

**Сидоров Иван Вадимович**

преподаватель

Колледж СП ФГБОУ ВО «Гжельский государственный университет»

п. Электроизолятор, Московская область

## **ЖИВОТНОВОДСТВО КАК ИСТОЧНИК ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ЗООТЕХНИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗВЕРОВОДСТВА И КРОЛИКОВОДСТВА)**

*Аннотация:* в статье рассматриваются познавательное зоотехническое направление агротуризма, преимущества его организации на предприятиях звероводства и кролиководства, а также возможное содержание конкретных инновационных туристских продуктов, связанных со звероводством. Показана правомерность и необходимость рассмотрения таких продуктов, как особого вида продукции отдельного вида животноводства, нетоварного по экономической и физической сущности.

*Ключевые слова:* агротуризм, сельский туризм, агротуристские ресурсы, туристские продукты, инновации в туризме.

Урбанизация и другие тенденции современной жизни, увеличивающие техногенную и социальную нагрузку на человека, а также повышение доступности традиционных туристических услуг, в известной мере породившее эффект насыщения и, как следствие, отток части клиентуры, желающей получить принципиально новые впечатления и эмоции, путешествия, послужили причинами возникновения не просто качественно иных туристских продуктов, но на их основе – инновационных отраслей туризма. Одной из таких отраслей является агротуризм.

Источник его возникновения – стремление городского человека отдохнуть от суеты привычной среды, вернувшись к истокам. Агротуризм играет большое значение и как познавательный вид отдыха, поскольку среди молодежи городов порой нет понимания того, как и откуда берется пища и другие блага, а также – что наиболее важно – уважения к создающему их творчеству природы и труду

человека. Выручает он и село, предоставляя его жителям альтернативную занятость или источник существенного дополнительного дохода.

Обзорные исследования показывают, что на сегодняшний день внимание к рынку услуг сельского туризма растет [4]. В развитых странах мира он является сферой обращения сотен туристов и сотен тысяч долларов. Хотя это несопоставимо с традиционными направлениями (пляжный туризм, культурно-экскурсионные программы), налицо также рентабельность и перспективность освоения указанного рынка. Актуально это и для России [3], традиционно являющейся страной, во-первых, аграрной и, во-вторых, исключительно разнообразной по природным условиям. Кроме того, отмеченное выше благотворное влияние агротуризма на занятость сельского населения, убеждены, может спасти не одну русскую деревню от гибели и обращения в новые «социальные Чернобыли», а также улучшить культуру быта на селе.

Впрочем, поскольку сельскохозяйственное производство состоит не только из крестьянских хозяйств, но и из механизированных животноводческих комплексов, размещаемых как в селах, так и пригородах крупных агломераций, практика подсказывает еще одно направление агротуризма. Мы охарактеризовали бы его как «познавательное зоотехническое», т. е. объединяющее такие путешествия и экскурсии, цель которых в первую очередь – познакомить людей с важнейшей отраслью агропромышленного комплекса (животноводство), предоставить также возможность общения с представителями живой природы, хотя и в несколько усеченном варианте, и, наконец, формировать экологическую культуру и уважение к труду аграриев.

Безусловно, не всякое хозяйство годится для туристского освоения. Для этого не подойдет не только отсталая ферма с низкой культурой труда и гигиены, но даже и не всякое передовое, хотя бы лишь потому, что для проведения туристских акций необходим ряд особых обустройств территории по результатам туристского проектирования, при этом внесенные изменения не должны никак препятствовать технологическому процессу. Эстетические соображения также могут накладывать ограничения – в частности, отраслевые.

В обоих отношениях – и простоты особых переустройств, и эстетических показателей – на наш взгляд, оптимальны предприятия зверо- и кролиководческие.

Во-первых, им есть что показать. Пушные звери – давнее богатство России, не говоря об их эстетической ценности просто как симпатичных внешне животных. Соответственно, существует определенный простор в выборе тематик туристских акций, объектов показа и организации экспозиций. Кролиководство же, хотя и не имеет столь же богатой исторической сюжетности, как звероводство, может, на наш взгляд, хорошо подойти для нужд детско-юношеского туризма. Милые пушистые зверьки, растиражированные в массовой культуре как персонажи мультфильмов или образы популярных брендов, несомненно, будут по сердцу ребятам всех возрастов. Более того, такое знакомство может быть и в рамках зоотерапии, что является в науке сегодня предметом отдельного рассмотрения [1, с. 5]. Как уже говорилось ранее, знакомство с природой служит не только целям отдыха, но и воспитательным задачам.

Сообразно этому, очевидно, существует и ряд ограничений. Туристами движут разные цели и ожидания, естественна и неоднородность их личных взглядов на использование животных человеком, включая их убийство. Поэтому при формировании конкретного продукта и его продаже турагенту или туроператору надлежит интересоваться целями посещения и возрастом клиентов. Ведь другое ограничение в обоснованиях, полагаем, не нуждается – детская аудитория ни при каких обстоятельствах не должна столкнуться в ходе реализации турпродукта с любым упоминанием или видом убийства животных. Это также нужно учесть при туристском проектировании.

Туры на кроличьи фермы и звероводческие предприятия сегодня уже предлагаются и в России [6], и за её пределами [7]. В их состав чаще всего входят экскурсия по производству, контакт с животными (реже), а также дегустация продукции. Рассмотрим некоторые другие возможные пути в избранном направлении (таблица 1).

Таблица 1

Возможное содержание конкретных инновационных туристских продуктов, связанных со звероводством, в связи с их основными параметрами

Целевая аудитория	Назначение	Событийная сторона (тематика)	Обустройства
Дети 5–8 лет	Познавательное	«Как живет зверек?», «В гостях у...», «Как и зачем люди разводят животных»	Наличие отапливаемого и удобного лекционного помещения (класса)
Дети 8–12 лет	Расширение кругозора Закрепление школьных знаний	«Как и зачем люди разводят животных», «Исторические традиции русского звероводства», «Особенности конкретного вида»	Макеты, плакаты и другие наглядные пособия Обеспечение удобства осмотра мест обитания животных
Дети 12–14 лет	То же	«Особенности конкретного вида»	Туалет для посетителей
Подростки 14–18 лет	То же + профориентация	То же + «Профессии сельского хозяйства», «Зооинженер – профессия будущего», «Что дает народному хозяйству (человеку) звероводство/ конкретный вид»	Сувенирная лавка
18 лет и старше	Познавательное, расширение кругозора, первичное знакомство с потенциальным бизнесом для кандидатов в фермеры	«Как и зачем люди разводят животных», «Исторические традиции русского звероводства», «Особенности конкретного вида», «Что дает народному хозяйству звероводство/человеку – конкретный вид». Программа обогащается дегустацией продукции	То же + оборудованное по санитарным нормам помещение для дегустации.
Зоотерапия (все возрастные категории)	Общение человека с природой	Аналогичная событийная сторона или специально организованная программа, ориентированная на конкретного потребителя	Обеспечение возможности контакта с животными

Отметим, что путем такого туризма отчасти решается и вопрос рекламы предприятия. Для посетителей необходимо заготовить сувенирную продукцию,

в т.ч. с брендом компании. При этом в вопросе цены лучше полагаться на эффект масштаба, нежели на её взвинчивание – так, на наш взгляд, подготовить множество недорогих значков, магнитов, брошюр, брелоков и прочих мелких сувениров более правильно, нежели предлагать потребителю сверхдорогие предметы небольшого выбора, что лишь отталкивает клиента и портит его впечатление о путешествии.

Таким образом, на основе чисто производственной и чисто товарной по сущности отрасли, традиционно только в этом ключе и определяемой, через туристское использование объектов животноводства генерируется новый вид продукции – впечатления, эмоции и т. п., что и свойственно туристическим услугам и продуктам [2, с. 257]. Следовательно, наряду с т.н. «товарной продукцией звероводства» [5, с. 12] или кролиководства правомерно говорить о «нетоварной», основываясь при этом не на учетно-финансовом или экономическом смысле, а на нетоварной сущности возникающих благ, которые, тем не менее, служат предметом экономических отношений и приносят реальные, «живые» деньги. Нетоварная продукция звероводства и кролиководства, имеющая место при их туристском освоении, на наш взгляд, заслуживает дальнейшего изучения как особый феномен.

В любом случае, на основе рассмотренного выше ясно, что использование туризмом тех возможностей, которые генерируются животноводством в процессе производства, представляет собой комплексную проблему, охватывающую большое количество научных вопросов, а на практике – ощутимых затрат разного рода. Тем не менее, реальность на сегодня такова, что эти расходы вполне реально обратить в доходы и ощутимый социально-экономический эффект, что делает необходимым детальную проработку указанной проблемы специалистами разных наук – и аграриями, и учеными в сфере туризма – в тесном сотрудничестве.

### *Список литературы*

1. Гунина Ю.Г Анималотерапия в работе с пожилыми людьми в стационарных условиях (на базе Пансионата для ветеранов труда №31) / Ю.Г. Гунина,

О.В. Архипова // Методическое объединение психологов системы социальной защиты населения города Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mop-szn.myl.ru/PVT31/animaloterapija\\_metodichka.pdf](http://mop-szn.myl.ru/PVT31/animaloterapija_metodichka.pdf) (дата обращения: 28.12.2016).

2. Долженко Г.П. Основы туризма: Учебное пособие / Г.П. Долженко. – Ростов н/Д: Феникс; М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2009. – 320 с.

3. Лыжин Д.Н. Агротуризм как основа устойчивого развития сельской местности // РИСИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riss.ru/analytics/4919> (дата обращения: 06.01.2017).

4. Обзор российского рынка аграрного туризма // Система межрегиональных маркетинговых центров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.marketcenter.ru/content/document\\_r\\_51ab9d77-186d-4823-85cf-bbad1b502c20.html](http://www.marketcenter.ru/content/document_r_51ab9d77-186d-4823-85cf-bbad1b502c20.html) (дата обращения: 06.01.2017).

5. Тинаев Н.И. Разведение пушных зверей / Н.И. Тинаев. – М.: Астрель: АСТ, 2005. – 288 с.

6. Экскурсия для школьников на звероферму // Классный тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://klassniytur.ru/excursion/ekskursiya-dlya-shkolnikov-na-zverofermu> (дата обращения: 28.12.2016).

7. Экстремальный туризм в Молдове. Экскурсия на кроличью ферму // Мой мир в фотографиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moimir.org/ekstremalnyj-turizm-v-moldove-ekskursiya-na-krolichyu-fermu> (дата обращения: 28.12.2016).