

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА
РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ТУРИНДУСТРИИ**

**ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные
исследования**

**ТРУДЫ
V МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

**МГУ имени М. В. Ломоносова
Географический факультет
Москва, 28–29 апреля 2010 г.**

**Санкт-Петербург
Д.А.Р.К.
2010**

Бутузов А. Г. Этнокультурный туризм в России: теоретические и практические аспекты изучения	335
Дедусенко Е. А. Конкурентоспособность туристского комплекса России: проблемы и перспективы	341
Дунец А. Н. Пространственная организация и планирование туристско-рекреационных систем	343
Жданова А. М. Зависимость распределения ресторанов быстрого питания Макдоналдс от выбора целевой аудитории	350
Иванова Е. В. Самостоятельный туризм – тенденция или необходимость?	352
Казенина Т. В. Международный выездной туризм: объективный показатель качества жизни населения (на примере Кировской области)	356
Карпова Г. А., Максарова Е. М., Белоногов А. Г. Безопасность туризма как социо-эколого-экономической системы	360
Киселева С. В., Нефедова Л. В., Рафикова Ю. Ю. Оценка перспектив энергообеспечения с использованием возобновляемых источников энергии в ООПТ разного уровня для развития экологического туризма	
Коль О. Д. Инфраструктура продвижения как важнейший фактор повышения эффективности использования туристского потенциала крупного города	
Кучинов П. А. Туризм в Эквадоре: достоинства и актуальные проблемы	
Лайко М. Ю., Семкина Н. С. Проблемы и перспективы реструктуризации экономики моногородов России на основе использования туристско-рекреационного потенциала	
Иванов В. В. Комплексная социально-экономическая оценка предпосылок развития гостиничной индустрии в регионах Российской Федерации	

3. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
4. Портер М. М. Конкуренция / М. М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 486 с.
5. Худеньких Ю. А. Пермский туризм: территориальная организация и региональное развитие / Ю. А. Худеньких. – Пермь: Перм. ун-т, 2006. – 191 с.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ

А. Г. Бутузов, доцент Российского Государственного университета туризма и сервиса, кандидат географических наук, г. Королев; sarmatant@inbox.ru

Обращение к проблематике этнокультурного туризма обусловлено комплексом факторов, среди которых особого внимания заслуживает глобальная тенденция к усилению интереса рынка путешествий к этнокультурной сфере. В России, общепризнанно обладающей богатыми, разнообразными и во многом уникальными этнокультурными ресурсами, коммерческая, организованная форма указанного вида туризма на современном этапе демонстрирует очевидные признаки оживления. Это вселяет оптимизм относительно перспектив развития отечественного этнокультурного туризма, если не в ближайшем, то в отдаленном будущем.

В Российской Федерации проблема существенных, или, точнее, кричащих диспропорций в объемах и структуре внутреннего и особенно въездного туризма уже довольно давно приобрела хронический характер. В целом ряде регионов сообщество профессиональных туристских организаторов и их контрагентов, деловыми кругами, туристскими администрациями различных уровней предприняты совместные шаги для продвижения собственных территорий и конкретных туристских продуктов. На территориях с исходно низким уровнем развития и доходности коммерческого туризма обращение к инновационным формам, в частности, к этнокультурно ориентированным проектам, может заметно стимулировать туристскую индустрию в целом.

Не исключено, что именно этнокультурным и комбинированным (со значительным этнокультурным элементом) турам и программам суждено в скором времени стать катализатором экономического развития некоторых депрессивных территорий. По крайней мере, в ряде российских регионов этнокультурный туризм, или отдельные его подвиды, уже стали визитной карточкой туристской индустрии и даже больше – позволили несколько улучшить деловую репутацию территорий. Едва ли не каждое сколько-нибудь заметное деловое мероприятие в современной России не обходится без приглашения фольклорных коллективов, экспозиций народного быта, традиционных занятий и т.п.

В кристаллизованном виде внутренний социокультурный туризм в России не отличился к настоящему времени сколько-нибудь заметного развития. Сказавшимся в какой-то мере справедливо не только в отношении коммерческого, но и самодеятельного туризма. Но есть основания предполагать, что ситуация уже в обозримом будущем несколько изменится. В начале третьего тысячелетия в структуре городского туризма России произошёл кардинальный сдвиг, а именно, впервые среди горожан появились те, кто возобладали городские уроженцы второго и третьего, а не первого и второго поколений. У первых генераций горожан-потомков сельских выходцев наблюдается наличие в организованном социокультурном туризме в сельскую местность, связанное с наличием достаточно прочных связей с местами исхода, или происхождения родителей, либо негативным личным опытом проживания в сельской среде. Так или иначе, но агротуризм, по своей мотивации во многом сходный с социокультурным туризмом в сельскую местность, принято считать самым экономически перспективным видом отечественного туризма ближайших десятилетий.

На этом фоне выглядят весьма скромными перспективы внутреннего туризма с целью приобщения к современному городскому образу жизни. Неблагоприятный социально-психологический климат, в частности, напряжённое состояние социальных и межэтнических отношений, в российских мегаполисах – Москве и Санкт-Петербурге, – в подавляющем большинстве городов-миллионеров и крупнейших (свыше 0,5 млн жителей) городских центров ставят под сомнение возможность успешного продвижения на национальном рынке соответствующих туров и программ. Показательно, что Москва в рейтинге мировых городов по привлекательности для иностранных визитеров, по итогам проведенного в 2008 г. исследования, заняла всего лишь 35-ое место, чуть опередив Мумбаи (Бомбей).

Антропологический туризм, предполагающий изучение культур минувших эпох, обладает огромным преимуществом перед другими разновидностями этнокультурного туризма – поистине неисчерпаемым ресурсным потенциалом. Казалось бы, реконструкция культурного комплекса исчезнувших этнических общностей требует гораздо больших финансовых затрат, нежели скромное участие в поддержании этнокультурного производства многих существующих самобытных сообществ, задействованных, например, в этнографическом или ностальгическом туризме. Кроме того, степень достоверности ревитализации культурных феноменов, причисляемых к достижениям исчезнувших этнических групп, нередко не выдерживает строгой научной критики. Но, как это ни парадоксально, скупость, или даже полное отсутствие подтвержденных источников о группе, существовавшей, например, в эпоху энеолита в Болгарии, или в период Среднего царства в Древнем Египте, нисколько не препятствуют развитию ретротуризма, а скорее, наоборот. Дефицит проверенных сведений создает идеальные условия для полета фантазии и может быть компенсирован умелым использованием объектов аттракции и анимации. Классический пример из отечественной деятельности – содержательная сторона экспозиции музея «Нечистой силы» в славянском городе Угличе (Ярославская область).

Гипотетически, едва ли не каждая обитаемая в прошлом территория, любого экономического ранга – от макрорегиона до конкретной местности, – с развитой туристской инфраструктурой, эффективным продвижением и благоприятной конъюнктурой рынка, может стать «полигоном» для беспрестанного создания и реализации все новых и новых турпродуктов.

Полагаем, представленная классификация в какой-то мере поможет решению практических вопросов, стоящих перед профессиональными организаторами в процессе формирования и позиционирования туристских продуктов этнокультурной направленности.