

Бондаренко Виктория Андреевна,

доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы
ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический универси-
тет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
b14v@yandex.ru



Козлов Алексей Владимирович,

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры международной
торговли и таможенного дела ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный эконо-
мический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону
a_kozlov@yandex.ru

Вопросы привлекательности въездного туризма в Ростовской области на основе культурно-исторического мотива

Аннотация. В статье рассматривается роль культурно-исторического туризма в регионе в современных условиях. Представлены результаты опроса, подкрепляющие выводы авторов.

Ключевые слова: привлекательность, туризма, мотив, культурно-исторический туризм.

Раздел: (04) экономика.

Туристическая составляющая экономического развития традиционно рассмат-
ривается в качестве одного из элементов возможных элементов наращивания по-
тенциала территории, роста интереса к ней со стороны других регионов и госу-
дарств, упрочнения деловых связей. Существует множество подходов к класси-
фикации видов туризма и туристической деятельности. Следует отметить, что в ряде
работ по туристическому бизнесу традиционно существенное внимание уделяется
его культурно-исторической составляющей, которая включается в классификацию
туристической деятельности. Такие авторы, как В. Смит и Н. Крачило, определяют
порядка 6 категорий туризма, в их составе: этнический; культурный; исторический
туризм; экологический; рекреационный; деловой. В свою очередь, Н. Мироненко в
своей классификации отдельно демаркирует культурно-исторический туризм.

Сам культурно-исторический туризм часто рассматривается с точки зрения его
принадлежности и целевого наполнения. Так, в данном аспекте В. Квартальнов от-
мечал, что главная задача историко-культурного туризма состоит в том, чтобы позна-
комиться с достижениями культуры, науки и техники, посетить исторические места и
сооружения. Такой автор как В. Циншен предложил многоуровневую классификацию
туризма, где туристические потребности основного уровня представлены ланд-
шафтным туризмом, туристические потребности второго уровня – повышенного
уровня, направлены на удовлетворение туристами потребностей в развлечениях; а
специальный уровень туристической потребности включает любование памятниками
культуры и т. д.

В ряде учебно-методических работ, характеризующих практические стороны
туристического бизнеса, отмечается, что историко-культурный туризм выступает су-
щественным фактором привлечения в развитии индустрии туризма. Например, в
Италии, среди главных мотивов прибытия в страну 45% иностранных гостей отмеча-

ли её культурно-исторические ценности, 43% – климат, 27% – природу и около 30% – комбинацию всех предыдущих.

Есть и иная точка зрения о том, что культурно-исторический туризм в современных условиях в чистом виде, каким он был и воспринимался ранее, утратил свою былую актуальность, что он не является, по своей сути, массовым явлением. Для уяснения сути данного феномена обоснованным предполагается аналитическое рассмотрение основным мотиваций совершения туристических поездок.

В современных условиях среди шести базовых туристических мотиваций, таких как физические мотивы (отдых в чистом виде), психологические мотивы (желание уйти из привычной среды), межличностная мотивация (интенсификация разнообразных контактов в зоне рекреации), мотивация престижа и статуса и мотивация трудовых отношений, искомый культурный мотив не занимает ключевую позицию.

Это обстоятельство напрямую опосредуется тем, что культурно-исторический туризм в первоначальном виде представлял собой, своего рода, элитарную разновидность туристической мотивации. Ею обладали состоятельные граждане, которые имели длительные внутрисемейные и внутриклассовые культурные традиции, образование и воспитание, в том числе и в части предпочтений по потреблению туристических услуг.

Известно, что сам туризм со второй половины XX в. стал массовым явлением, в потребление туристических услуг вовлеклось большое число людей, что выразилось в удешевлении поездок и расширении слоя потребителей, обладающих другими мотивами для совершения туристических поездок. Это обстоятельство опосредовало формирование и выражение точки зрения, согласно которой не происходило, не имеет места быть и, наверное, не будет прогнозироваться роста обширного слоя туристов с выраженной культурной мотивацией, то есть вовлеченных в массовый культурно-исторический туризм.

Наряду с этим, необходимо понимать, что это не означает отрицания значимости культурно-исторического туризма для ряда государств и территорий, и необходимости повышения культурного уровня населения. Подобное направление представляет определенный интерес, поскольку имеет существенное значение для культурно-исторических памятников мирового масштаба, известность которых широка и неоспорима во всех регионах мира. Тем не менее, не следует ожидать массового интереса к «артефактам» регионального («вторичного») значения и активизации данной составляющей культурно-исторического туризма.

Следует признать, что региональные и областные культурно-исторические аспекты, как правило, намного менее значимы и, следовательно, можно предположить, что они не оказывают такой значимой роли при выборе потенциальным туристом места будущего отдыха. Тем не менее, в ряде принятых региональных программ развития туризма, в том числе и в Ростовской области, преимущественно въездного, гипертрофирована роль культурно-исторического наследия «местного значения», которое подлежит первоочередному финансированию. Это, как правило, представлено в задачах активизации въездного туризма. Такая цель анонсируется и ставится для потенциально возможного увеличения коммерческой отдачи от въездного туризма и пополнения областных бюджетов.

В частности в Ростовской области разрабатывалась и реализовывалась соответствующая программа, включающая задачи совершенствования культурной, туристической и сопутствующей инфраструктуры и проработку совершенствования ряда механизмов для осуществления поставленных задач в регионе на основе имеющихся

ся ресурсов. Программа обеспечена финансовыми ресурсами, представленными различными источниками.

Первично в 2008 – 2010 гг., предполагалось развивать следующие направления туризма, такие как: познавательный (историко-культурный) туризм; водный туризм; экологический туризм природоохранной направленности; сельский, этнографический, событийный туризм; конгрессный туризм; археологический туризм; социальный туризм. Далее, тренд на их становление продолжился, однако крен сместился с въездного зарубежного туризма на въездной инорегиональный, что представляется более реалистичным.

В целях роста привлекательности областного туристического продукта создавался туристский маршрут «Серебряная подкова Дона», включающий в свой состав такие города области, как: г. Таганрог – г. Ростов-на-Дону – г. Новочеркасск – г. Шахты – г. Белую Калитву – г. Каменск-Шахтинский – г. Миллерово – ст. Вёшенскую – г. Морозовск – г. Цимлянск – ст. Романовскую – г. Константиновск – г. Азов.

В последнее время активно продвигаемыми и уже традиционными для Ростовской области стали туристические маршруты и экскурсионные программы, которые связаны с поездками на автобусах и, так или иначе, относящиеся к познавательному виду туризма. Среди них можно отметить следующие: «Столица казачества – Новочеркасск», «Героическое прошлое Азова», «Город у моря» (г. Таганрог), «Южная столица» (г. Ростов-на-Дону), «Жемчужина Дона» и «Сокровища старого города» (ст. Старочеркасская), «Свидетель древности седой», «Тайна древнего города» (Танаис), «Семикаракорский фаянс» и «Фаянс Дона» (г. Семикаракорск), «В гости к донским казакам», «К истокам «Тихого Дона», «Как у нас, да на Тихом Дону!» и другие. Наиболее востребованы экскурсии по южной столице России – Ростову-на-Дону, маршруты в древнюю столицу донского казачества – Старочеркасск и на родину всемирно известных писателей А. П. Чехова – в город Таганрог и М. А. Шолохова – х. Кружилин и ст. Вёшенская.

С целью создания интереса у туристов создавались привлекательные, с точки зрения стороны предложения, туристские продукты, включающие в себя тематическое обустройство мест, типа: «По местам Петра Великого», «Ворота Северного Кавказа», «По старым казачьим станицам», «Дикое поле».

В аспекте развития познавательного туризма у желающих знакомиться с историей края стали осуществляться организационно-инфраструктурные проекты:

- разработка и изготовление карт-схем турмаршрутов «Серебряная подкова Дона»;
- установка тематических указателей к достопримечательностям и музеям, на въездах и улицах в городах и районах, в том числе в хуторе Пухляковском, станицах Раздорской, Кочетовской, Старочеркасской и др.;
- изготовление опознавательного знака «Граница Европы и Азии» и установить его в г. Ростове-на-Дону;
- организация стоянки для туристских экскурсионных автобусов вне дорожно-уличной сети в городах и станицах;
- обустройство остановок для отдыха транзитных туристов и экскурсантов, следующих по федеральной трассе М4 Дон;
- оборудовать стоянки для туристских экскурсионных автобусов в соответствии с санитарными нормами осуществления при въезде в ст. Вёшенскую (где проходят «шолоховские» чтения);
- благоустроить территории, прилежащие к областным музеям и построить гостиницы эконом-класса, а также приобрести экскурсионные транспортные средства.

Согласно обоснованию развития туризма Ростовская область имеет хорошие перспективы в развитии водных его видов, с которыми связывают свой отдых большинство туристов. Здесь некоторым ограничителем является сезонность его осуществления и снижения интереса к речным видам транспорта.

Тем не менее одной из программ водного туризма представляется маршрут «По Дону к Лукоморью», включающий в себя экскурсии по местам Петра Великого, и ознакомление с героическим прошлым донского казачества. В настоящее время услуги водного туризма в Ростовской области предоставляют несколько судоходных пассажирских компаний, осуществляющих деятельность в основном за пределами Ростовской области. Для активизации круизной деятельности на территории Ростовской области необходимо провести реконструкцию причалов и обустройство стоянок, а также создать комфортные условия, позволяющие до некоторой степени преодолеть сезонность оказания данных услуг.

Можно предположить, что само развитие пассажирского судоходства позволит не только увеличить поток туристов на внутренних маршрутах, привлечь значительное число туристов из российских регионов и способствовать решению социальных задач по возрождению пассажирских перевозок на местных линиях водных маршрутов, что особенно актуально для жителей населенных пунктов, проживающих на прибрежных территориях.

В Ростовской области проживают донские казаки, представляющие собой особый этнос в населении России. В этой связи в программах пребывания туристов в Ростовской области сочетаются, преимущественно, два вида туризма, которые весьма популярны сейчас у потребителей турпродукта зарубежных туроператоров – сельский и этнографический туризм. Применительно к Ростовской области под сельским туризмом понимается пребывание туристов на территории сельского поселения, где у них имеется возможность по желанию заняться сельскохозяйственной деятельностью (без оплаты) в соответствии с их интересами.

Кроме того, в Ростовской области находятся два этнографических музея-заповедника в станицах Раздорская и Старочеркасская, эти сельские поселения можно рассматривать в качестве базовых пунктов в приеме туристов, размещение которых возможно по типу пребывания в казачьих усадьбах.

Следует отметить, что Ростовская область в этом отношении не является исключением. Так, в реализуемых из года в год областных программах развития туризма предусматривается активная организация и проведение различных событийных мероприятий – фольклорных и этнографических праздников на основе культурно-исторического наследия области.

В этом контексте, обращает на себя внимание большой удельный вес демонстрационного представления фрагментов казачьего быта, казачьей истории в контексте посещения артефактов последней, а также попытки реанимации казачьей субкультуры в виде различных фестивалей казачьих песен, конкурсов «молодых казачек и казаков» и т. д. При этом широко используется эффект узнаваемости – названия клубов и домов отдыха аналогично литературным и кинематографическим источникам, преимущественно, это относится к «Тихому Дону» М. Шолохова или иным элементам ассоциаций с казачьим бытом.

Подобная практика во многом представляется оправданной, но имеются определенные сомнения в ее эффективности и значимости таких мероприятий для современных россиян и потенциальных туристов из других стран. Так, известно, что в сознании большинства населения земного шара есть некий список «перворанговых» культурных объектов и культурного наследия, и стереотипов поведения и отношения

к ним. Имеется ввиду необходимость их посещения, хотя бы раз в жизни, что бы считаться культурным и осведомленным человеком.

Первые строки в этом своеобразном табеле о рангах различных культурных объектов занимают, например, великие пирамиды Египта, Лондонский Тауэр, Эскуриал, Лувр, древнегреческие храмы, пирамиды майя и т. д. Представляется вполне очевидным, что на их фоне артефакты, характеризующие эпизоды из истории казачества, занимают скромное место и не слишком широко известны в мире за пределами России.

Ранее, кроме того мы отмечали, что имеет место быть общее сокращение туристов, путешествующих с целью удовлетворения культурных потребностей, движимых культурной мотивацией. Определенное значение имеет также фактор обрыва традиций в советский период жизни общества, когда казачество признавали реакционным и антиреволюционным слоем населения, подвергали репрессиям.

Дополнительной причиной снижения интереса к указанным историческим артефактам является утрата самой экономической основы существования казачества и, по существу, исчезновение носителей данного образа жизни и данной культуры. В настоящее время людей, одетых в традиционные казачьи костюмы воспринимают в качестве актеров и не относятся к этому серьезно. Логично предположить, что подобные настроения распространены в обществе и они снижают возможности использования исторического подтекста для привлечения экономически значимых объемов приезжающих туристов в Ростовскую область.

Осознание данных фактов и анализ приведенных выше аргументов предопределили целесообразность выяснения востребованности народно-фолклерного жанра (шолоховские фестивали, азовское сидение, казачьи игрища и т. д.) среди потенциальных потребителей регионального туристического продукта. С этой целью было проведено два опроса.

Во время одного из них опросили студенческую аудиторию, во время второго опрашивали гуляющих в районе Турецкого вала г. Азова Ростовской области прохожих в возрасте от 30 лет и старше. В ходе проводимых опросов выясняли известность для респондентов исторических эпизодов из жизни донского казачества, сюжета книги и фильма «Тихий Дон», популярности проводимых в Ростовской области фестивалей казачьих песен и танцев и ассоциативных цепочек, возникающих в сознании опрашиваемых при прочтении ими названий типа «Мелехов», «Курень», «Казачий хутор».

Нам представлялось, что в среде ростовских студентов наиболее широко представлены возможные интерес и знания казачьей истории и культуры. Соответственно, молодежная аудитория из других областей России и других стран, в том числе государств СНГ, в целом, будет в меньшей степени ознакомлена и заинтересована в указанных вопросах.

Такие предположения были по отношению к степени осведомленности у более старшей аудитории. Интервьюировано было 300 студентов и 100 человек из числа прохожих, гуляющих на Турецком валу г. Азова. В процессе данной направленной беседы-опроса задавались следующие вопросы:

- что Вы думаете, когда видите людей в казачьей форме с орденами давно ушедшей эпохи? (это энтузиасты военно-исторического движения, пропагандисты казачьего образа жизни, приспособленцы, праздношатающиеся);
- что Вы испытываете, когда слышите хор, исполняющий казачьи песни (удовольствие, делаю вид, что мне интересно, если я не один, не слушаю вообще, испытываю раздражение);
- что Вы испытываете, когда видите казачьи танцы и хороводы (большое удовольствие, фальшивый интерес, раздражение, никогда не смотрю, незамедлительно ухожу);

– смотрели ли Вы фильм «Тихий Дон» и Ваши впечатления от просмотра (смотрел, не смотрел, понравилось, не произвело впечатления, скучно, устарело, ушел с просмотра);

– Ваши впечатления о книге «Тихий Дон» (читал с удовольствием, не читал, но помню по школьной программе из пересказа учителя, пытался читать и бросил из-за скуки, не интересно, устарело); какие у Вас возникают ассоциации, когда Вы слышите «Мелехов», «Курень», «Казачий хутор».

В результате, по итогу опроса и усреднению полученных данных мы пришли к выводу, что у 20% студенческой аудитории возникают ассоциации, связанные с литературным и кинопроизведением. Все остальные респонденты из этой группы не ощущают подобной ассоциативной связи, их ассоциативные цепочки демонстрируют стремление к релаксации в ресторане, клубе, с употреблением алкоголя. Из числа респондентов возраста 30 лет и старше до 40% опрошенных не связывают слова «Казачий хутор» с казачьей субкультурой и литературным произведением.

Интересно, что даже в Ростовской области, где пропаганде казачьей культуры, творчества М. Шолохова и связанных с ним творческих фестивалей придается большое значение, что выражается в значительных организаторских усилиях и в значительных финансовых затратах, интерес к данным вопросам у населения нельзя назвать экономически значимым у жителей, а соответственно, и у потенциальных гостей Ростовской области в возрасте от 30 лет и старше. В молодежной среде указанный интерес оказался еще ниже. Это вызывает определенные опасения относительно того, что, попытка использования артефактов казачьей жизни при утрате интереса к ним у большинства населения представляется недостаточно целесообразной с экономической точки зрения в настоящий момент и еще менее целесообразной в среднесрочном периоде.

Тем не менее, мы не отрицаем, что сегментом потенциальных туристов могут стать энтузиасты фольклорных и народных фестивалей, но данный слой не является большим, а значит экономически привлекательным в значительной степени.

Резюмируя, отметим, что, несмотря на подобные выводы, пренебрегать развитием культурно-исторического туризма в регионе не следует. Необходимо в большей степени заниматься просветительской и ознакомительной работой. Развивать привлечение специализированных коллективов, поскольку их присутствие обеспечивает наличие определенного уровня культурно-исторических услуг, которые далее сказываются положительно на общем имидже областного туризма.

Список литературы

1. Smith V. Hosts and Guests / University of Pennsylvania Press. – Philadelphia, 1977.
2. Крачило Н. Г. География туризма. – К.: Виша школа, 1987. – 208 с.
3. Мироненко Н. С. Рекреационная география, – М.: Изд. Московского университета, – 1981. – 207 с.
4. Квартальнов В. А. Туризм: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с.
5. Циншен В. Историко-культурный туризм и развитие туристических городов // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 35. – С. 11–15.
6. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
7. Федько В., Бондаренко В. Базовые аспекты маркетинга в туризме // Практический маркетинг. – 2005. – № 5(99). – С. 6–8.
8. Бондаренко В. Сценарные прогнозы развития туризма: маркетинговый аспект // Практический маркетинг. – 2006. – № 3(109). – С. 2–9.
9. Электронный источник. – URL: <http://www.donland.ru>.

Victoria Bondarenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor of Marketing and advertising, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

b14v@yandex.ru

Aleksey Kozlov,

Candidate of economic Sciences, lecture of the Department of International trade and customs, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don

a_kozlov@yandex.ru

Questions the attractiveness of tourism in the Rostov region on the basis of cultural-historical motif

Abstract. The article presents the role of cultural and historical tourism in the region in modern conditions. The article also presents the results of the survey underpinning the authors' conclusions.

Key words: attractiveness, tourism, motive, cultural-historical tourism.

Рекомендовано к публикации:

Некрасовой Г. Н., доктором педагогических наук, членом редакционной коллегии журнала «Концепт»



9 772304 120159

www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	29.04.15	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	02.05.15
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	02.05.15	Опубликована <i>Published</i>	02.07.15

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015

© Бондаренко В. А., Козлов А. В., 2015