий и соревнований в окрестностях г. Читы. Летом 1923 года тридцать два воспитанника детского дома совершили водное путешествие по рекам Ингода и Шилка от села Татаурово до Сретенска продолжительностью два с половиной месяца. В 1928 году при Читинском окружном совете физиче-

ской культуры было создано бюро массового туризма. Летом 1928 года группа туристов совершила 10-дневный пеший поход по маршруту Чита – голец Саранакан – Чита. В 1929 году был проведён водный поход на восьми шлюпках от Читы до Николаевска-на-Амуре, в котором участвовало 33 человека.

Более активно детско-юношеский туризм в Забайкалье начал развиваться со второй половины 1950-х годов [2]. В 1954 году под руководством учителя школы № 5 Р. Мочалова двенадцать учащихся этой школы совершили поход на Байкал и выполнили норматив на значок «Турист СССР».

По-настоящему массовым туризм в Забайкалье становится в 1955–1958 годах после организации Читинского клуба туристов, который стал «родителем» школьного туризма. Бурно развивались пешеходные, велосипедные, лыжные походы выходного дня. Постепенно приобреталось туристское снаряжение. Хозяйственный отдел ЗабВО поставил палатки, резиновые лодки и понтоны, другое походное снаряжение, необходимое для проведения походов, особенно многодневных. Был организован пункт проката походного снаряжения. Наиболее популярными были пешеходные маршруты на Никишиху, в окрестности Молоковки, Читинские (Кадалинские) Дворцы, гору Арача, Смоленские скалы и др. Продолжались традиционные заплывы на байдарках и надувных понтонах по реке Ингоде. Вслед за Читинским клубом туристов подобные организации при домах культуры возникли и в районах области. К 1960 году они существовали в городах Могоче, Петровск-Забайкальском, Шилке, с. Кокуе [11].

С 1956 года на кафедре педагогики ЧГПИ работал факультатив «Туризм и краеведение в школе», которым руководил Н. Р. Сюмак, а к чтению лекций привлекались опытные туристы. Его выпускники стали основными организаторами туризма в школах.

Одним из организационных центров туристской, краеведческой и экскурсионной работы стала «Областная детская экскурсионно-туристская станция», образованная в 1959 году [5]. Основная задача – оказание помощи школам и другим учреждениям народного образования в массовом развитии

школьного туризма; организация экскурсий и походов, исследовательской и туристско-спортивной деятельности со школьниками. В штате тогда было всего два человека, они и занимались организацией детских экскурсионных поездок по стране. Затем появились туристский, краеведческий, экскурсионный отделы. В туристско-краеведческую деятельность включались многие школьные коллективы области.

Станция занималась проведением областных смотров туристско-экскурсионной работы школ, конкурсов на лучшее туристское путешествие, конференций юных краеведов, археологов и этнографов, соревнований по спортивному ориентированию и слётов юных туристов-краеведов, курировала работу школьных музеев и туристско-краеведческих кружков.

Первый областной слёт юных туристов-краеведов состоялся на реке Кручина в 1960 году. Летом на огромной лесной поляне строились разноцветные палаточные города. В программу слёта входили соревнования по закрытому маршруту, туристской технике, топографии и геологии, краеведческая конференция, различные конкурсы.

Туристско-краеведческое движение быстро приобрело широкую популярность среди школьников и слёты юных туристов стали традиционными. Также юные краеведы имели возможность рассказывать о результатах своей поисковой деятельности на областных конференциях по краеведению. Стали проводиться слёты учителей, на которых они не только соревновались, но и обучались туристскому мастерству, обменивались опытом.

В 1992 году станция была реорганизована в Областной центр детско-юношеского туризма и краеведения Читинской области (ОблЦДЮТур). С этого времени его директором является Владимир Вениаминович Черепанов. Определились 4 основных направления деятельности: *туристско-краеведческое, туристско-спортивное, эколого-биологическое, военно-патриотическое.*

В Центре действовал отдел туризма, занимающийся разработкой маршрутов, организацией категорийных и однодневных походов, экспедиций, походов выходного дня, соревнова-

ний по туризму и спортивному ориентированию, туристских слётов, учебно-тренировочных сборов, летних лагерей на территории Читинской области и озера Байкал. Отдел краеведения организовывал викторины, олимпиады, тематические выставки, оказывал помощь в создании и поддержании школьных музеев, проводил научно-практические конференции и профильные летние лагеря «Юный археолог» и «Юный краевед». Организационно-массовый отдел координировал работу «творческого союза педагогов», занимался изготовлением учебных пособий, методических рекомендаций в помощь организаторам и руководителям кружков. К организации экскурсий и походов добавилась «Школа безопасности» (школа выживания), которая организовывала спортивные сборы, соревнования по программе «Юный спасатель», кружки, походы, летние лагеря; очно-заочная школа юных экскурсоводов, занимавшаяся допрофессиональной подготовкой школьников на основе прослушанных лекций и творческих заданий (составление и проведение экскурсий, описание памятников, местных достопримечательностей и др.); очно-заочная школа юных геологов проводила геологические олимпиады, участвовала во всероссийских конференциях, поддерживала работу школьных геологических музеев; школа офицерского резерва руководила военно-патриотическим воспитанием школьников, возрождала детские, подростковые патриотические объединения, проводила смотры-конкурсы на лучшую организацию военно-патриотической работы в школах, областные соревнования юнармейского четырёхборья и т. д.; база юных туристов организовывала приём иногородних детей с экскурсионным обслуживанием в г. Чите.

В мае 2001 в Центре возобновила работу Маршрутно-квалификационная комиссия (МКК), с помощью которой самостоятельные спортивные туристские группы могли получить необходимые сведения о планируемых районах и маршрутах путешествия, оформить соответствующие документы (маршрутные книжки, справки о зачёте путешествия), встать на контроль в поисково-спасательной службе. Педагоги центра имели высшие квалификационные категории.

В 2003 году центр получает новое название – Государственное учреждение дополнительного образования детей «Детский оздоровительно-образовательный центр детско-юношеского туризма и краеведения Читинской области».

В Центре работают педагоги дополнительного образования, многие из которых награждены грамотами администрации края, имеют почётные звания. Преподаватели работают по авторским программам, которыми успешно пользуются школы Забайкалья. Юные спортсмены-туристы края ежегодно участвуют в соревнованиях по спортивному ориентированию. Ежегодно открывает свой туристский сезон летний палаточный лагерь старшеклассников «Тропинка».

В 2008 году ребята побывали на севере Забайкалья, посетили памятник природы «Чарские пески», преодолевали северные реки, увидели ледники хребта Кодар, познакомились с историей, культурой и традициями местного населения – эвенков.

Учреждение пережило второе рождение 26 декабря 2008 года. На его базе было создано новое учреждение ГУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр» – результат реорганизации и объединения двух учреждений: Областной станции юных натуралистов (основанной в 1940 г.) и областного центра детско-юношеского туризма и краеведения [2].

В 2010 году на базе детско-юношеского центра создан ресурсный центр агротехнической направленности. В 2011 году – координационный центр по развитию военно-патриотического воспитания молодёжи, в 2012 году – ресурсный центр по организации отдыха и оздоровления детей «Радуга».

В дни весенних каникул со всех уголков Забайкалья в Читу съезжаются юные краеведы на неделю «Музей и дети». Они рассказывают о своей поисковой работе. В школах края созданы и работают 150 школьных музеев. Ежегодно среди школьников проводится краевой экологический конкурс «Моей Отчизны уголок», по результатам которого юные исследователи природы края награждаются грамотами, дипломами, призами.

Активно действуют очно-заочные школы «Юный экскурсовод», «Юный краевед», «Юный спасатель». Многие выпускники Центра, недавние юные туристы и краеведы, сегодня работают в поисково-спасательной службе Забайкальского края.

«Забайкальским детско-юношеским центром» разработана программа деятельности с учётом запросов детей, потребностей семьи, образовательных учреждений, особенностей социально-экономического развития региона и национально-культурных традиций. Основная цель: педагогическое и организационно-методическое обеспечение в образовательных учреждениях и во внешкольных детских объединениях Забайкальского края воспитания физически здорового человека, чувствующего и осознающего свою сопричастность событиям российской истории, свою ответственность за сохранение родной природы и российской многонациональной культуры, человека, готового транслировать образцы духовности следующим поколениям, создавать на их основе новые культурные эталоны. В настоящее время «Забайкальский детско-юношеский центр» работает со школьниками всего Забайкалья по следующим основным направлениям: *туристско-краеведческое, эколого-биологическое, военно-патриотическое и физкультурно-спортивное* которые и положены в основу программы деятельности учреждения [7].

Туристско-краеведческое направление

Данное направление предполагает знакомство с древнейшими периодами развития Земли и человечества; знакомство с полевой работой учёных-археологов; эстетическое воспитание, овладение навыками и умениями самостоятельной жизни, необходимыми путешественникам.

Туристско-краеведческая деятельность – это добровольное изучение Родины, своего края, прежде всего с помощью активных форм организации учащихся – походов, экспедиций, экскурсий, конференций, выставок и т. п. Эта деятельность является средством развития личности и социализации детей и подростков, приобщение их к традиционным культурным и нравственным ценностям, реализации социальных и образовательных потребностей учащихся.

Одна из специфических и наиболее характерных форм организации образовательного процесса в сфере туризма и краеведения – многодневные выездные тематические лагеря, в том числе походы, экспедиции, слёты; соревнования и другие разновидности туризма, проводимые, как правило, в каникулярное время. Многодневные каникулярные мероприятия являются одним из основных звеньев учебно-методического цикла в туризме и краеведении.

Организация образовательной деятельности «Забайкальского детско-юношеского центра» по туристско-краеведческому профилю осуществляется на основе следующих дополнительных образовательных программ: «Юный турист», «Пешеходный туризм», «Юные туристы-краеведы», «Туризм для маленьких», «Юные этнографы», «Юные музееведы», «Юные экскурсоводы», «Юные археологи» [7].

Для успешного развития талантливых и одарённых детей в Центре разрабатываются индивидуальные планы, программы «Туристы-краеведы», «Экологический туризм», организовываются передвижные тематические экспедиции. С целью массового обучения основам туризма и краеведения предусмотрена работа с группами переменного состава по программе «Хранители традиций» (элективный курс).

Разработаны авторские игровые программы «Верёвочный курс», «Городское ориентирование», знакомящие с начальной туристской подготовкой, преодолением маршрута, отслеживанием «путешествия» по карте. В детских объединениях «Туристы-краеведы», «Юные музееведы», «Пешеходный туризм», «Юный турист» наряду с изучением истории малой Родины предполагается написание исследовательских работ; создание программ образовательных экскурсий [7].

В рамках комплексной краеведческой программы «Моей отчизны уголок» для выявления и поддержки одарённых школьников планируется организовать работу заочной «Школы юного экскурсовода». Основная цель – содействие в активизации поисковой и учебно-исследовательской деятельности в области школьного краеведения, экологии, туризма среди учащихся школ Забайкальского края. Продолжением обучения в «Школе юного экскурсовода» будет проведение краеведче-

ской конференции по итогам исследования родного края, летней профильной смены. Будет продолжена работа в рамках такой новой формы массовой краеведческой работы, как краеведческое ориентирование.

В конкурсах туристско-краеведческих маршрутов (походов) по родному краю, акцент ставится на краеведческую и исследовательскую составляющую похода. Выбранное направление позволит ребятам прикоснуться к истории края, увидеть её «вживую», поговорить с бабушками и дедушками, местными жителями – непосредственными хранителями истории Забайкальского края. Разработаны краеведческие маршруты походов – «Культовые места Забайкальского края», «Исторический некрополь Забайкальского края», «Тропой землепроходцев» [7] и т. д.

Предполагается продолжить работу по проведению тематических смотров-конкурсов музеев образовательных учреждений Забайкальского края, образовательных тематических музейно-экскурсионных заездов школьников.

Предусматривается продолжение работы по развитию массового туризма через организацию и проведение ежегодных краевых соревнований по технике пешего туризма, технике лыжного туризма, а также проведение учебно-практических краевых семинаров по подготовке данных видов соревнований для педагогов-организаторов туристско-краеведческой работы. Эта работа должна способствовать повышению уровня соревнований, спортивного мастерства и вовлечению в них большего количества школьников.

Экскурсионная деятельность будет организована как с обучающимися «Забайкальского детско-юношеского центра», так и другими школьниками Забайкальского края в рамках краеведческих, природоведческих образовательно-экскурсионных программ.

Эколого-биологическое направление

Работа в крае по эколого-биологическому направлению строится на основе проведения краевых слётов «Юных экологов», «Членов школьных лесничеств», «Ученических производственных бригад».

В данном направлении деятельности также продолжает реализовываться программа очно-заочной эколого-биологической школы (5–11-е кл.), которая предполагает приобретение школьниками теоретических знаний об основных законах экологии и практических навыков изучения природы родного края; работу со школьниками Забайкальского края по программе заочного обучения «Я – исследователь».

Планируется проведение краевых заочных конкурсов «Юные исследователи окружающей среды», «Моя малая родина», «Подросток», конкурса рисунков «Защитим лес», конкурса поделок из природного материала «Зеркало природы», заочной олимпиады по биологии для 6–8-х классов [7]. Все перечисленные конкурсы являются краевыми этапами одноимённых Всероссийских конкурсов и способствуют массовому вовлечению школьников в процесс изучения и охраны природы родного края, дают им возможность проявить себя в различных видах творческой и исследовательской деятельности.

Будет продолжено проведение традиционной детской краевой экологической экспедиции совместно с лабораторией экологии водных экосистем ИПРЭК СО РАН, которая способствует выработке у школьников навыков экосистемных экологических исследований, знакомит их с работой учёных-экологов, помогает определиться с будущей профессией.

Военно-патриотическое направление

Предполагается продолжать работу по военно-патриотическому направлению через:

- функционирование детских объединений «Забайкальского детско-юношеского центра»;
- организацию поисково-исследовательской деятельности «Военная слава Забайкалья»;
- проведение краевых военно-спортивных соревнований по программам «Юный спасатель» и «Школа безопасности», включающих в себя соревнования по физической подготовке, поисково-спасательным работам, маршрут выживания;
- развитие спортивного ориентирования как прикладного вида спорта;

– организацию и поведение смотров-конкурсов музеев, краеведческих экспозиций, посвящённых воинской славе забайкальцев;

– координацию работы детских общественных объединений, реализующих патриотическое воспитание на основе историко-культурных традиций казачества;

– планируются традиционные водные сплавы с организацией праздничных встреч с ветеранами войны, тыла, Вооружённых сил [7].

В деятельности объединений планируется использовать следующие формы работы: практические занятия, экспедиции, военно-спортивные эстафеты, туристские соревнования, игры.

«Забайкальский детско-юношеский центр» является организатором туристско-патриотических спортивных соревнований для школьников старшего возраста по программе «Сильные люди», которые направлены на формирование специальных навыков и умений, необходимых для выживания в экстремальных условиях. Совместно с советом ветеранов планируется продолжить проведение смотров музеев боевой славы, ночные лыжные переходы в рамках праздника «Защитника отчества» [7] и др.

Физкультурно-спортивное направление

Цель работы по физкультурно-спортивному направлению – вовлечение детей и подростков в систематические занятия спортивным туризмом, а также для обеспечения участия сборных команд Забайкальского края в соревнованиях по спортивному туризму различного масштаба. Особенностью данного направления является и то, что по окончании обучения дети получают высокие спортивные разряды по туристскому многоборью и спортивному ориентированию.

Предполагается, что работа по данному направлению будет носить комплексный характер. Программы долгосрочные, включают в себя разделы: туристская подготовка, специальная подготовка туриста-спортсмена, общая и специальная физическая подготовка. Свою работу педагоги по данному на-

правлению строят в соответствии с «Правилами соревнований по спортивному туризму», утверждёнными туристско-спортивным Союзом России; «Правилами соревнований по спортивному ориентированию», «Правилами организации и проведения туристских соревнований учащихся РФ»; Письмом Министерства образования РФ № 15-Т от 30.08.1996 г. [10].

В объединениях данного направления используются уже ставшие традиционными досуговые мероприятия: «Посвящение в туристы», «Туристский Новый год», итоговые туристские соревнования, способствующие сплочению детских коллективов, заинтересованности в общении как со сверстниками, так и с детьми других возрастных групп [7]. Планируется также продолжить проведение областных соревнований по спортивному туризму, соревнований по технике лыжного туризма, спортивному ориентированию.

«Забайкальский детско-юношеский центр» активно взаимодействует с различными государственными и общественными структурами, которые занимаются вопросами туризма, экологии и культуры. В настоящее время он является одним из самых крупных краевых учреждений воспитательной и образовательной деятельности школьников в сфере дополнительного образования.

Ещё одно учреждение, организующее работу с детьми и подростками – муниципальное учреждение дополнительного образования «Городской Центр детско-юношеского туризма города Читы» [5] было образовано 9 декабря 1993 года на основании Постановления главы администрации Железнодорожного района г. Читы № 678, зарегистрировано под № 729 от 8 июля 1995 года.

На основании постановления главы городского округа «Город Чита» от 25.05.2005 г. № 92 учреждение переименовано в муниципальное учреждение дополнительного образования детей «Детский оздоровительно-образовательный центр детско-юношеского туризма и краеведения города Читы». Основателем и первым директором Центра был Сергей Федорович Эпов. Туристско-краеведческий кружок при Железнодорожном доме школьников стал вначале районным,

а затем и «Городским центром детско-юношеского туризма и краеведения города Читы». Ведущим направлением Центра с 1996 года является патриотическое воспитание школьников.

Команда заинтересованных педагогов, увлечённых туризмом и краеведением, разрабатывали первые районные и городские туристско-спортивные, военно-патриотические и краеведческие мероприятия, совершали с ребятами походы по родному краю, участвовали в летних археологических и краеведческих экспедициях. В учреждении сформировались туристско-спортивный, краеведческий и экологический отделы. Методисты туристско-спортивного отдела О. В. Смирнов, С. В. Лазаревская, О. Н. Сахарова, Е. В. Максименко организовывали категорийные и степенные туристские походы на голец Саранакан, в пещеру Хэтэй, на вершину горы Арача и Карповские пороги, на Алханай, в Мраморное ущелье Кодара, на Кадалинские Дворцы [1]. По инициативе таких педагогов, как Алексей Владимирович Аликин, в 1998 году были организованы первые водные сплавы по рекам Читинка, Ингода, Оленгуй, Шилка.

В 1995 году были организованы зимние военно-туристские соревнования «Рубеж», ежегодно проводились туристские городские слёты школьников на базе лагерей «Юность», «Парус», «Жемчужина», «Робинзон». Программы летних передвижных палаточных лагерей в течение нескольких лет занимали призовые места в областных конкурсах летнего отдыха.

Большую заинтересованность среди педагогов школ и воспитанников детских краеведческих объединений вызвала краеведческая эстафета для учащихся начальной школы «Взгляд сквозь столетия», которая включала в себя игру-путешествие на местности «Из глубины веков», интерактивную игру «Навстречу солнцу», проектную игру «Город открываем заново», гейм-клуб «Страницы истории».

Особое внимание уделялось инновационным формам городских краеведческих мероприятий. Ежегодно проводилось краеведческое ориентирование по городу, конкурс экскурсоводов, смотр школьных музеев. Методисты отдела экологии

Т. Д. Ежова и А. Г. Кондакова старались развивать экологическое мышление ребят, организовывались экологические акции, разрабатывались экологические тропы, проводились экскурсии по природному краеведению.

В 2000 году на базе Центра было создано детское экологическое движение «Зелёный листок», которое объединяло более 200 ребят. В 1998–2003 годах при городском Центре активно работала молодёжная общественная туристско-экологическая организация «Гуран» [2]. Выпускники ЦДЮТиК, студенты, рабочая молодежь проводили экологические акции, организовывали походы и экспедиции, осуществляли судейство на туристско-спортивных соревнованиях.

«Городской центр детско-юношеского туризма и краеведения» получил большую известность в городе, в соревнованиях и мероприятиях патриотической направленности принимают участие команды школ г. Читы в двух возрастных категориях (5–7-е классы, 8–11-е классы). Процесс патриотического воспитания направлен на изучение учащимися культурно-исторических и социально-политических традиций и перспектив развития государства и родного края. Работа Центра в первую очередь ориентирована на развитие духовности, уважения к культуре и истории родного края и населяющих его народов, экономического и эстетического обогащения школьников, то есть воспитание патриотизма на основе становления высших ценностных ориентаций личности [11].

Центр оказывает методическую помощь образовательным учреждениям в организации патриотического воспитания учащихся в процессе эколого-краеведческой и туристской работы. В образовательных программах ЦДЮТиК большое место отводится вопросам патриотического воспитания, используется опыт, накопленный системой образования в организации и проведении туристских походов по историческим местам Забайкалья.

В Каларском районе Забайкальского края на естественном рельефе Чарской котловины, в урочище Чарские пески и отрогах Центрального Кодара проводится ежегодный (с 1999 г.) Межрегиональный туристский фестиваль «Кодар», который

сочетает в себе детско-юношеский, спортивный, экстремальный и экологический туризм. Участники фестиваля осуществляют ряд категорийных походов. В мероприятиях принимают участие команды из различных регионов России. Фестиваль стал визитной карточкой не только Каларского района, но и Забайкальского края. Он проводится с целью повышения спортивной квалификации туристов, выполнения разрядных норм и требований на присвоение спортивных званий и разрядов, пропаганды здорового образа жизни. Задачи фестиваля: пропаганда пешего и горного экологического туризма как важного средства патриотического, физического и экологического воспитания молодёжи; пропаганда здорового образа жизни среди молодёжи и школьников; дальнейшее развитие детско-юношеского экологического туризма; знакомство и обмен опытом туристской и экологической работы среди детских коллективов, а также проведение экологических акций.

Развитие системы детского и молодёжного отдыха и оздоровления является одним из приоритетных направлений социальной политики Забайкальского края.

В крае имеется система организации детского отдыха и оздоровления, дающая положительные результаты, увеличивается видовое разнообразие лагерей, совершенствуются формы и методы работы с детьми, сформирована нормативная правовая база организации отдыха и оздоровления детей, приняты меры по недопущению сокращения объёма финансовых средств, направляемых на проведение детской оздоровительной кампании из краевого бюджета Забайкальского края, к уровню предыдущего года [3].

Особое внимание уделяется вопросам организации отдыха и оздоровления детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, с использованием санаторных смен в медицинских учреждениях, детских загородных оздоровительных лагерях, детских лагерях с дневным пребыванием и других учреждениях отдыха и оздоровления [6].

В 2010 году в связи с передачей субъектам Российской Федерации полномочий по организации детского отдыха, исполняемых ранее региональным отделением Фонда социаль-

ного страхования Российской Федерации, постановлениями Правительства Забайкальского края определены уполномоченные органы по организации детского отдыха:

- Министерство образования, науки и молодежной политики Забайкальского края – в области организации и обеспечения отдыха и оздоровления детей, проживающих на территории Забайкальского края;

- Министерство труда и социальной защиты населения Забайкальского края – в области организации отдыха и оздоровления детей, находящихся в трудной жизненной ситуации.

В регионе, в течение последних 17 лет, развивается система краевых профильных смен различной направленности с целью обеспечения развития творческих способностей школьников. На уровне муниципальных районов и городских округов разработаны межведомственные программы по организации отдыха и оздоровления детей, в рамках которых предусмотрено проведение муниципальных профильных смен на базе детских загородных стационарных оздоровительных лагерей, детских оздоровительных лагерей с дневным пребыванием детей. При организации воспитательного процесса на профильных сменах предусматриваются различные формы патриотического воспитания – духовно-нравственное, историко-краеведческое, гражданско-патриотическое, социально-патриотическое, военно-патриотическое, героико-патриотическое, спортивно-патриотическое.

В Забайкальском крае имеется система кадровой подготовки работников учреждений отдыха и оздоровления детей. На региональном уровне профессиональную подготовку проходят не только педагогические кадры, но и специалисты разных категорий, обеспечивающие летнюю оздоровительную кампанию (начальники лагерей, психологи, медперсонал, специалисты органов управления образованием, курирующие летний отдых).

В муниципальных районах и городских округах проводится ежегодное обучение педагогических кадров, работающих в детских загородных стационарных оздоровительных лагерях, в детских оздоровительных лагерях с дневным

пребыванием детей, в результате чего повышается качество предоставления комплекса услуг отдыха и оздоровления детей [3].

Подготовка вожатых ведётся федеральным государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Забайкальский государственный университет» и государственным автономным учреждением «Дворец молодёжи» Забайкальского края. Данные учреждения выдают удостоверения, подтверждающие квалификацию вожатого.

Организация отдыха детей на базе детских загородных стационарных оздоровительных лагерей является наиболее востребованной формой организации детского отдыха. Всё большее распространение получают детские оздоровительные лагеря с дневным пребыванием детей, что объясняется малозатратностью данной формы детского отдыха.

В то же время в системе отдыха и оздоровления детей Забайкальского края имеется ряд проблем, основными из которых являются уменьшение количества детских загородных стационарных оздоровительных лагерей, участвующих в проведении летней оздоровительной кампании, из-за изношенности их материально-технической базы, снижающей оздоровительный эффект. В крае не имеется детских загородных стационарных оздоровительных лагерей круглогодичного действия.

Отдельным направлением работы стала организация отдыха и оздоровления детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. В Забайкальском крае организация отдыха и оздоровления детей этой категории осуществляется в соответствии с постановлением Правительства Забайкальского края от 13.04.2010 г. № 142 «Об утверждении Положения об условиях и порядке оплаты (полной или частичной) стоимости питания детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в детских оздоровительных лагерях с дневным пребыванием детей, стоимости проезда в междугородном транспорте организованных групп детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, к местам отдыха и обратно и стоимости путёвок для детей, находящихся в трудной жизненной ситу-

ации, в организации отдыха детей и их оздоровления, включающие питание» [6]. Министерством труда и социальной защиты населения Забайкальского края для данной категории детей приобретаются путёвки в загородные лагеря, лагеря с дневным пребыванием и санаторно-оздоровительные лагеря круглогодичного действия и в другие учреждения отдыха и оздоровления.

Отдых детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, воспитанников детских домов и школ-интернатов организуется на базе детских загородных стационарных оздоровительных лагерей, находящихся на балансе учреждений, подведомственных Министерству образования, науки и молодёжной политики Забайкальского края. Необходимо дальнейшее совершенствование форм и технологий работы с детьми данной категории, направленной на оказание адресной помощи ребёнку.

В 2011 году в крае была принята долгосрочная целевая программа «Развитие системы отдыха и оздоровления детей в Забайкальском крае на 2012–2016 годы» [3]. Основная цель программы: создание в Забайкальском крае правовых, экономических и организационных условий, необходимых для полноценного отдыха и оздоровления детей.

Социальная значимость программы определяется комплексом мероприятий, направленных на повышение качества предоставляемых населению Забайкальского края услуг в сфере детского отдыха и оздоровления. Реализация программы обеспечила развитие системы отдыха и оздоровления детей в Забайкальском крае и способствовала:

- укреплению и развитию инфраструктуры и материально-технической базы 20 учреждений отдыха и оздоровления детей;
- обеспечению качественной подготовки кадрового состава через овладение современными педагогическими технологиями и методами организации досуга детей;
- обеспечению организационно-методического, нормативного правового сопровождения мероприятий отдыха и оздоровления детей;

– обеспечению безопасности жизнедеятельности детей в период пребывания в учреждениях отдыха и оздоровления и во время их проезда к месту отдыха и оздоровления и обратно;

– увеличению количества школьников – участников профильных смен до 2750 человек;

– охвату различными формами отдыха и оздоровления до 36 100 детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, и детей с ограниченными возможностями здоровья;

– обеспечению временной трудовой занятости 49 600 детей и подростков в каникулярное время.

В 2018 году в Забайкалье в очередной раз стартовала летняя оздоровительная кампания, в которой приняли участие 562 учреждения: загородные лагеря, санаторно-оздоровительные учреждения, лагеря с дневным пребыванием детей, туристские лагеря палаточного типа, лагеря труда и отдыха, с общим охватом почти 55 тысяч детей. Благодаря участию в летней оздоровительной кампании других министерств и ведомств, в том числе муниципалитетов, а также применению иных форм отдыха, таких как оздоровительные площадки, творческие площадки на базе Домов детского творчества, летние читальные залы, дополнительно летним отдыхом удалось охватить ещё 30 тысяч юных забайкальцев. При взаимодействии с Министерством просвещения Российской Федерации был организован отдых детей, попавших в сложную жизненную ситуацию. Дети отдохнули в лагере «Энхалук» на Байкале, во Всероссийском центре «Океан», в Приморском крае. Летняя оздоровительная кампания 2018 года продолжается и сейчас, в частности, санаторные учреждения, расположенные в других регионах страны, всё ещё принимают на отдых детей из Забайкальского края.

Как видим, организация детско-юношеского туризма на территории Забайкальского края играет огромную роль в обеспечении многостороннего развития личности. Поездки, походы, экскурсии предоставляют уникальную возможность глубже узнать и наглядно ознакомиться с историческим и культурным наследием своего края, своей страны, соседних

государств, пробудить у молодых людей чувство национального самосознания, воспитать уважение и терпимость к быту и обычаям других национальностей и народов.

Так как Забайкальский край находится далеко от основных центров России, он соответственно тяготеет к центрам Азиатско-Тихоокеанского региона в связи с приграничным положением с такими странами, как Китай и Монголия. Это единственная в Восточной и Западной Сибири территория на российско-китайской границе, которая обладает железнодорожным, автомобильным и авиационным сообщениями между государствами, крупнейшим автомобильным и железнодорожным переходом Забайкальск – Маньчжурия. Пропускная способность составляет около 3 млн туристов и более 3,5 млн тонн груза в год (60 % всех грузов между Россией и Китаем) [11].

Для детского и молодёжного туризма в Забайкалье характерны следующие основные тенденции:

1. Приоритетным направлением коммерческого туризма является выездной туризм, доминирует ярко выраженное китайское направление.

2. В рамках самодеятельного туризма особое внимание уделяется развитию внутреннего, регионального туризма.

На формирование ведущих тенденций повлияли следующие факторы:

– *географическая отдалённость Забайкальского края от основных центров России;*

– *государственная политика в сфере туризма;*

– *расчёты в национальных валютах в приграничных регионах, упрощающие работу туроператоров.*

В связи с отдалённостью Забайкалья от основных центров России геополитические аспекты уступают роль экономическим. Экономика региона всё больше направлена на восток, можно говорить об изолированности или даже независимости Забайкалья от центральной части России. Для многих жителей региона в связи с высокой стоимостью билетов путешествовать в Европу выгоднее не через Москву, а через транспортные узлы Китая, например, Пекин или Шанхай.

Для жителей Забайкальского края отдых на Жёлтом море обходится дешевле, чем на Чёрном. На выбор места отдыха влияет стоимость проезда, проживания, высокая стоимость услуг в России и не соответствующее им качество обслуживания. Из внутренних направлений наиболее популярными являются озеро Байкал и Приморский край.

Государственная политика в сфере туризма и туристской деятельности в Забайкалье, которую реализует Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края, ориентирована на развитие внутреннего туризма как на приоритетное направление, которое создаст предпосылки для развития въездного туризма. В Забайкальском крае прослеживается устойчивый интерес к внутренним туристско-рекреационным комплексам.

В настоящее время сложился комплекс туристских ресурсов регионального детского и молодёжного туризма [1], основными из которых являются:

– *Чарская котловина* – сочетание оригинальных и контрастных ландшафтов с ярко выраженным альпийским рельефом и современными ледниками (пустыня-массив «Чарские Пески», «Чарский Горячий Ключ», гора «Зарод», ледники «Кодар», вулканы «Аку» и «Сыни», термальные источники «Сынийский», «Пурелагский», «Плотинный», оз. Большое Леприндо и оз. Малое Леприндо) с климатическим комфортом, экологически благоприятной средой и чрезвычайно сложными водными и горными маршрутами являются базовыми параметрами для развития экстремального туризма.

– *Национальный парк «Алханай»* – один из красивейших уголков природы. Самая высокая вершина – гора Алханай (1662 м над уровнем моря) считается одной из 5 священных вершин северного буддизма. В состав парка входят 12 культовых памятников, к которым ведут тропы. Здесь возносил молитвы глава буддистов всего мира Далай-лама XIV. Не менее интересны уникальные памятники бурятской национальной культуры, храмы и часовни – дацаны и дуганы. Агинский и Цугольский дацаны – это ещё и очаги культуры, центры философии и медицины.

– Государственный природный ландшафтный заказник регионального значения *«ИваноАрахлейский»*. Чистота природных вод в обрамлении девственных лесов и лёгкая досягаемость озёр сделали их главным центром туризма, отдыха, рыбной ловли. Самые крупные из озёр – Тасей, Иван, Арахлей, Шакша.

– *Великий мировой водораздел* между Тихим и Северным Ледовитым океанами, на котором зарождаются крупные реки Сибири. Расположенная неподалеку гора Палласа (1236 м над уровнем моря) не имеет себе равных в мире. Упавшая на её вершину капля может скатиться в одну из трёх сторон и унести за тысячи километров: на запад к Байкалу и далее в Ангару и Енисей, на север до Витима и Лены к Северному Ледовитому океану или на восток по Амуру до Тихого океана.

– Государственный природный биосферный *заповедник «Сохондинский»*. Туристам предлагается пройти по маршруту «Тропюю Палласа», полюбоваться величественной природой и окунуться в древность – в окрестностях с. Кыра находятся плиточные могилы скифо-сарматов и монголоидов, стоянки древних людей каменного века, первые кузницы.

– Государственный природный биосферный *заповедник «Даурский»*. В 2000 году Всемирный фонд дикой природы включил Даурские степи в 200 экорегионов планеты, имеющих особое значение для сохранения жизни на Земле. На территории заповедника в 45,1 тыс. га находятся горько-солёные Торейские озёра, являющиеся остатками древнего Проторейского моря. Заповедник – настоящее птичье царство, здесь проходят пути миграций около 300 видов птиц.

– *Байсаниды Ламский Городок* – живописный скальный район на высоте до 2000 м над уровнем моря. Отдельные останцы достигают в высоту 30–50 метров и имеют причудливые формы в виде каменных дворцов, столбов и стен, окружённых зарослями кедра и кедрового стланика.

– *Кондуйский городок* – один из ярких памятников монгольского периода. В XIV веке здесь была ставка одного из внуков Чингисхана. В начале XIX века в деревне Кондуй из

плит давно разрушенного дворца была сооружена православная церковь. Сегодня и церковь является памятником исторического наследия.

– Геологический памятник природы «*Кадалинские скалы “Дворцы”*» – геологический памятник природы, который занимает узкую живописную долину реки Кадала, обрамлённую крутыми склонами и отвесными скалами-останцами. Располагающиеся по гребням склонов гранитные зубцы образуют удивительные фигуры выветривания: причудливые естественные скульптуры, полости, сквозные отверстия. Район «Дворцов» знаменит и своими археологическими памятниками. Здесь впервые была открыта и описана так называемая дворцовская культура кочевников, населявших эти места 3–4 тысячи лет назад.

– Геологический памятник природы «*Пещеры Хээтэй*» – расположен в отрогах хребта Кетуй-Нуру на правом берегу реки Онон, представляет собой одну из крупнейших пещер Забайкалья. Её общая длина достигает 150–160 м. Представлен двумя связанными друг с другом карстовыми пещерами, которые называются Сухая и Мокрая. В ледяную прохладу Мокрой пещеры приходится спускаться по отвесному 12-метровому ледопаду. Каждый из залов и гротов Мокрой пещеры имеет своё название: Ледяной, Юрта, Тупиковый, Костяной. Площадь самого большого – Ледяного зала составляет примерно 70 на 60 м. В Костяном зале пещеры археологами были найдены кости шерстистого носорога, саблезубого тигра, лошади и других животных. Кроме ледяных, в пещере можно обнаружить кальцитовые образования – сталактиты, сталагмиты и сталагнаты.

– Памятник природы «*Озеро Арей*» – озеро, расположенное на высоте 996 метров над уровнем моря в седловине между Малханским и Яблоновым хребтом, является одним из самых ценных гидрологических памятников природы Забайкальского края и активно используется в рекреационных целях. Это уникальное место отдыха: вода Арея очень чистая, отличается слабой минерализацией и высоким содержанием кислорода, с чудодейственными лечебными грязями.

– *Историко-культурные туристские объекты*: Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери, дворец купцов Шумовых, Музей «Церковь декабристов», Пассаж купца Второва, Забайкальский краевой краеведческий музей им А. К. Кузнецова, памятник Святому Великому князю Александру Невскому и др.

Ещё одним ресурсом служат целебные минеральные источники Дарасун, Кука, Молоковка, Ямаровка, Шиванда, Кислый ключ и др. В Забайкалье известно более четырёхсот источников минеральных вод [11]. Лечебный туризм входит в число приоритетных видов туризма на территории Забайкальского края.

В направлении детского и молодёжного туризма это самые известные, востребованные объекты в крае, которые характеризуются хорошей транспортной доступностью и наличием баз отдыха.

Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма, принимая во внимание повышенный спрос населения в туристских услугах внутри региона, направило предложения в Минспорттуризм России с обоснованием объёмов финансирования, включающие развитие инфраструктуры на территориях таких рекреаций, как Ивано-Арахлейский заказник, туристско-рекреационный комплекс «Алханай»; в проект «Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года» [9].

С целью развития внутреннего туризма в Забайкальском крае разработаны предложения к проекту «Стратегии экономического развития Сибири на период до 2020 года» [8] по разделу «Туризм и рекреационный комплекс», предложения в проект программы сотрудничества между регионами Дальнего Востока и Забайкалья Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики, в Ростуризм направлены предложения в проект Концепции федеральной целевой программы «Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации до 2025 года».

Одной из особенностей, влияющей на развитие туризма региона, является вопрос расчётов с иностранными, пригра-

ничными партнёрами. С 2002 года существует международное межправительственное соглашение о расчётах в национальных валютах в приграничных регионах КНР и РФ. С 1 января 2005 года в связи с высокими показателями эффективности таких видов расчётов действие соглашения распространилось на дополнительные регионы: Приморский край, Еврейский автономный округ, Алтайский край; со стороны Китая – на 4 административные единицы: провинции Дилин и Хейлундянь, АРВМ (Автономный район Внутренняя Монголия) и Синьцзян-Уйгурский автономный район.

Основными *преимуществами расчётов* с иностранными турфирмами в рублях для российских туроператоров являются:

- отсутствие курсовых разниц при покупке/продаже иностранной валюты (юаня);
- отсутствие необходимости держать валютный счёт;
- отсутствие необходимости в счёт-поручении на покупку валюты;
- проводка платёжной операции день в день.

В Забайкальском крае в области детского и молодёжного туризма одновременно работают коммерческие и некоммерческие организации.

К *некоммерческим организациям* и учреждениям дополнительного образования детей, прежде всего, относятся: ГУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр» и МОУ ДОД «Детский оздоровительно-образовательный центр детско-юношеского туризма и краеведения города Читы».

Коммерческая сфера состоит из коммерческих туристских предприятий, оказывающих услуги в сфере детско-юношеского туризма: туристских фирм, туристских баз и частных лиц, работающих со школьниками и молодёжью. Деятельность коммерческих структур направлена на получение прибыли и осуществляется в условиях конкуренции на рынке детского и молодёжного туризма.

Услуги в сфере детско-юношеского туризма оказывают следующие турфирмы и турагентства города Читы:

1. «Вокруг света» – предлагает детско-юношеские туры:
 - каникулы в Санкт-Петербурге (экскурсионный тур);

- каникулы в Москве (экскурсионный тур на 5 дней);
- «Узоры Деда Мороза» – Великий Устюг (из Москвы) (культурно-образовательный, экскурсионный тур на 3 дня);
- Улан-Удэ (знакомство с бурятской культурой – 2 дня);
- школьные групповые туры по Китаю;
- обзорные и экскурсионные туры по городу Чите и Забайкальскому краю.

2. «Влад-тур»:

- туры по «Золотому кольцу»;
- каникулы в Москве (экскурсионный тур на 5–6 дней);
- каникулы в Санкт-Петербурге (экскурсионный тур на 7 дней).

3. «Гид»:

- туры в Болгарию (4 детских лагеря) больше подходит для детей младшего школьного возраста;
- туры в Испанию и на Мальту (для детей до 17 лет);
- путёвки в детские лагеря Крыма и Краснодарского края.

4. «Лайк-тур»:

- путёвки во Всероссийские детские центры «Океан», «Орленок»;
- детские групповые туры.

5. «Ланта»:

- экскурсионные туры в Москву и Санкт-Петербург;
- туры на Байкал (во время каникул);
- путёвки в детские лагеря в Крыму: «Мандарин», МЦ «I&Camp», «Голубая волна»;
- путёвки в детские лагеря на Байкале, в Подмосковье, Анапе;
- путёвки в детские лагеря в Болгарии, Черногории, на Мальте;
- образовательные туры для молодёжи;
- экскурсии по Чите и Забайкальскому краю: «Город знакомый и незнакомый», «На чём город стоит и чем город знаменит», «Машины, ставшие памятниками», «Их помнит мир спасённый», «Азбука дорожного движения»;

– маршруты выходного дня: «Агинский дацан», «Нерчинск – первая столица Забайкалья», «Войди в храм природы – Алханай», «Зелёная рапсодия», «Времена года», «Сивка-Бурка», «Глоток воды целебной», «Соседи по планете».

6. «Лина-тур»:

– языковые лагеря в Европе.

7. «Сам Себе Путешественник»:

– экскурсия на Титовскую сопку;

– Байкальские каникулы (Иркутск + Листвянка);

– страусиная ферма;

– каникулы в Москве (экскурсионный тур на 5–6 дней);

– Новосибирск (экскурсионный тур на 3 дня);

– каникулы в Санкт-Петербурге (экскурсионный тур на 7 дней);

– тур «Байкальская осень» (7 дней) включает в себя несколько остановок: Байкальск, гора Соболиная, Аршан, Слюдянка.

Обзор рынка туристских услуг Забайкальского края в направлении деятельности по организации детского и молодёжного туризма (на примере турфирм города Читы) выявил следующее:

– Большинство турфирм нашего города оказывают туристские услуги по направлению Пекин, Маньчжурия, Харбин, Далянь, Бэйдайхэ, что связано с географическим расположением нашего региона.

– Предложения турфирм по детскому отдыху в основном сводятся к организации отдыха в детских оздоровительных центрах в России и за рубежом и организации экскурсионных автобусных туров по городам России и Европы, особенно популярных во время школьных каникул.

– Поездки чаще всего организуются в группах, т. к. стоимость тура в таком случае в среднем уменьшается на 20 % за счёт образования группы.

– Оказание услуг в сфере детского и молодёжного туризма, по мнению турагентов, на сегодняшний день не является перспективным, поскольку стоимость «детских» путёвок не отличается от стоимости путёвки на взрослого (это касается

туров по России, отдыха в оздоровительных детских лагерях и зарубежных туров). Незначительные отличия наблюдаются лишь в период весенних и осенних каникул, когда стоимость проезда для школьников уменьшается на 50 %.

К факторам, способствующим развитию детского и молодёжного туризма в Забайкальском крае, можно отнести наличие общей границы с Китаем и Монголией и, как следствие, доступность туристских поездок по этим направлениям. Кроме того, положительными моментами в данном направлении являются:

- благоприятные условия климата для лечения и отдыха (более 250 солнечных дней в году) и наличие разнообразных по составу и целебному действию минеральных вод и грязей (более 300 известных источников);

- уникальные возможности для проведения различных видов экологически ориентированного туризма: спортивного, познавательного, этнического, паломнического, научного, фототуризма и т. д., что является фактором сохранения ресурсного потенциала и рационального природопользования, воспитания любви к родному краю и бережного отношения к природным ресурсам;

- богатое разнообразие памятников археологии и палеонтологии, природы и истории, культуры и архитектуры.

Факторами, сдерживающими развитие детско-юношеского туризма в Забайкальском крае, являются: географическая отдалённость региона от основных центров страны, неразвитость и недостаточная финансовая обеспеченность специализированных государственных организаций в сфере детского и молодёжного туризма, отсутствие соответствующей инфраструктуры.

В заключение необходимо отметить, что глобальный рост и развитие туризма во всём мире оказывает большое влияние на содержание и организацию профессионального туристского образования.

Туризм – это спорт, здоровье, активный досуг, возможность лучше узнать историю, географию, менталитет страны, а это – прямой путь к воспитанию детей и молодёжи патриота-

ми и гражданами своей страны. Чтобы любить свою страну, её надо знать, надо увидеть своими глазами озёра Карелии и вулканы Камчатки, белоснежные пики Кавказа и тихие Волжские плёсы, надо пройти по Дворцовой набережной в Санкт-Петербурге и постоять на Красной площади в Москве. Познав красоту своей земли, невозможно не полюбить её. А любить – значит, быть патриотом.

Детский и молодёжный туризм – один из самых массовых видов туризма. Он представлен экскурсиями, спортивным туризмом (в т. ч. спортивно-туристские соревнования), самостоятельными школьными и студенческими обходами, познавательными и рекреационными турами, оздоровлением и отдыхом в детских лагерях, на туристских базах, в центрах, а также выездным туризмом (организацией международных безвалютных обменов, поощрительными выездами для талантливых детей и подростков, выездами в международные детские и молодёжные центры (лагеря) и т. д.

Детский и молодежный туризм – это комплексное явление, которое может помочь подрастающему поколению найти свою дорогу в жизни и не требует больших финансовых вложений. Он даёт возможность проявить себя, научиться принимать решения, приобрести навыки настоящего лидера в туристских походах и путешествиях.

Большое количество детей и подростков в нашей стране имеют слабое здоровье, юноши физически не подготовлены к службе в армии. Исправить это положение может туризм. В походах происходит закаливание организма, физические нагрузки восстанавливают и укрепляют здоровье.

К понятию детский и молодёжный туризм можно отнести следующие виды деятельности: профильные лагеря, экскурсии, туристские соревнования и мероприятия, экстремальные виды деятельности в природной среде: спортивный туризм, альпинизм, скалолазание, спортивное ориентирование, рафтинг и т. д.

Создание инфраструктуры детского и молодёжного туризма решает несколько актуальных задач:

1. Для личности: укрепление здоровья – наличие туристских клубов, секций позволит детям и молодёжи участвовать

в походах, соревнованиях, туристских лагерях, вести активный, здоровый образ жизни, возможность путешествовать. Этому будет способствовать сеть детских лагерей, молодёжных турбаз, гостиниц, оборудованных туристских маршрутов, система льготного проезда туристских групп на различных видах транспорта; получать качественный, безопасный отдых; подготовка специалистов туристской сферы деятельности; повышение воспитательно-образовательного, культурного уровня посредством походов и путешествий; профессиональная ориентация.

2. Для государства: развитие туризма как важной отрасли экономики. Вложив средства в создание туристской инфраструктуры, через несколько лет государство начнёт получать от этого немалые доходы, так как, почувствовав вкус странствий в молодые годы, человек будет путешествовать всю жизнь, проводя свой отпуск не на даче, а в поездках по стране и миру, вкладывая в путешествия свои деньги и принося, тем самым, доход государству; оздоровление населения страны, уменьшение количества случаев наркомании и пьянства.

По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу туристских центров повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг.

Социальная направленность развития индустрии развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего, воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) формирует и развивает личность.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Детский и молодёжный туризм играет всё более заметную роль в мировой экономике и становится одним из важнейших его факторов.

2. Всё большее значение уделяется анимационным технологиям в

детском и молодёжном туризме.

3. Анимация имеет большое значение для создания благоприятного психологического климата в походе, туристской поездке, гостинице, тем самым создавая условия для полноценного отдыха и восстановления сил.

4. На настоящее время в индустрии детского и молодёжного туризма существует немало проблем, требующих решения. Но, тем не менее, этот вид туризма является одним из самых устойчивых сегментов туррынка. При правильной политике государства, частных структур и инвесторов у этой сферы есть все предпосылки для дальнейшего роста и развития. Тем более, что исторический опыт развития именно детского и молодёжного туризма является уникальным и достойным изучения и совершенствования.

Список литературы

1. Забайкальский край – туристско-рекреационный потенциал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.worldtravel-maps.ru/zabajkalskij-kraj-turistsko-rekreacionnyj-potencial> (дата обращения: 27.10.2018).

2. История развития туризма и спортивного ориентирования в Забайкалье / сост. В. Г. Васильев, В. Б. Венславский, Г. А. Жукова; отв. ред. М. В. Константинов. Чита: ЗабГУ, 2015. 158 с.

3. Краевая долгосрочная целевая программа «Развитие системы отдыха и оздоровления детей в Забайкальском крае на 2012–2016 годы».

4. Модельный закон «О детском и юношеском туризме» (принят в г. Санкт-Петербурге 04.12.2004 г. Постановлением № 24–12 на 24-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ).

5. Официальный сайт образовательных организаций Забайкальского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.забцентр.официальный-вебсайт.рф> (дата обращения: 23.10.2018).

6. Постановление Правительства Забайкальского края от 13.04.2010 г. № 142 «Об утверждении Положения об условиях и порядке оплаты (полной или частичной) стоимости питания детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в детских оздоровительных лагерях с дневным пребыванием детей, стоимости проезда в междугородном транспорте организованных групп детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, к местам отдыха и обратно и стоимости путёвок для детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в организации отдыха детей и их оздоровления, включающие питание».

7. Программа деятельности ГУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр». Чита, 2011.

8. Распоряжение Правительства РФ от 05.07.2010 г. № 1120-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года».

9. Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2009 г. № 2094-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года».

10. Рубис Л. Г., Тарасеня Т. Ю., Шеманаев В. К. Спортивно-оздоровительный туризм в воспитании молодежи. СПб.: СПбГУТД, 2010. 465 с.

11. Титова М. П., Лиханова В. В. Организация детского и молодёжного туризма: учеб. пособие. Чита: ЗабГУ, 2017. 146 с.

12. Титова М. П., Лиханова В. В. Организация детско-юношеского туризма в Забайкальском крае // Детско-юношеский туризм: образовательные технологии: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. СПб.: СПбГЭУ, 2017. С. 207–218.

13. Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. Федерального закона от 05.04.2016 г. № 104-ФЗ).

14. Энциклопедия Забайкалья [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.encycl.chita.ru/encycl> (дата обращения: 28.10.2018).

Заключение

Туризм является отраслью, которая оказывает значительное влияние на социально-экономическое развитие территорий. Данный вид народнохозяйственной деятельности характеризуется мультипликативным эффектом, генерируя образование доходов в смежных отраслях экономики. Среди видов туризма ключевую роль сегодня играет внутренний и въездной туризм как основной источник финансовых поступлений от туристской деятельности. В Забайкальском крае внутренний и въездной туризм развиты слабо, что связано с несовершенной инфраструктурой отрасли, несоответствием цены на туристские продукты их качеству, а также недостатком квалифицированных кадров.

Авторами монографии рассмотрены перспективы развития туристской отрасли Забайкальского края, особенности развития таких видов туризма, как этнографический, гастрономический, лечебно-оздоровительный, детский и молодежный туризм, экскурсионный потенциал и современное состояние экскурсионной деятельности в Забайкальском крае, проанализирован спрос на туристском рынке края.

Целью исследования является научное обоснование направлений, обеспечивающих развитие внутреннего и въездного туризма в регионе с учётом влияния внешних факторов. При этом используются научные методы сравнения, обобщения, анализа, синтеза, SWOT-анализа, метод экспертного опроса.

Имеющийся в настоящее время туристский потенциал Забайкальского края позволяет развивать широкий спектр видов туризма. Сфера туризма при успешном развитии может стать одним из ключевых элементов, позволяющих создать условия для достижения стратегических целей развития Забайкальского края, а именно повышения благосостояния населения на основе динамичного и устойчивого экономического роста, обеспечения занятости населения, повышения уровня удовлетворения социальных и духовных потребностей, создания потенциала для будущего развития края.

Библиографический список

1. «Аллея России» Минприроды России объявляет о начале Общероссийской национальной конкурсной программы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mnr.gov.ru/news/detail.php?ID=130955> (дата обращения: 25.09.2018).

2. «Россия 10». Мультимедийный проект-конкурс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.10russia.ru/about> (дата обращения: 25.09.2018).

3. Аблажей, Н. Н. Российско-китайское и российско-казахстанское приграничное сотрудничество: сопоставление подходов и практик / Н. Н. Аблажей, Ю. И. Узбекиова, Е. Б. Лудцева // Природоохранное сотрудничество в трансграничных экологических регионах: Россия – Китай – Монголия. – Чита, 2012. – Ч. 1. – С. 3–10.

4. Аковенко, О. В. Public-private partnerships as one of the areas of tourism development at the federal and regional levels / О. В. Аковенко // Региональная экономика и управление. – 2016. – № 1.

5. Александров, В. А. Русское население Сибири XVII – начала XVIII в. / В. А. Александров. – Москва, 2006. – 274 с.

6. Александрова, А. Ю. Международный туризм: учеб. пособие / А. Ю. Александрова. – Москва: Аспект Пресс, 2001. – 470 с.

7. Амирханов, М. М. Особые экономические зоны и развитие туризма / М. М. Амирханов, Ю. А. Барзыкин, П. П. Чуваткин. – Сочи, 2006. – 154 с.

8. Арсентьева, И. И. Организация сотрудничества Забайкальского края с приграничными территориями КНР (Статья первая) / И. И. Арсентьева // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2011. – № 10. – С. 70–76.

9. Арутюнов, С. А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие / С. А. Арутюнов. – Москва, 2005. – 284 с.

10. Бабаева, З. Ш. Основные аспекты внутренней и международной стабильности развития Китая / З. Ш. Бабаева // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 10. – 35–38 с.

11. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.

12. Балабанов, И. Т. Экономика туризма: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – Москва: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.

13. Балдандоржиев, Ж. Б. Культурно-географические особенности трансграничного позиционирования города (на примере г. Нерчинска Забайкальского края) / Ж. Б. Балдандоржиев, И. А. Горлова, А. Н. Новиков // Гуманитарный вектор. – 2013. – № 34.

14. Бальнеологический санаторий «Ургучан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/baleyskyzab/urguchancht (дата обращения: 23.08.2018).

15. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – Санкт-Петербург: Герда, 2005. – 325 с.

16. Блащенко, В. С. Семь типовых ошибок позиционирования территории (города, района, области, края, республики) / В. С. Блащенко // Городское управление. – 2010. – № 3. – С. 23–27.

17. Булаев, В. М. Этнонациональные особенности формирования населения Восточного Забайкалья. (Социально-географическая интерпретация) / В. М. Булаев. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 1998. – 171 с.

18. В Забайкалье выбрали семь чудес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chudo.zabmedia.ru> (дата обращения: 25.09.2018).

19. Вавилова, Е. В. Основы международного туризма: учеб. пособие / Е. В. Вавилова. – Москва: Гардарики, 2005. – 160 с.

20. Ветитнев, А. М. Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и типологии / А. М. Ветитнев // Вестник СГУТиКД. – 2012. – № 2. – С. 50–56.

21. Ветитнев, А. М. Курортное дело / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. – Москва: КноРус, 2007. – 250 с.

22. Вульф Эрик. Что такое гастрономический туризм? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism> (дата обращения: 10.04.2018).

23. Гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm/vidi-gastroturizma> (дата обращения: 15.05.2018).

24. Гастрономический туризм. Журавлиная родина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.craneland.ru/?page_id=8366 (дата обращения: 25.04.2018).

25. Гладкий, Ю. Н. Гуманитарная география: понятийный статус и институционализация / Ю. Н. Гладкий // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. – 2014. – № 2. – С. 158–164.

26. Голубков, Е. П. Сегментация и позиционирование / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4.

27. ГОСТ Р 53522-2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru/document/1200077638> (дата обращения 27.07.2018).

28. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.docs.cntd.ru/document/1200092284> (дата обращения: 27.07.2018).

29. Государственная программа Забайкальского края «Развитие международной, внешнеэкономической деятельности и туризма в Забайкальском крае (2014–2020 годы)» (утв. постановлением Правительства Забайкальского края от 29.05.2014 г. № 314 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.base.garant.ru/19953892/#friends> (дата обращения: 23.10.2018).

30. Джанджугазова, Е. А. Литературный трактир или национальные особенности трапезы / Е. А. Джанджугазова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – № 3. – С. 97–102.

31. Драчева, Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы / Е. Л. Драчева, Т. Т. Христов // Российские регионы: взгляд в будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-sovremennyye-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 22.07.2018).

32. Дружинин, А. Г. Глобальное позиционирование Юга России: факторы, особенности, стратегии / А. Г. Дружинин. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2009. – 288 с.

33. Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. – Москва: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.

34. Журавлева, Л. Б. Курортное дело с основами курортологии / Л. Б. Журавлева. – Сочи, 2008. – 628 с.

35. Забайкалкрайстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chita.gks.ru> (дата обращения: 17.04.2018).

36. Забайкальский край – туристско-рекреационный потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldtravel-maps.ru/zabajkalskij-kraj-turistsko-rekreacionnyj-potencial> (дата обращения: 27.10.2018).

37. Забайкальский край в цифрах: стат. ежегодник. – Москва, 2017. – 403 с.

38. Закон Забайкальского края «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Забайкальского края» от 18.12.2009 г. № 310-ЗЗК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минкультура.зabayкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.08.2018).

39. Изумрудная вода целебного Ямкуна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.забработчий.рф><http://забработчий.рф/article/68933> (дата обращения: 06.05.2018).

40. История развития туризма и спортивного ориентирования в Забайкалье / сост. В. Г. Васильев, В. Б. Венславский, Г. А. Жукова; отв. ред. М. В. Константинов. – Чита: ЗабГУ, 2015. – 158 с.

41. История традиционной русской кухни. Кулинарный портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kuking.net/11_122.htm (дата обращения: 21.07.2018).

42. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма / В. А. Квартальнов. – Москва: Финансы и статистика, 2005. – 274 с.

43. Ковалева, Д. А. Развитие туризма в России: проблемы и перспективы / Д. А. Ковалева // Внешнеэкономический бюллетень. – 2004. – № 12. – С. 45–52.

44. Козырева, К. С. Уровневый подход к позиционированию территории (на примере Забайкальского края) / К. С. Козырева // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета. Сер. Естественные науки. – 2011. – № 3. – С. 90–94.

45. Козырева, К. С. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во Внутренней Азии / К. С. Козырева, А. Н. Новиков // Перспективы науки. – 2011. – № 8. – С. 10–15.

46. Корсун, О. В. Путеводитель по особо охраняемым природным территориям Верхнеамурского бассейна / О. В. Корсун. – Чита: Экспресс-изд-во, 2008. – 216 с.

47. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма / А. Б. Косолапов. – Москва: КноРус, 2007. – 272 с.

48. Краевая долгосрочная целевая программа «Развитие системы отдыха и оздоровления детей в Забайкальском крае на 2012–2016 годы».

49. Крылова, Е. В. Основы индустрии гостеприимства / Е. В. Крылова, В. В. Лиханова. – Чита: ЗабГУ, 2014. – 189 с.

50. Кулинарный словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.langet.ru/html/g/gurman-gurm6.html> (дата обращения: 10.05.2018).

51. Курорт «Ямаровка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/krasniychikoycht/yamarovkacht (дата обращения: 06.05.2018).

52. Курортно-туристский комплекс как объект управления / под ред. Г. А. Карповой. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2005. – 186 с.

53. Лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/ozdorovitelnyj/59-lechebno-ozdorovitelnyj-turizm> (дата обращения: 11.05.2018).

54. Лиханова, В. В. Гостиничная индустрия Забайкалья / В. В. Лиханова. – Чита: ЗабГУ, 2012. – 120 с.

55. Лиханова, В. В. Лечебно-оздоровительный туризм / В. В. Лиханова // Состояние здоровья: медицинские, социальные и психолого-педагогические аспекты: VII Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Чита: ЗабГУ, 2016. – С. 1150–1156.

56. Лях, О. А. Социально-культурные инновации в экскурсионной деятельности / О. А. Лях, В. В. Лиханова // Учёные записки Забайкальского государственного университета. Сер. Социологические науки. – 2017. – Т. 12, № 3. – С. 160–169.

57. Малая энциклопедия Забайкалья. Природное наследие / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск: Наука, 2009. – 698 с.

58. Михеева, А. С. Географическая концепция социально-экономического развития Байкальского трансграничья / А. С. Михеева, Б. Л. Раднаев // Ученые записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2012. – № 1.

59. Модельный закон «О детском и юношеском туризме» (принят в г. Санкт-Петербурге 04.12.2004 г. Постановлением № 24–12 на 24-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ).

60. Музеи, выставочные залы, галереи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visitchita.ru/ru/places/kultura/muzei.html> (дата обращения: 27.07.2018).

61. Народы России. Атлас культур и религий / отв. ред. А. В. Журавский [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Дизайн. Информация. Картография, 2009. – 320 с.

62. Немеров, В. Ф. Прогулки по старой Чите / В. Ф. Немеров. – Чита: Экспресс-изд-во, 2010. – 332 с.

63. Новиков, А. Н. Гуманитарно-географические формы проявления трансграничной дополнителности / А. Н. Новиков // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. – 2014. – № 2. – С. 165–171.

64. Новиков, А. Н. Философско-географическая идеализация трансграничной организации природы, населения и хозяйства восточного стыка границ России, Монголии и Китая / А. Н. Новиков // Гуманитарный вектор. Сер. Философия. Культурология. – 2015. – № 2. – С. 81–88.

65. Новиков, А. Н. Политико-географическое значение русской православной церкви в укреплении пригранич-

ных территорий России (на примере Забайкальского края) / А. Н. Новиков, К. В. Горина // Перспективы науки. – 2010. – № 8. – С. 12–17.

66. Новиков, А. Н. История изменения экономико-географического положения забайкальского города Нерчинска в дореволюционный период: проблема утраты столичного статуса [Электронный ресурс] / А. Н. Новиков, И. А. Горлова // Науковедение. – 2014. – № 2. – Режим доступа: <http://www.naukovedenie.ru/PDF/47EVN214.pdf> (дата обращения: 22.07.2018).

67. Новиков, А. Н. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во Внутренней Азии / А. Н. Новиков, К. С. Козырева // Перспективы науки. – 2011. – № 23. – С. 10–15.

68. Новиков, А. Н. Приграничная асимметрия как фактор освоения Юго-востока Забайкальского края / А. Н. Новиков, М. С. Новикова // Позиционирование территорий Байкальского региона в условиях трансграничья. – Новосибирск: Наука, 2012. – С. 76–109.

69. Новиков, А. Н. Теоретико-методологические противоречия развития учения об экономико-географическом положении территории / А. Н. Новиков, М. С. Новикова, В. М. Булаев // География в школе. – 2010. – № 3. – С. 30–33.

70. Новиков, А. Н. Региональные особенности приграничного положения юго-восточного Забайкалья / А. Н. Новиков, М. С. Новикова // Учёные записки Казанского государственного университета. Сер. Науки о Земле. – 2008. – Т. 150, кн. 3. – С. 229–241.

71. Новикова, М. С. Экономико-географические особенности освоения юго-восточных районов Забайкальского края / М. С. Новикова. – Новосибирск: Гео, 2014. – 161 с.

72. Окладникова, Е. А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира / Е. А. Окладникова. – Москва: Учитель и ученик: Омега-Л, 2002. – 384 с.

73. Олентуй. Санаторий бальнеологический [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/karymskiycht/olentuycht (дата обращения: 06.05.2018).

74. Особенности маркетинга и продвижения винно-гастрономического туризма [Электронный ресурс] // Кулинарный журнал Джейми Оливера. – Режим доступа: <http://www.jamiemagazine.ru> (дата обращения: 17.03.2018).

75. Отчёт о выполнении Плана реализации государственной программы Забайкальского края «Развитие культуры в Забайкальском крае (2014–2020 годы)» за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минкультура.зabaykalskiykray.rf> (дата обращения: 27.08.2018).

76. Официальный портал Правительства Вологодской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vologda-oblast.ru> (дата обращения: 24.08.2018).

77. Официальный сайт ГУК «Центр охраны и сохранения культурного наследия Забайкальского края» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nasledie-chita.ru/index.html> (дата обращения: 27.07.2018).

78. Официальный сайт Забайкальского краевого краеведческого музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.museums75.ru> (дата обращения: 27.07.2018).

79. Официальный сайт Нерчинского краеведческого музея [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nerchmuz.ru> (дата обращения: 27.07.2018).

80. Официальный сайт образовательных организаций Забайкальского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.забцентр.официальный-вебсайт.rf> (дата обращения: 23.10.2018).

81. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 27.10.2018).

82. Официальный сайт Этнографического музея народов Забайкалья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ethnomuseum03.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

83. Пайн, Б.Дж. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Б.Дж. Пайн, Дж. Х. Гильмор. – Москва, 2005. – С. 524.

84. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: экономика туризма / Г. А. Папирян. – Москва: Финансы и статистика, 2000. – 175 с.

85. Паспорт культурной жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минкультура.забайкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.08.2018).

86. Платное обслуживание населения в Забайкальском крае: стат. сб. – Чита, 2018. – 44 с.

87. Полухина, А. Н. Инновации в туризме: сравнительный аспект концептуальных понятий разработки модели развития туристского потенциала / А. Н. Полухина // Инновационное развитие экономики. – 2015. – № 3. – С. 41–45.

88. Постановление Правительства Забайкальского края от 13.04.2010 г. № 142 «Об утверждении Положения об условиях и порядке оплаты (полной или частичной) стоимости питания детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в детских оздоровительных лагерях с дневным пребыванием детей, стоимости проезда в междугороднем транспорте организованных групп детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, к местам отдыха и обратно и стоимости путёвок для детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, в организации отдыха детей и их оздоровления, включающие питание».

89. Приложение № 1 к государственной программе «Развитие культуры в Забайкальском крае» (в ред. постановления Правительства Забайкальского края от 25.09.2018 г. № 394) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минкультура.забайкальскийкрай.рф> (дата обращения: 30.10.2018).

90. Программа деятельности ГУ ДОД «Забайкальский детско-юношеский центр». – Чита, 2011.

91. Распоряжение Правительства РФ от 05.07.2010 г. № 1120-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года».

92. Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2009 г. № 2094-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года».

93. Региональная кухня Франции. Портал ресторанной жизни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allcafe.ru/readingroom/kitchen/french/407> (дата обращения: 15.10.2018).

94. Реестр туристских ресурсов Забайкальском крае и Агинского бурятского автономного округа. – Чита, 2004. – 364 с.

95. Религиозный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visitchita.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

96. Российский рынок туристских услуг: розничные продажи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/articles/relise/article/1713.html> (дата обращения: 25.10.2018).

97. Рубис, Л. Г. Спортивно-оздоровительный туризм в воспитании молодёжи / Л. Г. Рубис, Т. Ю. Тарасеня, В. К. Шеманаев. – Санкт-Петербург: СПбГУТД, 2010. – 465 с.

98. Русские Сибири: культура, обычаи, обряды. – Новосибирск: Ин-т археологии и этнографии СО РАН, 2006. – 208 с.

99. Санаторий «Молоковка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aquaexpert.ru/spa_san/region75/chitinskiy/molokovkacht (дата обращения: 23.08.2018).

100. Санаторий «Ургучан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chitatravel.ru/balneologicheskij-kurort-urguchan.html> (дата обращения: 23.08.2018).

101. Саяногорская централизованная библиотечная система [Электронный ресурс]. Великий чайный путь: материалы науч.-практ. конф. – Режим доступа: <http://www.libsayan.ru> (дата обращения: 28.04.2018).

102. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn> (дата обращения: 27.07.2018).

103. Сегментация туристского рынка: принципы и особенности: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.web.snauka.ru/issues/2015/10/58628> (дата обращения: 21.10.2018).

104. Селищев, А. М. Забайкальские старообрядцы. Семейские / А. М. Селищев. – Иркутск, 2005. – 370 с.

105. Советы – гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiaopen.com/tips/1966> (дата обращения: 26.04.2018).

106. Титова, М. П. Организация детского и молодёжного туризма: учеб. пособие / М. П. Титова, В. В. Лиханова. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 146 с.

107. Титова, М. П. Организация детско-юношеского туризма в Забайкальском крае / М. П. Титова, В. В. Лиханова // Детско-юношеский туризм: образовательные технологии: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. – С. 207–218.

108. Толковый словарь В. И. Даля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slovardalja.net> (дата обращения: 15.09.2018).

109. Тонкости туризма. Гастрономические туры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tonkosti.ru> (дата обращения: 15.09.2018).

110. Третьякова, Т. Н. Основы курортологии / Т. Н. Третьякова, Н. И. Тарханова. – Челябинск: ЮУрГУ, 2005. – 256 с.

111. Туризм в Забайкалье [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минмвэст.забайкальскийкрай.рф/action/turizm/?p=2&year=2012> (дата обращения: 19.09.2018).

112. Туристско-рекреационный потенциал Забайкальского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.only-maps.ru/turizm-i-otdyx/turistsko-rekreacionnyj-potencial-zabajkalskogo-kрая.html> (дата обращения: 05.05.2018).

113. Угдан – курортная местность (Забайкальский край) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.kurortmag.ru/dictionary/U/Ugdan_kurortnaja_mestnost_\(Zabajkalskij_kraj\)](http://www.kurortmag.ru/dictionary/U/Ugdan_kurortnaja_mestnost_(Zabajkalskij_kraj)) (дата обращения: 06.05.2018).

114. Файловый архив учебных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.net/preview/5879144/page:2> (дата обращения: 07.09.2018).

115. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbsd.gks.ru> (дата обращения: 15.05.2018).

116. Федеральный закон от 23.02.1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.base.garant.ru/10108541/#help> (дата обращения: 05.09.2018).

117. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/1996/12/03/osnovy-turizma-dok.html> (дата обращения: 27.07.2018).

118. Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. Федерального закона от 05.04.2016 г. № 104-ФЗ).

119. Филиал ФГУП ВГТРК ГТРК Чита [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gtrkchita.ru> (дата обращения: 09.09.2018).

120. Халецкая, И. Версаль из пустыря [Электронный ресурс] / И. Халецкая. – Режим доступа: <https://www.chita.ru/tur/95362> (дата обращения: 27.07.2018).

121. Харин, А. В. Развитие санаторно-курортного туризма в системе регионального курортного рекреационного комплекса: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Харин. – Санкт-Петербург, 2005. – 159 с.

122. Христов, Т. Т. Религиозный туризм / Т. Т. Христов. – Москва, 2005. – 259 с.

123. Щербакова, С. А. Международный туризм. Экономика и география / С. А. Щербакова. – Москва: Финансы и статистика, 2007. – 144 с.

124. Энциклопедия Забайкалья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.encycl.chita.ru/encycl> (дата обращения: 28.10.2018).

125. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск: Наука, 2006.
126. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск, 2002. – 419 с.
127. Baklanov, P.Ya. Structural and Geographical Analysis of Cross Border Three Member Areas / P.Ya. Baklanov, A. N. Novikov, A. B. Ptitsyn // *Doklady Earth Sciences*. – 2016. – Vol. 468, part 1. – P. 493–495.
128. Developing Market Segmentation in Tourism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-1283-1/urn_isbn_978-952-61-1283-1.pdf (дата обращения: 26.08.2018).
129. Jacob, L. Territorial thinking and the legal framework in cross-border cooperation: the recent situation and fieldwork results in the western Alps / L. Jacob, A. Suchet // *European Journal of Geography*. – 2013. – Vol. 4, No. 4. – P. 20–32.
130. Japanese Tourism Travel Culture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.docviewer.yandex.ru> (дата обращения: 22.05.2018).
131. Jurczek, P. Cross-border cooperation in the German-Czech-Polish border region at the turn of the century / P. Jurczek // *Journal of Borderlands Studies*. – 2002. – Vol. 17, is. 2. – P. 97–104.
132. Kivela, J. Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination / J. Kivela, J. C. Crotts // *Journal of Hospitality and Tourism Research*. – 2010. – C. 354–377.
133. Knippschild, R. Cross-Border Spatial Planning: Understanding, Designing and Managing Cooperation Processes in the German–Polish–Czech Borderland / R. Knippschild // *European Planning Studies*. – 2011. – Vol. 19, is. 4. – P. 629–645.
134. Leibenath, M. Europeanisation of Cross-border Governance? A Case Study on the Cause, Form and Consequences of a Co-operation Project in the German – Polish – Czech Border Triangle / M. Leibenath // *Space and Polity*. – 2007. – Vol. 11, is. 2. – P. 151–167.

135. Market segmentation by psychographic criteria [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v19n1> (дата обращения: 10.09.2018).

136. Market segmentation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tutorialspoint.com/tourism_management/tourism_management_market_segmentation (дата обращения: 26.09.2018).

137. Sara Dolnicar. Market segmentation in tourism / Sara Dolnicar. – CAB International, Cambridge, 2008. – 150 p.

138. Scott, J. W. Inducing transboundary regionalism in asymmetric situations: The case of the German-Polish Border / J. W. Scott, K. Collins // Journal of Borderlands Studies. – 1997. – Vol. 12, is. 1–2. – Pp. 97–121.

139. Spainis culture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.españaecultura.es> (дата обращения: 15.09.2018).

140. Why food tourism is becoming more important? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hospitalitynet.org> (дата обращения: 18.10.2018).

141. World Food Travel Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldfoodtravel.org> (дата обращения: 15.09.2018).

Сведения об авторах

Батоева Саяна Аюровна,

кандидат исторических наук, доцент кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета. Является автором более 40 научных публикаций и учебно-методических работ, используемых в педагогической практике, в том числе 3 учебных пособий, 3 монографий, 8 публикаций за рубежом.

Сфера научных интересов: иностранные языки (английский, китайский), развитие индустрии туризма и гостеприимства, история развития благотворительности в России, история США.



Козырева Ксения Сергеевна,

кандидат географических наук, доцент кафедры географии, теории и методики обучения географии Забайкальского государственного университета. Осуществляет преподавание учебных дисциплин: «Рекреационная география», «Картографические основы исторических исследований», «Экономическая география зарубежных стран», «География сервиса» и др. Опубликовано более 20 научных и учебно-методических трудов.

Сфера научных интересов – география и туризм. Среди туристских тематик занимается вопросами экономических возможностей населения в сфере туризма, позиционирования территории в туризме, развитие туризма в трансграничных регионах.





Крылова Елена Валерьевна,

кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой социокультурного туризма Забайкальского государственного университета. Имеет свыше 60 научных работ, в том числе методические и учебные пособия по дисциплинам «Основы индустрии гостеприимства», «Музееведение», «Выставочно-ярмарочная деятельность», «Методы научных исследований», «Иностранный язык», «Деловой иностранный язык» и др.

Является пресс-секретарем МАНПО и учёным секретарем ЧитРО МАНПО.

Область научных интересов: оценка условий развития туризма в Забайкальском крае, продвижение туристской территории.



Лиханова Виктория Валерьевна,

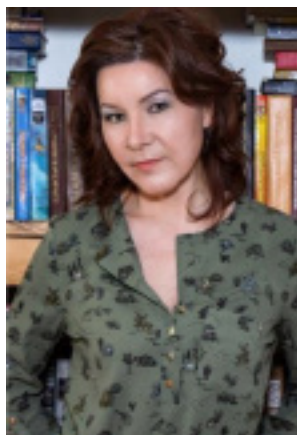
кандидат педагогических наук, доцент кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета. Имеет свыше 70 научных работ, в том числе методические и учебные пособия по дисциплинам «Туристско-рекреационное проектирование», «Туристское ресурсоведение», «Реклама в туризме», «Индустрия гостеприимства», «Безопасность в туризме». Является руководителем магистерской программы «Организация и управление турбизнесом».

Область научных интересов: оценка условий развития туризма в Забайкальском крае, продвижение туристской территории.

Лях Ольга Александровна,

старший преподаватель кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета. Читаемые дисциплины: «Технология и организация экскурсионной деятельности», «Туристские формальности», «Туристские ресурсы Забайкалья», «Практикум по организации турдеятельности», «Иностранный язык в индустрии туризма и гостеприимства» и др. Автор более 10 учебных пособий.

Сфера научных интересов – применение новых информационных технологий в преподавании иностранных языков в высшей школе.



Новиков Александр Николаевич,

доктор географических наук, профессор кафедры географии, теории и методики обучения географии, доцент Забайкальского государственного университета. Осуществляет преподавание учебных дисциплин: «Экономическая география России», «Экономика и технология важнейших отраслей материального производства», «Теория и история географической науки» и др. Научный руководитель магистрантов и аспирантов. Опубликовано более 60 научных и научно-методических работ. Общественная деятельность: член Забайкальских отделений Русского географического общества и Ассоциации российских географов-обществоведов.

Сфера научных интересов – экономическая, социальная, политическая география приграничных и трансграничных территорий; философия географии; педагогика высшей школы (географическое образование).

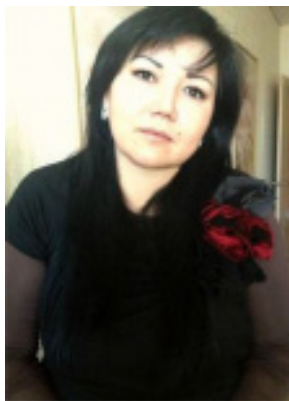




Новикова Мария Сергеевна,

кандидат географических наук, доцент кафедры географии, теории и методики обучения географии Забайкальского государственного университета. Осуществляет преподавание учебных дисциплин: «Актуальные проблемы современной географии», «География Байкальского региона», «История развития географии и географического образования». Автор более 80 учебно-методических и научных работ. Член Забайкальского отделения Русского географического общества и Ассоциации российских географов-обществоведов.

Сфера научных интересов – экономико-географическое, в том числе туристское, освоение приграничных и трансграничных территорий Забайкальского края, а также российско-китайское сотрудничество при решении комплексных проблем освоения.



Пучкова Юлия Леонидовна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры социокультурного туризма Забайкальского государственного университета. Читаемые дисциплины: «Иностранный язык», «Экология туризма», «Международный туризм», «Основы туризма», «Организация транспортного обслуживания в туризме» и др.

Область научных интересов: английский и немецкий язык, рекреация и туризм, индустрия гостеприимства, проблемы высшего и дополнительного профессионального образования. Результаты проведенных научных исследований представлены в учебных пособиях, статьях и монографиях.

Титова Марина Павловна,

кандидат философских наук, доцент кафедры соци-окультурного туризма Забайкальского государственного университета. Опубликовала 69 научных и учебно-методических работ, в том числе 7 учебных пособий, 2 монографии, 3 публикации в журналах, рекомендованных ВАК РФ, 9 публикаций за рубежом: в Польше, Болгарии, Чехии, Украине, Казахстане.

Область научных интересов: философия культуры, культурология и лингвокультурология, английский и французский языки, теория языка.

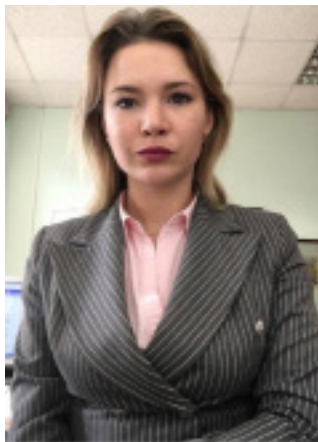


Шувалова Ксения Васильевна,

главный специалист-эксперт управления туризма Министерства международного сотрудничества и внешне-экономических связей Забайкальского края.

В 2018 году успешно закончила аспирантуру Бай-кальского государственного университета, присвоена квалификация «Преподаватель-исследователь». Опубликовала 9 научных и учебно-методических работ, в том числе 3 публикации в журналах, рекомендованных ВАК РФ.

Область научных интересов: туризм, региональная экономика.



Учебное издание

Крылова Елена Валерьевна,
Лиханова Виктория Валерьевна,
Пучкова Юлия Леонидовна и др.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЗАБАЙКАЛЬСКОМ КРАЕ

Редактор В. К. Демиденко
Вёрстка Н. Ю. Добрецкой

Подписано в печать 29.12.2018.
Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Способ печати цифровой.
Усл. печ. л. 16,5. Уч.-изд. л. 12,7.
Заказ № 18225. Тираж 100 экз.
(1-й з-д 1–35 экз.)

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
672039, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30