

# ЭТНИЧЕСКИЙ ЗАПРОС НА КУБАНИ ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ОБЪЕКТОВ ЭТНОТУРИЗМА. ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ПОКА ОН НЕ ОФОРМИЛСЯ В ОТДЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ И ИМЕЕТ НИЗКУЮ МАРЖИНАЛЬНОСТЬ, ХОТЯ ЕГО СОЦИАЛЬНУЮ ЗНАЧИМОСТЬ ТРУДНО ПЕРЕОЦЕНИТЬ. ЕЛЕНА РЫЖКОВА

**СПРОС НА ЭТНОПРОДУКТ** В настоящее время в регионе функционирует 67 этнографических объектов. Этнографический комплекс «Атамань», «Казачье подворье», этнографический музей «Традиционные народные ремесла Кубани», Детская школа искусств народных декоративно-прикладных и казачьих ремесел Кубани, музей Абинского района «Казачье подворье», «Казачий Остров», этнический центр «Кубанский хутор», «Вольница», этнический центр «Черкесский аул», «Баракаевские умельцы», «Амшенский двор», культурно этнографический комплекс «Моя Россия» и другие.

Как правило, к классическим примерам этнографического туризма относят археологические памятники с выраженными этническими признаками, культовые и архитектурные сооружения и комплексы, созданные этническими группами в процессе проживания в каком-то месте, в том числе объекты, создаваемые несколькими этносами. Также архитектурные памятники, воплощающие традиции того или иного этноса и связанные с определенным этапом в развитии этноса, традиционные этнические захоронения, кладбища, памятники на могилах, некрополи, созданные в соответствии с национальными традициями. Музеи национальных культур, выставки предметов этнических культур. Традиционные жилища и хозяйственные постройки, характерные для разных народов, часто с представлением традиционного убранства дома, инструментов для осуществления хозяйственной деятельности. Целые села или города, сохранившие планировку, строения, организацию жизни, характерную для какого-либо народа. Отдельные объекты быта и традиционной культуры этноса, места, где проводятся фестивали и праздники национальных культур. Во время этих мероприятий возрождаются традиции народных обрядов, демонстрируются национальные костюмы.

Краснодарский край наряду с такими регионами, как Чукотка и Алтай, пользуется популярностью, так как долгие годы играл роль своеобразного этнического котла. На сегодняшний день на территории Краснодарского края проживают представители более ста народов и национальностей. Самые многочисленные — русские, армяне, адыги, украинцы, греки, евреи, молдаване, крымские татары и грузины. Каждый народ хранит свои традиции, обычаи и культуру, но в обычных условиях близко познакомиться с ними бывает непросто. Однако в последнее время, благодаря развитию этнотуризма, у всех желающих появилась возможность как познакомиться ближе со своей национальной культурой, так и погрузиться в традиции других народов Кубани.

Данный вид отдыха подразумевает проживание туристов в традиционном жилище в условиях, приближенных к быту народов юга России, включая мебель, кухонную утварь и национальную одежду. Питание отдыхающих осуществляется преимущественно продуктами, свойственными данному этносу. Каждый желающий может принять участие в традиционных праздниках и обрядах, попробовать блюда национальной кухни и приобрести в качестве сувениров предметы традиционного быта.

Вместе с обзором местных достопримечательностей, знакомством с национальными традициями предлагаются занятия ремеслами, пешие или конные прогулки, оздоровительные мероприятия, рыбалка, общение с домашним скотом. Все это создает атмосферу самобытности. «В целом мно-



ФОТО: МАКСИМ КОИРЕВ

**КУБАНЬ, ЯВЛЯЯСЬ МЕСТОМ МНОГИХ ЭТНИЧЕСКИХ ЦИВИЛИЗАЦИЙ И НАРОДНОСТЕЙ, ПРЕДСТАВЛЯЕТ НЕСОМНЕННЫЙ ИНТЕРЕС КАК ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ, ТАК И ДЛЯ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ**

жество фермерских хозяйств на Кубани наряду с основной деятельностью предоставляют на своей территории услуги этнотуризма — они организуют аутентичное жилье, досуг, позволяют познакомиться с животными и огородом. Правда, чтобы получился по-настоящему этнотуристический бизнес, клиентам предлагают что-то отличающее его от просто сельского туризма, а именно этническую составляющую. В рамках такой туристической поездки туристов знакомят с национальными ремеслами, показывают исторические костюмы. Мужчин часто развлекают охотой и рыбалкой, но без применения современных снастей или оптических прицелов — только при помощи старинных приспособлений, которыми пользовались в древности в данной местности. Развитие этнокультурного направления туризма осуществляется разными темпами. Во многом его текущее состояние определяется этнокультурным потенциалом региона, насыщенностью и материально-техническим состоянием объектов туристской инфраструктуры, а также позицией и активностью населения и органов власти», — говорит гендиректор консалтинговой компании «Советник» Максим Орешин.

Гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин говорит, что, хотя интерес у туристов к этнотуризму высок, пока он не оформился в отдельное направление внутреннего туризма. «Он скорее

является лишь частью отдыха. То есть это даже не туризм, а просто экскурсионный маршрут при поездке на море. Например, покупая путевку на две недели в Анапу, турист с удовольствием съездит на один день в «Атамань» или Абрау-Дюрсо, но не более того», — говорит господин Ромашкин.

Слова аналитика подтверждает владелец такого бизнеса Артем Синицкий. «В Горячелуковском районе у меня небольшая база отдыха. Домики стилизованы под казачьи хаты, имеется утварь, животные. Инвестиции были для меня очень большими — около 5 млн руб. Люди приезжают, им нравится, но приезжают на день-два летом, в межсезонье и зимой — на выходные. Приходится что-то придумывать: предлагаем свой мед, домашнее вино, жарим шашлык, возим на рыбалку, разрабатываем экскурсионные верховые маршруты. Но больших денег на этом не заработаешь», — рассказал господин Синицкий.

## РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПОКА НА НУЛЕ

При всей растущей популярности этнотуризма направление это не относится к высокорентабельному бизнесу. По словам господина Максима Орешина, сделать его доходным достаточно сложно. «Если не говорить о тех проектах или музейных комплексах, которые находятся на балансе государства, то прибыльность у этнопроектов по определению не может быть высокой.

Во-первых, этот бизнес, как и большинство других туристических проектов, относится к сезонным. Во-вторых, люди действительно не поедут в «Атамань» на две недели. В отпуск они поедут на море, а сюда заедут на полдня», — говорит эксперт.

По его словам, все экскурсионные проекты такого рода — это скорее «побочный» бизнес. Вообще, среди частных проектов единого рецепта выживания нет. Одни приносят прибыль — другие убыточны.

При этом господин Орешин отмечает, что такие проекты имеют высокую социальную значимость. «Это пропаганда культуры и обычаев разных народов, роли семьи в воспитании детей, увеличения разнообразия культурной среды. Главная цель этнотуризма — показать: мы все разные, и это хорошо. Кроме того, по мнению эксперта, такие проекты играют большую роль в увеличении турпотока, а это в свою очередь сказывается на доходности любого бизнеса.

По словам представителя Ассоциации туроператоров России Дмитрия Климушкина, в связи с тем, что этнографический туризм — явление относительно новое, данное направление только приживается, на пути его развития возникает немало преград. «Крупная проблема — разрушение и гибель памятников истории и культуры, например дольменов. По оценкам экспертов, более 60% объектов культурного наследия находится в предаварийном или аварийном состоянии и требует проведения немедленной консервации, реставрации или реконструкции», — отмечает господин Климушкин. По его мнению, отсутствие инфраструктуры, подготовленных кадров, сети транспортных услуг и много другого является препонной в развитии этнотуризма. И именно поэтому туристические фирмы, например, реализуют этнотуризм в проектах, где часть средств на реализацию выделяет государство. В среднем эта часть составляет до 70%. ■