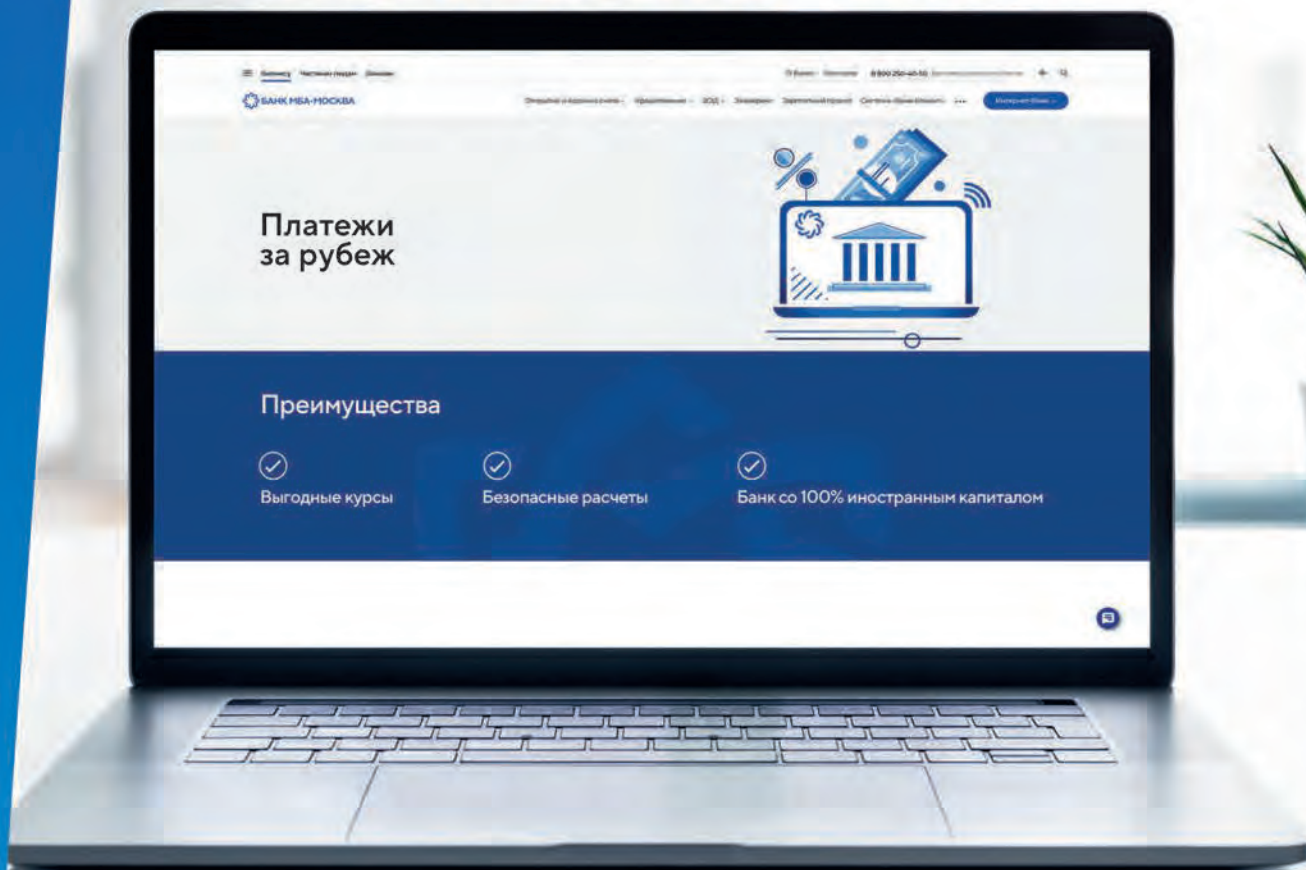




**СЕМЁН И ОЛЕСЯ
ЖИЛЬЦОВЫ:**
«НАША МИССИЯ — СОХРАНЕНИЕ
И ПРИУМНОЖЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ РОССИИ, НАХОДЯЩЕГОСЯ
В ЧАСТНОМ ВЛАДЕНИИ»





ПЛАТЕЖИ ЗА РУБЕЖ

**в Азербайджан, Кыргызстан, Таджикистан,
Узбекистан, Грузию, Белоруссию,
Китай, Турцию, Сербию
для юридических лиц**

8 800 250-40-50

ibam.ru

ard.moscow

«Банк «МБА-МОСКВА» ООО, 123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 14, стр. 1, ОГРН 1027739877857 от 25.12.2002 года.
Генеральная лицензия Банка России № 3395 от 30.01.2012 года.
Предложение не является офертой.

В соответствии с действующими Тарифами «Банка «МБА-МОСКВА» ООО

Реклама



 **БАНК МБА-МОСКВА**

RBG

www.rbgmedia.ru

Деловое издание, рассказывающее о развитии, отраслях, перспективах, персоналиях бизнеса в России и за рубежом.

12+

Учредитель и издатель:

ООО «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»

при поддержке ТПП РФ

Главный редактор:

Мария Суворовская

Заместитель директора по коммерческим вопросам:

Ирина Длугач

Редактор номера:

Елена Александрова

Дизайн/вёрстка:

Елена Кислицына

Фото: Эдуард Целуйко, Андрей Волков

Дирекция развития и PR:

Ольга Иванова, Ольга Вишневская,

Екатерина Цындук

Отпечатано в типографии ООО «ВИВА-СТАР»,

г. Москва, ул. Электrozаводская, д. 20, стр. 3.

Материалы, отмеченные значком R или «РЕКЛАМА»,

публикуются на правах рекламы. Мнение

авторов не обязательно должно совпадать с

мнением редакции. Перепечатка материалов и их

использование в любой форме допускается только

с разрешения редакции издания «Бизнес-Диалог

Медиа».

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

Адрес редакции: 143966, Московская область,

г. Реутов, ул. Победы, д. 2, пом. 1, комн. 23.

E-mail: mail@b-d-m.ru

Тел.: +7 (495) 528-17-35

Издатель: ООО «Бизнес-Диалог Медиа».

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в

сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций. Свидетельство о регистрации

средства массовой информации ПИ № ФС77-65967

от 6 июня 2016.

Russian Business Guide № 26/ 311 июль 2025

Подписано в печать: 18.07.2025

Дата выхода в свет: 28.07.2025

Тираж: 15000. Цена свободная.

RBG

www.rbgmedia.ru

Business publication about development, industries, prospects, business personalities in Russia and abroad.

12+

Founder and publisher:

BUSINESS DIALOG MEDIA LLC

with the support of the CCI of Russia

The editor-in-chief: Maria Suvorovskaya

Deputy Marketing Director: Irina Dlugach

Managing Editor: Elena Alexandrova

Designer: Elena Kislitsyna

Directorate for Development and PR:

Olga Ivanova, Olga Vishnevskaya,

Eкатерина Tsynduk

Photo:

Ed Tseluyko, Andrei Volkov

Printed in the printing house of VIVASTAR LLC,

Moscow, ul. Electrozavodskaya, 20, building 3.

Materials marked R or "ADVERTISING" are published

as advertising. The opinion of the authors does

not necessarily coincide with the editorial opinion.

Reprinting of materials and their use in any form is

allowed only with the permission of the editorial office

of the publication RBG.

Materials are not reviewed and returned.

Address of the founder and publisher:

23-1-2 ul. Pobedi, Reutov, the Moscow region, 143966

E-mail: mail@b-d-m.ru

Tel.: +7 (495) 528-17-35

Publisher: Business-Dialog Media LLC

Registered by the Federal Service for Supervision of

Communications, Information Technology, and Mass

Media. Media registration number PI # FS77-70487

from July 25, 2017.

RBG № 26/ 311 July 2025

Signed to the press: 18.07.2025

Date of issue: 28.07.2025

Edition: 15 000 copies. Open price.

СОДЕРЖАНИЕ

- | | |
|----|---|
| 4 | НОВОСТИ ТУРИЗМА ОТ МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ |
| 8 | НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ |
| 12 | ИЛЬЯ УМАНСКИЙ О ТОМ, ЧТО ЧАЩЕ ВЫБИРАЮТ ТУРИСТЫ В РОССИИ И КАК ИЗМЕНИЛИСЬ ЦЕНЫ |
| 14 | «ЗА ТРИ МОРЯ ИЛЬ В СОСЕДНИЙ ГРАД»: ОБ ИСТОРИИ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА |
| 18 | ВЫДАЮЩИЕСЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКИ И ТУРИСТЫ РОССИИ И СССР |
| 19 | МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК А.С. ПУШКИНА: НАШЕ НАСЛЕДИЕ И БУДУЩЕЕ |
| 20 | СЕМЁН И ОЛЕСЯ ЖИЛЬЦОВЫ: «ЧАСТНЫЕ МУЗЕИ РОССИИ – ВАЖНЫЙ СЕГМЕНТ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ, А ИХ РОЛЬ В СОХРАНЕНИИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СТРАНЫ ДОСТАТОЧНО ВЕЛИКА...» |
| 26 | «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»: АРОМАТЫ ПРОШЛОГО И ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ |
| 30 | КОМПАНИЯ FREEDOME – ТОЧКА ОПОРЫ В МИРЕ ГЛЭМПИНГОВ И ЭКО-ОТЕЛЕЙ |
| 34 | МУЗЕЙ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ «БУНКЕР-42»: ГЛУБОКАЯ ТАЙНА В СЕРДЦЕ МОСКВЫ |
| 36 | ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВА, ЗАГОРЯНСКИЙ МУЗЕЙ «МИР СОБАКИ»: «ЛУЧШИЕ ДРУЗЬЯ ДОСТОЙНЫ ЛУЧШЕГО!» |
| 38 | ПАРК-ОТЕЛЬ «ОРЛОВСКИЙ»: ТАМ, ГДЕ КРАСОТА ПРИРОДЫ СОЧЕТАЕТСЯ С ВЫСОКОКЛАССНЫМ СЕРВИСОМ |
| 42 | «ПРАКТИКА»: ЗОЛОТОЙ СПЛАВ ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТИ |
| 46 | ГЖЕЛЬ: ИЗ ГЛУБИНЫ ВЕКОВ В XXI ВЕК |

Business DIALOG Media

RBG
Russian Business Guide

ПЛОЩАДКИ С ВИП-КОМНАТАМИ ДЛЯ КАМЕРНЫХ СОБЫТИЙ В МОСКВЕ

Если вы давно находитесь в поиске уютного пространства для камерных встреч в кругу самых близких друзей или семейного ужина, бизнес-завтраков или переговоров, свадьбы для двоих или романтического свидания, отличным решением станет выбор отдельной ВИП-зоны в фешенебельном ресторане или в модной современной локации. Особенно в осенний период, когда все вернулись из долгожданных отпусков и встречаются в узком кругу. Делимся подборкой заведений с ВИП-комнатами Москвы на любой запрос и вместимость!

FLAVA EVENT DOM

Новое многофункциональное пространство FLAVA EVENT DOM предоставляет массу возможностей для фуршетных мероприятий до 300 персон, в том числе за счёт продуманного зонирования. В двухуровневом пространстве основного зала расположились целых 5 театральных лож. Часть из них во время мероприятия может задействоваться в качестве гримёрных зон, что играет немаловажную роль для организаторов и артистов. Из остальных зон открывается вид на основное действие в зале, «танцующие» люстры и сцену.

Садовая-Кудринская ул., 6, стр. 1
+7 (495) 255-70-60



РЕСТОРАН-ОСОБНЯК UNICA

Если вы желаете провести камерное мероприятие на высоком уровне в центре Москвы, присмотритесь к двухэтажному особняку Unica в уютном сквере в Благовещенском переулке. Второй этаж передаёт настроение уютного итальянского ресторана: большие окна, обилие света, винный шкаф, мягкие диваны и стулья и, что так важно для ценителей камерных ужинов, отдельная зона на 20 гостей. Здесь можно провести продуктивный нетворкинг или отпраздновать день рождения с самыми близкими.

Благовещенский пер., 10, стр. 2
+7 (909) 949-50-85



РЕСТОРАН TOUCH НА БАЛЧУГЕ

Touch – это двухуровневый ресторан авторской кухни, расположившийся на Садовнической набережной. На втором этаже дизайнерского пространства на Балчуге находится ВИП-зал со стильным интерьером и лаунж-зоной вместимостью до 10 человек. Отдельная комната с панорамным видом мгновенно трансформируется из переговорной в сигарную. Однако стоит добавить флористических композиций и света – и ВИП-кабинет ресторана Touch становится лучшим местом для камерных свадеб в центре Москвы. Отдельного внимания заслуживают гастрономический перформанс с философией прикосновения к природе и разнообразие авторских коктейлей. Кстати, бренд-шеф Никита Кузьменко разработал персонализированные сет, в которых локальные продукты трансформируются в новых и непривычных образах. Готовые решения – сет «Вкусы регионов» и «Герой эпизода».

Touch: Садовническая набережная, 7
+7 (495) 782-77-57



РЕСТОРАНЫ-ЯХТЫ «ЛАСТОЧКА» И «ЧАЙКА»

Визитные карточки столицы – фешенебельные яхты-рестораны «Чайка» и «Ласточка» – расположились на Москве-реке. Команда Yacht Event предлагает гостям не только 8 банкетных залов с панорамным видом на Москву-Сити, Воробьёвы горы и водную гладь, но и 7 уютных ВИП-кабинетов вместимостью от 4 до 20 персон. Всегда актуальный яхтенный интерьер светлых залов, оборудование для презентаций, открытый вид на сияющую в вечерних огнях набережную Москвы-реки и безукоризненный сервис – то, ради чего гости возвращаются сюда вновь. Добавьте к этому авторские блюда средиземноморской и паназийской кухни и насладитесь камерным ужином на борту роскошного корабля.

«Чайка»: Краснопресненская набережная, 12 А

«Ласточка»: Лужнецкая набережная, причал «Лужники Южный»

+7 (985) 765-11-01



MADY RESTAURANT

Mady & Madison Event Hall в 5 минутах от метро «Динамо» – масштабный проект для смелых решений и самых важных событий. На 2-м этаже основного зала расположены 3 ВИП-комнаты, в которых могут комфортно расположиться 10-20 персон. ВИП-комнаты представляют собой театральные балконы, с которых открывается вид на сцену, а при закрытии плотных штор они могут служить дополнительными гримёрными комнатами. А для желающих устроить камерное событие на 30 персон на 2-м этаже зоны ресторана расположен зал-антресоль, полюбоившийся гостям для семейных ужинов и дней рождения, а также для деловых событий.

Ленинградский проспект, 31а, стр. 1
+7 (495) 252-06-06

ЕЖЕГОДНАЯ ПРИБЫЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ МОЖЕТ УВЕЛИЧИТЬСЯ НА 124 МЛРД РУБЛЕЙ ЗА СЧЁТ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА



Повышение производительности труда в туристической сфере обсудили на форуме «Путешествуй!». Заместитель министра экономического развития Дмитрий Вахруков представил участникам тематической сессии отраслевую программу повышения производительности труда. Он отметил, что необходимость повышения производительности труда наблюдается практически во всех отраслях национальной экономики.

«Если мы повысим эффективность предприятий туристической сферы, чей уровень производительности ниже среднего, то прибыль отрасли вырастет на 124 млрд рублей в год. Представьте, какой можно высвободить ресурс для дальнейшего инфраструктурного развития, для повышения доходности, для снижения сроков окупаемости новых инвестиций», – сообщил Дмитрий Вахруков. Замминистра добавил, что гонка за эффективностью не должна сказаться на качестве сервиса.

Сфера туризма и гостеприимства была включена в федеральный проект «Производительность труда» в 2024 году. Её первыми участниками стали предприятия Краснодарского края. Как показал первый опыт, проблемы оптимизации затрат, сокращения потерь и повышения производительности труда могут эффективно решаться за счёт внедрения бережливых технологий.

«Средняя производительность труда в крупных гостиницах составляет 4,42 млн рублей на одного сотрудника, и лишь 24 крупных отеля в стране достигают этих по-

казателей. Недополученная добавленная стоимость только по этой категории гостиниц оценивается в 19 млрд рублей, а в санаторном секторе эта цифра достигает 20 млрд. Краснодарский край, будучи ведущим курортным регионом России, стремится не только сохранить свой статус, но и постоянно совершенствоваться», – отметил министр экономики Краснодарского края Алексей Юртаев.

85 предприятий туристической отрасли России повышают уровень сервиса и скорость предоставления услуг при поддержке экспертов федерального проекта «Производительность труда». Об этом сообщил заместитель министра экономического развития России Дмитрий Вахруков на профильной сессии форума «Путешествуй!».

Всего порядка 500 компаний российской туротрасли смогут вступить в федеральный проект «Производительность труда». Участие в нём доступно для компаний с выручкой от 180 млн рублей.

«Федеральный и сеть региональных центров компетенций помогают отелям и санаториям оптимизировать работу: ускоряют заселение гостей, сокращают время подготовки номеров и улучшают качество обслуживания. Сегодня около 900 российских предприятий туристической отрасли соответствуют критериям федпроекта. Для участия им достаточно подать заявку на ИТ-платформе производительность.рф», – рассказал модератор сессии «Бережливый отдых: как повысить эффективность туристической отрасли», заместитель генерального директора ФЦК по операционной эффективности Алексей Байшев.

О результатах участия в федпроекте рассказала коммерческий директор АО Санаторий «Здравница “Лаго-Наки”» Наталья Давыдова. По её словам, сотрудничество с ФЦК позволило выявить и улучшить скрытые зоны потерь, особенно в таких трудозатратных службах, как HoReCa. Путь горничной по номеру удалось сократить со 100 до 70 метров, в санатории внедрили тележки нового поколения, переоборудовали склады по системе 5С – всё это снизило физическую нагрузку и повысило скорость работы.

«Рост “Здравницы” – это результат системной работы: мы не увеличиваем поток, а повышаем качество и глубину сервиса. Эффективность для нас – не про экономию, а про точность: мы строим процессы так, чтобы каждый сотрудник, каждый метр, каждое действие работали с максимальной пользой для гостя», – подчеркнула Наталья Давыдова.

Федеральный проект «Производительность труда» реализуется в рамках национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика». До 2030 года поддержку в повышении операционной эффективности получают 6000 предприятий базовых несырьевых отраслей экономики.

https://www.economy.gov.ru/material/news/ezhegodnaya_pribyl_turisticheskoy_otrasli_mozhet_uvelichitsya_na_124_mlrdrubley_zha_schet_rosta_proizvoditelnosti_truda.html

ДМИТРИЙ ВАХРУКОВ ВРУЧИЛ ДИПЛОМЫ ВЫПУСКНИКАМ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Более 800 молодых специалистов получили дипломы учебных заведений, входящих в Российский государственный университет туризма и сервиса (РГУТИС). 270 выпускников закончили обучение в бакалавриате, 66 – в магистратуре, 469 – получили подготовку по программам среднего профессионального образования в колледже при университете. Более сотни выпускников завершили обучение с отличием.

В церемонии выпуска приняли участие заместитель министра экономического развития России Дмитрий Вахруков, глава Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский, президент компании Cosmos Hotel Group Александр Биба, заместитель генерального директора группы «Мантера» Мария Золотухина, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Вадим Прасов.

Дмитрий Вахруков вручил красные дипломы самым отличившимся выпускникам – отличникам учёбы, лауреатам конкурсов, активным участникам общественной жизни. Замминистра поздравил молодых специалистов сферы гостеприимства с выпуском и впервые назвал их коллегами.

«Президент России Владимир Владимирович Путин определил развитие туризма одним из приоритетов экономической стратегии государства. Мы уже сегодня создаём и будем создавать горнолыжные и морские курорты мирового уровня, работать над тем, чтобы как можно больше россиян и зарубежных гостей путешествовали по нашей великой стране. Но эта работа невозможна без профессиональных, вовлечённых, активных команд. Именно такой работы мы от вас, друзья и уже коллеги, ждём в ближайшем будущем. Я желаю вам найти в этой жизни свой путь, но пусть он будет связан с туристической отраслью», – подчеркнул в своём выступлении Дмитрий Вахруков.

РГУТИС – один из ведущих российских вузов, которые занимаются подготовкой специалистов в сфере туризма, гостиничного дела и сервиса. Сегодня вуз предлагает 14 программ бакалавриата, 11 программ магистратуры, 9 программ обучения в колледже и 28 программ дополнительного образования.

Отраслевыми партнёрами университета являются более 110 ведущих компаний и отраслевых объединений работодателей в сфере туризма и гостеприимства. Среди них Российский союз туриндустрии, Российская гостиничная ассоциация, национальные операторы и сети турагентств – «Алеан», Fun&Sun, платформы – «Островок», «Тревел лайн Системс», ведущие

холдинги, сетевые лидеры, предприятия отрасли: AZIMUT Hotels, Cosmos Hotel Group, Alean Collection, «Альянс Отель», «Бархатные сезоны» и др.

«РГУТИС сегодня совмещает традиции академического образования и практической подготовки специалистов сферы гостеприимства. Благодаря этому наши выпускники востребованы в крупнейших компаниях отрасли, в гостиничных сетях. Мы видим, что в туристической сфере сегодня создаётся много новых современных объектов, которые нуждаются в новых квалифицированных кадрах. Мы активно работаем с предприятиями отрасли, чтобы наши выпускники максимально соответствовали ожиданиям бизнеса, с первых дней могли приносить пользу – это наш вклад в будущее российской индустрии гостеприимства», – отметил ректор РГУТИС Амбарцум Галустов.

Всего в России по направлению туризма и гостеприимства приём студентов сегодня ведут более сотни вузов и 1,3 тыс. колледжей. В рамках нацпроекта «Туризм и гостеприимство» созданы центры подготовки кадров, один из них – на базе РГУТИС, а также в Татарстане и Санкт-Петербурге. Всего за 6 лет в них планируется обучить 70 тыс. человек. При Минэкономразвития России действует Национальный экспертный совет по кадрам, в который входят представители органов власти, ведущих учебных заведений, туристического бизнеса.

https://www.economy.gov.ru/material/news/dmitriy_vahrukov_vruchil_diplomy_vypusknikam_rossiyskogo_gosudarstvennogo_universiteta_turizma_i_servisa.html



ЗАММИНИСТРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: В I КВАРТАЛЕ 2025 ГОДА ТУРПОТОК МЕЖДУ РОССИЕЙ И СТРАНАМИ ШОС ПРЕВЫСИЛ 2 МЛН ПОЕЗДОК

В китайском городе Циндао прошла встреча руководителей туристских администраций государств – членов Шанхайской организации сотрудничества, в ходе которой заместитель министра экономического развития России Дмитрий Вахруков отметил, что прямое авиасообщение между Россией и государствами ШОС превышает 1000 рейсов еженедельно.

«С каждым годом число прямых авиарейсов увеличивается. Уже сегодня количество рейсов довольно значительно. Почти 1000 рейсов в неделю между Россией и странами ШОС. В то же время есть ещё потенциал для наращивания количества перелётов с другими странами ШОС и расширения географии полётов между городами наших стран», – сказал в своём выступлении Дмитрий Вахруков.

В ходе встречи участники также обсуждали вопросы продвижения туристского потенциала, внедрения электронной визы и расширения авиасообщения.

По словам заместителя министра экономического развития России, в 2024 году объём туристического потока между Россией и странами ШОС превысил 11 млн поездок, что на 47% больше, чем в 2023

году. Положительная динамика сохраняется и в текущем году: за I квартал 2025-го совершено около 2 млн поездок, что на 28% выше показателей аналогичного периода прошлого года.

«Характерно, что турпоток сбалансирован: количество россиян, посещающих страны ШОС, примерно равно числу туристов из этих государств, приезжающих в Россию. Во многом рост турпотока обусловлен благоприятным визовым режимом. Большинство стран ШОС, включая Казахстан, Киргизию, Узбекистан и Таджикистан, имеют с Россией безвизовые соглашения. Успешно развивается механизм безвизовых групповых поездок, который уже действует с Китаем и Ираном. В перспективе аналогичная схема может быть запущена и с Индией. Дополнительным удобством для иностранных туристов остаётся возможность оформления единой электронной визы, доступной для граждан 64 стран. Ожидается, что положительная динамика туристического обмена между Россией и странами ШОС сохранится и в дальнейшем», – подчеркнул Дмитрий Вахруков.

В ходе встречи руководителей туристских администраций государств – членов

ШОС также обсуждались флагманские инвестиционные проекты в туристской отрасли, новые тренды развития туризма в странах организации и перспективы сотрудничества, в том числе по вопросам продвижения туристского потенциала, применения цифровых технологий в сфере туризма.

Так, на сегодняшний день сформирован каталог с более чем 30 привлекательными туристскими инвестпроектами. Общий портфель проектов составил более 15 млрд долларов США. Это горнолыжные, морские, бальнеологические и оздоровительные курорты, спортивные и туристические комплексы. Также уже готов каталог туристических маршрутов по России для иностранных туристов «Time to travel». В него вошли туры по 12 регионам страны. Экскурсии ведут только профессиональные, аккредитованные гиды.

https://www.economy.gov.ru/material/news/zamministra_ekonomicheskogo_razvitiya_v_pervom_kvartale_2025_goda_turpotok_mezhdu_rossiy_i_stranami_shos_prevysil_2_milliona_poezdok.html





ЛУЧШИЙ РОССИЙСКИЙ ОПЫТ В СФЕРЕ ТУРИЗМА БУДЕТ ПРИМЕНЯТЬСЯ В АБХАЗИИ

Инвестиции в туристическую сферу – это не только доверие инвестора, выраженное в финансах, но и задача создать такие условия, которые бы позволяли создавать и развивать бизнес на территории Абхазии. При этом в республике будут применяться лучшие российские отраслевые практики. Об этом в ходе сессии «От заявлений к партнёрству: на пути к снижению регуляторных барьеров с дружественными странами» международного туристического форума «Путешествуй!» заявил министр туризма Республики Абхазия Астамур Логуа.

Открывая сессию, министр экономического развития России Максим Решетников отметил, что государство на уровне федеральных и региональных органов власти, а главное – на уровне бизнеса готово к совместным, в том числе к международным, проектам в туризме.

«Россия обладает абсолютно уникальным туристическим продуктом: огромная многонациональная страна с богатой историей, культурой, удивительной при-

родой, и с этой точки зрения нам действительно есть чем удивить и впечатлить туристов. Само многообразие этих возможностей говорит о том, что мы можем сформировать туристический продукт под любую страну, под очень разные ценовые параметры», – заявил Максим Решетников.

По словам министра туризма Республики Абхазия Астамура Логуа, инвестиции в туризм предполагают не столько вложения в дороги или в гостиницы, сколько продвижение Абхазии на глобальном уровне.

«Мы, безусловно, за то, чтобы частные и государственные российские инвестиции пришли в республику. Мы ждём вас, готовы поддерживать ваши инициативы и проекты на всех уровнях», – отметил министр.

Одним из перспективных направлений развития и привлечения инвестиций может стать восточная часть республики, считает министр.

«Хотим открыть наши горы, которые у нас не менее красивые, чем побережье.

Мы смотрим на коллег на Северном Кавказе, видим, какими темпами там развивается это направление. Поэтому обращаем внимание на все российские туристические программы, касающиеся сельского и горного туризма», – акцентировал Астамур Логуа.

Важным аспектом развития отрасли должна стать поддержка инвесторов: лучшие инструменты и российские практики будут внимательно изучаться абхазскими властями, заверил министр. Среди них, в частности, программы льготного кредитования.

«Абхазские предприниматели очень внимательно следят за тем, как проходит форум, надеются, что программы по льготному кредитованию будут продолжаться и Абхазия будет развиваться», – подчеркнул министр, пообещав забрать лучшие практики в Абхазию и постараться применять их у себя на родине.

https://www.economy.gov.ru/material/news/luchshiy_rossiyskiy_opyt_v_sfere_turizma_budet_primenyatsya_v_abhazii.html

ГДЕ ОТДЫХАЮТ В РОССИИ ТУРИСТЫ ЛЕТОМ 2025 ГОДА



По состоянию на конец мая 2025 года аналитики «АТОР» фиксируют снижение объёмов проданных туров на три летних месяца по сравнению с прошлым годом: главную роль здесь играет «анапский» фактор. О том, может ли эта ситуация измениться в ходе сезона, о регионах-лидерах по бронированию летних туров, о динамике спроса и ценах на отдых – в нашем обзоре.

Лето 2025 года для внутреннего организованного туризма будет непростым. В конце мая в среднем по внутреннему рынку аналитики «АТОР» фиксируют общее снижение объёма проданных туров на 10–15% по сравнению с летом прошлого года. Основной фактор, влияющий на наблюдаемый спад, – временный запрет на пользование пляжами в Анапе, установленный Роспотребнадзором.

Превалирующий вид туризма летом – пляжный отдых, и Краснодарский край традиционно лидирует в бронированиях туров по России. Доля Анапы в бронированиях курортов края составляла около 35%, поэтому резкий спад продаж туров на этот курорт провоцирует общее снижение.

В то же время сам по себе органический рост спроса на внутренний туризм продолжается: туроператоры на лето 2025 года фиксируют увеличение количества бронирований туров в другие города и курорты России – в среднем на 5% по сравнению с прошлым годом.

Если исключить из расчёта весь Краснодарский край, другие курорты которого, вероятно, под влиянием информационного фона, тоже показывают снижение количества бронирований в годовом выражении у большинства крупных туроператоров, то органический прирост продаж составит +14% год к году.

«Количественные прогнозы по внутреннему турпотоку на три летних месяца 2025 года пока делать сложно. К началу лета туроператоры реализовали около 46% всех летних туров (в прошлом году было 60%). Остальные туристы будут принимать решения о поездке уже в ходе сезона, исходя из нескольких не очень предсказуемых факторов. Во-первых, возможности открытия пляжей Анапы в течение лета, во-вторых, загрузки номерного фонда на других курортах России и соот-

ветствующего уровня цен. В-третьих, для части туристов – цен в Абхазии и динамики курса рубля, определяющей степень конкурентоспособности предложений по другим зарубежным пляжным предложениям. В целом, в 2025 году хорошим результатом будет достичь прошлогодних показателей или немного превысить их. В случае открытия пляжей Анапы в июле можно предварительно прогнозировать общий летний прирост на уровне около 8%», – говорит вице-президент «АТОР» по внутреннему туризму, генеральный директор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин.

Он также подчёркивает, что настоящее перераспределение объёма туристов, ранее выбравших Анапу для летнего отдыха, по другим российским курортам начнётся в середине июня. Но мест, несмотря на опасения в СМИ, на всех курортах в любом случае хватит всем желающим, говорит эксперт.

КАКИЕ КУРОРТЫ ВЫБИРАЮТ ТУРИСТЫ В РОССИИ ЛЕТОМ 2025 ГОДА

На основании данных бронирований у крупнейших туроператоров внутреннего туризма (по состоянию на конец мая 2025 года) аналитическая служба «АТОР» спрогнозировала распределение организованного турпотока по России в июне-августе.

Относительно малые доли Москвы и Петербурга в бронированиях туроператоров не должны удивлять: сити-туры по этим направлениям обычно бронируют в режиме last minute, и в ходе сезона они увеличат свою долю.

КУДА ПОЕДУТ ТУРИСТЫ ВМЕСТО АНАПЫ

По сравнению со структурой бронирования на лето прошлого года заметно падение доли Краснодарского края в продажах.

«Ситуация в Анапе сказывается и на соседних курортах Кубани. Несмотря на то, что пляжи в Сочи, Геленджике соответствуют всем нормам, часть путешественников выбирает другие места для летнего отдыха», – констатируют в Национальном туроператоре «АЛЕАН».

И в этой компании, и в «Дельфине» тоже видят снижение объёма бронирования на лето по крупным курортам Краснодарского края, помимо Анапы, – в конце мая в целом по краю у некоторых компаний спад доходит до -30% год к году.

«На текущие показатели по Краснодарскому краю влияет также сокращение глубины бронирования по этому направлению, очень много туристов будут принимать решение о поездке уже в ходе сезона», – добавляют в «АЛЕАН».

Сейчас в структуре продаж летних туров в Краснодарский край лидирует Сочи (около 60% проданных туров от всех в

Краснодарский край), далее идут Геленджик с 19%, Анапа с 12% (год назад её доля была втрое больше – 36%), Туапсе с 6% и Азовское побережье – 3%.

Азовское побережье, как отмечают в «Дельфине» и в «АЛЕАНе», на фоне анапского «мазутного кризиса» стало единственным курортным кластером на Кубани, который нарастил объём бронирований (у разных компаний прирост продаж составляет от 20 до 100%).

Однако Азовское взморье, как отмечают туроператоры, во-первых, обладает очень небольшим номерным фондом и не способно принять не то что миллионы гостей из Анапы, но даже десятки тысяч. Во-вторых, здесь очень мало привычных туристам по Анапе отелей с «полным пансионом», а отель «всё включено» и вовсе один.

Как отмечают в «АЛЕАНе», в сегменте оздоровительного туризма путешественники переориентируются с Анапы на санатории в своём и в ближайших регионах. В частности, спрос на санатории Белокурихи вырос на 17%, на санатории Тюменской области – на 31%.

Жители юга России, планируя короткие летние поездки (туры на 3–4 дня), переориентируются с Анапы на неморские курорты Краснодарского края, Адыгею, горный кластер Сочи, а также Архыз в Карачаево-Черкесии (по итогам лета туроператоры ожидают увеличение объёма бронирований Архыза на 15–20%).

Крым – лидер по приросту бронирований туров на лето среди массовых пляжных курортов.

Временное закрытие пляжей Анапы увеличило спрос и на другие курорты России, прежде всего на Крым: объём бронирований курортов полуострова в среднем по организованному рынку вырос на 40% в годовом исчислении.

«Крымом интересуются и те, кто переориентируется с Анапы, и постоянные туристы – часть небольших отелей, заполняющихся за счёт постоянных клиентов, уже на “стопе”», – отмечают в «АЛЕАНе».

Переориентация части «анапских» туристов на Крым, говорят в «Мультитур», «Дельфине» и «АЛЕАН», прежде всего выражена в том, что резко вырос интерес к Западному побережью Крыма, где есть песчаные пляжи и отели с пакетами «всё включено».

В «Мультитуре» и ряде других компаний отмечают заметный (+15–40%) рост количества бронирований курортов горного кластера Сочи на лето – отелей в «Красной Поляне» (управляется ГК Mantera) и «Роза Хутор» («Васта Отель Менеджмент»).

Ситуация с Чёрным морем помогла и Дагестану: у крупных туроператоров на данный момент спрос на летний отдых в республике у ряда компаний вырос до +67–80% относительно аналогичных дат прошлого года. В «АЛЕАНе» замечают, что

это в том числе обусловлено расширением номерного фонда в части небольших гостиниц и активным ранним бронированием. Дефицита мест в регионе на лето пока нет, можно найти предложения в разных ценовых категориях.

Продолжается органический рост спроса на речные круизы: уже к концу мая на теплоходах было забронировано на 15–20% больше мест, чем на эти же даты в 2024 году.

До 40% у крупных туроператоров выросли объёмы бронирований летних туров в Санкт-Петербург.

На туры в Москву, по общему мнению, спрос на лето пока сохраняется на уровне прошлого года, отчасти это связано с высокой стоимостью проживания в отелях – цены на размещение за год выросли в пределах 20%.

«Важно учитывать, что спрос по разным внутренним направлениям сдерживается ограничениями номерного фонда», – напоминают в «АЛЕАНе».

• Так, в пляжных отелях Калининградской области уже в январе ощущался дефицит мест на лето, а сейчас в регионе на лето остались только дорогие апартаменты и отели высокого ценового сегмента – от 30 тыс. рублей за ночь.

• Санатории средней полосы на лето уже раскуплены на 80%, а новых объектов, за счёт которых число бронирований могло бы значительно вырасти по сравнению с прошлым годом, не появилось.

• Традиционный многолетний дефицит мест сохраняется в санаториях Кавминвод, мало мест осталось и в летних турах на Камчатку.

ВО СКОЛЬКО ОБОЙДЁТСЯ ЛЕТНИЙ ОТДЫХ РОССИЯНАМ В 2025 ГОДУ?

По агрегированным данным туроператоров «Дельфин», «АЛЕАН», «Мультитур», «Интурист», Coral Travel, FUN&SUN и Anex, средний чек реализованных летних туров с заездом в июне-августе составляет (все суммы – без проезда или перелёта к месту отдыха, только отель):

• **Краснодарский край:** 108–124 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2,5 и средней длительности отдыха 9 ночей). По сравнению с прошлым годом средний чек вырос на 12%.

• **Крым:** 101–112 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2,5 и средней длительности отдыха 10 ночей). Прирост среднего чека на 17%.

• **Кавказские Минеральные воды:** 119–151 тыс. рублей (при среднем количестве туристов в заявке 2 и средней длительности отдыха 10 ночей). Прирост среднего чека у разных компаний – от 4 до 10%.

• **Санкт-Петербург:** 41–48 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2 и средней длительности отдыха 4,5 ночи). Увеличение среднего чека +14%.

• **Москва:** 46–50 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2 и средней длительности отдыха 4 ночи). Рост среднего чека за год на 12%.

• **Подмосковье:** 110–112 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2 и средней длительности отдыха 8–9 ночей). Прирост среднего чека у разных компаний – от 12 до 20% год к году.

• **Калининградская область:** 147–151 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2,5 и средней длительности отдыха 7 ночей). Прирост среднего чека на 21%.

• **Дагестан:** 115–119 тыс. рублей за тур (при среднем количестве туристов в заявке 2 и средней длительности отдыха 6 ночей).

Что касается летних туров по России с перелётом, по оценкам туроператоров, средние чеки за год на них выросли на 15–21% год к году.



<https://www.atorus.ru/article/gde-budut-otdykhat-v-rossii-turisty-letom-2025-goda-62363>

МЕСТ В ТОПОВЫХ ОТЕЛЯХ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ВЫСОКИЙ СЕЗОН ПОЧТИ НЕ ОСТАЛОСЬ

Туры и размещение в Калининградской области на летний сезон 2025 года подорожали, однако это не повлияло на интерес туристов. Номеров в популярных отелях на июль-август почти не осталось, есть места в экскурсионных заездах.

Калининградская область входит в топ-5 самых бронируемых внутренних направлений летнего сезона 2025 года. Спрос стабильно высок как на экскурсионные поездки, так и на пляжные туры, сообщили «Вестнику АТОР» специалисты компаний Coral Travel, «Интурист», Anex, FUN&SUN, PEGAS Touristik, «АЛЕАН», «Мультитур», «Русский Экспресс» и сервиса бронирования путешествий по России и миру «Турслёт» (входит в ГК «Слетать.ру»).

В сравнении с прошлым годом продажи туров в регион на высокий летний сезон в среднем увеличились на 15–25%. В Калининградскую область охотно едут на праздники и выходные, а также в полноценный отпуск, отмечают в FUN&SUN. На фоне ограниченного номерного фонда туристы уже активно бронируют бархатный сезон, отмечают в «Интуристе».

По данным PEGAS Touristik, сейчас покупают туры на октябрь 2025 года.

У «АЛЕАН» тоже есть заявки на заезды с октября по декабрь и даже продано несколько новогодних заездов.

МЕСТА В ПОПУЛЯРНЫХ ОТЕЛЯХ РАСПРОДАНЫ ПРАКТИЧЕСКИ ДО СЕНТЯБРЯ

В регионе ограниченный номерной фонд, и в разгар сезона найти свободные места в популярных отелях, особенно на побережье, уже сложно. В Зеленоградске, Светлогорске и в Янтарном свободных номеров практически не осталось. Номера в топовых гостиницах распроданы практически до сентября, констатируют в «АЛЕАНе». В самом Калининграде ситуация немного лучше, но и здесь выбор ограничен, особенно в гостиницах среднего ценового сегмента 3–4*.

Экскурсионные туры пока более доступны – у большинства операторов ещё есть гарантированные места на программы в июле и августе, особенно на даты в первой половине августа.

ТУРЫ ПОДОРОЖАЛИ, НО ЭТО НЕ ПОВЛИЯЛО НА ИНТЕРЕС ТУРИСТОВ

В сравнении с прошлым годом экскурсионные туры в Калининградскую область на летний сезон 2025 года подорожали в среднем на 15–20%, тарифы в отелях выросли на 20–40%. Тем не менее рост цен на интерес туристов к региону не повлиял, констатируют туроператоры. Как отмечают в Coral Travel, путешественники ищут альтернативы на подходящий бюджет. Например, в этом сезоне всё больше туристов бронируют недорогие апартаменты без питания, но с кухней, рассказали в «Мультитур».

«Самый западный регион России по-прежнему популярен и востребован у туристов со всей России», – подчёркивают в «Интуристе».



<https://www.atorus.ru/article/mest-v-topovykh-otelyakh-kaliningradskoy-oblasti-na-vysokiy-sezon-pochti-ne-ostalos-63045>

В КАКИХ ПЛЯЖНЫХ ОТЕЛЯХ ДАГЕСТАНА ЕСТЬ МЕСТА НА ВЫСОКИЙ СЕЗОН

В высокий сезон прибрежные отели Дагестана будут работать с максимальной загрузкой. Номера на этот период распродали порядка 20–30% объектов, сообщают туроператоры. Мы узнали у них, в каких популярных гостиницах ещё есть места на июль-август и сколько стоят туры.

На пляжный отдых в Дагестане в летнем сезоне 2025 года отправится больше организованных туристов, чем в прошлом году, следует из агрегированных данных туроператоров, опрошенных «Вестником АТОР». Так, в компаниях «Дельфин», «Мультитур» и «Русский Экспресс» количество бронирований пляжных туров в республику увеличилось в несколько раз, а в национальном туроператоре «АЛЕАН» – на 45%.

У туроператора FUN&SUN Дагестан входит в топ-5 самых популярных внутренних направлений сезона – после Сочи, Кавминвод, Калининграда и Анапы.

В PEGAS Touristik, который является крупнейшим федеральным игроком на данном направлении, фиксируют увеличение количества бронирований относительно 2024 года на 5%. Как пояснили в компании, умеренный прирост в этом году связан с пересмотром полётной программы в Махачкалу: нет рейсов из Красноярска, Омска, Кирова и Томска, а из ряда регионов полёты стартуют в более поздние сроки. Загрузка рейсов хорошая.

АНАПА НЕ ПОМОГЛА ДАГЕСТАНУ

Туроператоры не связывают рост интереса к пляжному отдыху в Дагестане с закрытием пляжей в Анапе. Как напомнили в «Интуристе», в республике ограниченная отельная база и короткий пляжный сезон. По мнению экспертов Anex, рост, скорее, органический и связан преимущественно с открытием новых отелей на Каспийском побережье.

«В отличие от Анапы, в Дагестане не развита инфраструктура для семейного и детского отдыха, нет отелей, работающих по системе «всё включено», мало объектов предлагают трёхразовое питание. Поэтому Дагестан не становится полноценной альтернативой для туристов, которые переориентируются с Анапы, хотя часть турпотока перераспределяется на Каспийское побережье», – подчёркивают в «АЛЕАН».

По данным туроператора Let's Fly (входит в ГК «Слетать.ру»), этим летом в Дагестане 36% туристов планируют остановиться в отелях категории 4*, почти 28% – в отелях без звёзд, 26% – в отелях 3*. Большинство путешественников (64%) выбирает размещение с питанием «завтрак», а 25,6% – проживание без питания.

ЗАГРУЗКА ГОСТИНИЦ

В ИЮЛЕ-АВГУСТЕ БУДЕТ ВЫСОКИЙ

По состоянию на середину июня ещё можно подобрать отель в Дагестане на высокий сезон (июль-август). Однако большого выбора объектов, как и категорий номеров, уже не будет.

«Стандартные номера в самых популярных объектах размещения уже распроданы. Тем не менее найти номер на высокий сезон по-прежнему можно», – констатируют в FUN&SUN.

По информации PEGAS Touristik на период со второй половины июня и до конца августа около 20–30% объектов уже приостановили бронирование. По оценке экспертов «Интуриста» и «Дельфина», загрузка некоторых топовых отелей на высокий сезон уже составляет от 70 до 100%. В числе самых дефицитных – отели с бассейнами и трёхразовым питанием, добавляют в «Мультитур».

В популярных AZIMUT Парк Отеле «Каспийск» 4*, Electra Holiday и санатории «Каспий» большая часть номеров уже распродана, рассказали в PEGAS Touristik. Однако в других востребованных отелях туроператор подтверждает номера из собственной квоты мест. В этом списке отели «Дербентские золотые пески Отель Resort & SPA», «Бригантина», «Каспий», Sea Zone, Victoria Hotel & Spa, «Перас Парк-Отель» и другие.

На отдельные даты с июля по август отмечается дефицит номеров в Royal Hotel & SPA, отелях Gold Hotel Niyara и «Южный берег», сообщили в «Дельфине» и в «АЛЕАНе». У клиентов «Русского Экспресса» в топе спроса в Дагестане гостиницы Alleya Resort и Rilax. Заявки на размещение в этих объектах пока подтверждаются.



<https://www.atorus.ru/article/kakie-oteli-dagestana-predlagayut-polnyy-pansion-i-skolko-stoyat-tury-62446>

ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ В ОТПУСКЕ ХОТЯТ ОТДЫХАТЬ ОТ ЛЮДЕЙ И ОТ СВЯЗИ

По данным Ассоциации менеджеров, 57% управленцев хотят хотя бы часть отпуска проводить в формате digital detox, уехать в максимально безлюдные места.

Однако 23% руководителей всё-таки предпочитают проводить отпуск с доступом к интернету, а 8% не представляют свой отдых без высоких технологий.

Большинство управленцев стремится избежать практики совмещения работы и отдыха. Для этого 32% управленцев во время отпуска делегируют задачи своей команде, а 11% планируют полностью отключиться от рабочих обязанностей в отпуске. 14% опрошенных признались, что готовы работать только в экстренных ситуациях, а 34% респондентов согласны проверять почту и сообщения раз в несколько дней.

И только 9% топ-менеджеров готовы во время отпуска работать удалённо 2–3 часа в день.

ГДЕ ОТДЫХАЮТ ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ЭТИМ ЛЕТОМ

Большинство управленцев (45%) намерены провести летний отпуск в путешествии по России. Среди наиболее популярных направлений традиционно Санкт-Петербург, Сочи и другие курорты Краснодарского края, а также Золотое кольцо России. 8% опрошенных будут отдыхать на даче или в загородном доме, 4% останутся дома, чтобы посвятить время обучению и образованию.

И только 33% топ-менеджеров намерены провести отпуск за границей в текущем летнем сезоне.

Из числа желающих отправиться за пределы страны 28% опрошенных выбирают популярные пляжные курорты Турции, Египта и ОАЭ. 17% предпочитают страны Юго-Восточной Азии, включая Индию, Таиланд, Вьетнам и Китай. Островные курорты, такие как Шри-Ланка, Мальдивы, Сейшелы и Маврикий, занимают 14% предпочтений, в то время как 12% посетят страны Европы – Грецию, Францию, Италию и Испанию. 13% опрошенных для летнего отдыха выбирают страны Латинской Америки, включая Мексику, Кубу и Бразилию.

Менее популярны среди управленцев страны Африки и СНГ – 7 и 9% запросов соответственно.

РУКОВОДИТЕЛИ ХОТЯТ ОТДЫХАТЬ В БЕЗЛЮДНЫХ МЕСТАХ

38% руководителей ответили, что хотели бы провести свой летний отпуск в экспедициях в нетронутых и отдалённых местах планеты, таких как Антарктида, Амазонка или Тибет. В то же время каждый



четвёртый топ-менеджер (25%) выразил желание попробовать длительные ретриты в уединённых местах для медитации и саморефлексии, вдали от городской суеты и доступа к каналам связи.

Каждый пятый (20%) из опрошенных топ-менеджеров поделился готовностью отправиться в научную или исследовательскую экспедицию, ещё 10% респондентов на время отпуска выбрали бы кругосветное путешествие, а 7% – сельский туризм: провели бы время в глубинке, работая на ферме и изучая традиции и образ жизни местных жителей.

Среди наиболее востребованных вариантов досуга во время летнего отпуска опрошенные управленцы назвали чтение книг в тишине (52%). Помимо этого, руководители готовы отправиться на экскурсии и посетить историко-культурные достопримечательности (61%), попробовать гастрономический туризм (57%), а также посетить фестивали и концерты (26%). Не менее популярны среди руководителей лечебно-восстановительные процедуры (SPA, массажи) – 47%, а также медитация и йога – 10%. 39% управленцев во время летнего отдыха отдадут предпочтение

активным видам спорта (активностям на воде, велопогулкам, пешим походам и др.). Вопрос предполагал множественный выбор вариантов ответов.

СКОЛЬКО ПОТРАТЯТ НА ОТДЫХ РУКОВОДИТЕЛИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Согласно полученным данным, 36% опрошенных при планировании летнего отдыха рассчитывают потратить до 150 тыс. рублей на человека; 48% – от 150 тыс. до 300 тыс. рублей на человека, 13% предполагают расходы в диапазоне от 300 тыс. до 500 тыс. рублей на человека и 3% респондентов – от 500 тыс. рублей на человека. Отвечая на вопрос, как изменился запланированный на летний отпуск бюджет по сравнению с 2024 годом, 37% респондентов отметили, что бюджет увеличился на 10–20%, 24% – на 25–50%. 19% опрошенных заявили, что их расходы остались на прежнем уровне, 4% отметили увеличение бюджета более чем в 2 раза и 16% респондентов незначительно сократили свой бюджет.

<https://www.atorus.ru/article/top-menedzhery-v-otpuske-khotyat-otdykhat-ot-lyudey-i-ot-svyazi-63047>



ИЛЬЯ УМАНСКИЙ О ТОМ, ЧТО ЧАЩЕ ВЫБИРАЮТ ТУРИСТЫ В РОССИИ И КАК ИЗМЕНИЛИСЬ ЦЕНЫ



НАША СПРАВКА

Илья Геннадьевич Уманский:

- Президент Российского союза туриндустрии (РСТ), руководитель комитета РСТ по внутреннему туризму.
- Генеральный директор компании «АЛЕАН», Москва (в национальном туроператоре «АЛЕАН» работает с 1998 года, с 2009 года занимает пост руководителя).
- Член правления РСТ.
- Член экспертного совета Комитета по туризму и туристической инфраструктуре Государственной Думы РФ.
- Член общественно-экспертного совета по национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства».

«Россия – страна туристическая. Путешествия по ней увлекательны и комфортны» – эта мысль, уже укоренившаяся в умах многих наших сограждан, постепенно становится очевидной и для зарубежных гостей. Путешествия по России стремительно становятся самоценными.

СОЛНЕЧНЫЕ ВАННЫ И НОВЫЕ ЭМОЦИИ

Новые впечатления постепенно переходят в число приоритетных при выборе туристического маршрута. Охотой за ними люди все чаще заполняют свой отпуск, досуг. Присматриваются порой даже к тем регионам, отдохнуть в которых им раньше не пришло бы в голову, например к Тобольску или Ханты-Мансийску.

Конечно, в стабильных лидерах внутреннего туризма по-прежнему Краснодарский край: на его долю сегодня приходится 29,3% от всех отпускных бронирований. Учитывая климатические особенности большинства территорий России, отдыхать хочется у моря, под солнышком. Правда, по сравнению с прошлым годом число бронирований здесь снизилось на 26,6%, но количество бронирований на летние месяцы, наоборот, выросло на 9,8%.

Немного короче стали и сами поездки: с 4,9 суток до 4,5. Но мне представляется, что это связано с трендом на увеличение частоты путешествий: летом – к морю, а ещё пару раз в течение года – просто в интересные места. То есть отпуск всё чаще стали делить на части.

На второй позиции расположился не особо пляжный Санкт-Петербург. Его доля в турпотоке – 13%, а рост числа бронирований к прошлому году – 28%.

На третьем месте Крым с долей 9,6% и приростом в 50%. Далее идут Москва – 8,3% с приростом 27%, Ставропольский край (5% и 11%), Калининградская область (3,4% и 10,8%). Примерно по 2% в общем объёме продаж занимают Московская область с приростом летних бронирований на 23%, Татарстан (+15,6%), Дагестан (+29,7%) и Приморский край (+20%).

Замечаете, что в этом рейтинге налицо «чересполосица»? Регионы «пляжные» перемежаются территориями, куда едут за впечатлениями: на экскурсии и для эмоциональной подпитки.

Цены выросли, но на пристрастиях это почти не отразилось.

Отели, увы, к нынешнему отпускному сезону заметно подорожали. По данным

Российского союза туриндустрии, средняя стоимость номера по стране составляет более 12 тыс. рублей за сутки, а это на 12,4% выше, чем годом ранее. Размещение в гостиницах до двух звёзд в среднем обойдётся в 8632 рубля, в трёхзвёздочных – 11 142 рубля, в четырёх- или пятизвёздочных – уже 16 958 рублей.

Как это отразилось на спросе?

Рассмотрим на примере Крыма. Спрос на него, как я уже отмечал, в этом сезоне растёт. Только в мае количество бронирований по Крыму и Севастополю увеличилось на 44%. Всё популярнее Коктебель: он практически удвоил рост турпотока, Ялта прибавила 45%, Алушта – 41%, Феодосия – 36%. На июль и август (самые отпускные месяцы) количество бронирований в Крыму увеличилось на целых 60% по сравнению с тем же периодом 2024 года. А впереди сентябрь – любимый россиянами бархатный сезон, и тут наверняка ещё 30–40% роста будет.

В общем, похоже, цены ценами, а своим привязанностям люди не изменяют. Просто они стали основательнее готовиться к отпуску.



ОЧЕНЬ ДОРОГИЕ ГОСТИ

А что иностранцы? Рост въездного турпотока в Россию в летнем сезоне 2025 года, по моим прикидкам, может составить примерно 15%. Больше всего гостей ожидается из стран Ближнего Востока и Азии – это самые перспективные для нас сегодня рынки.

Как известно, существует взаимоперетекающая зависимость: чем выше спрос, тем охотнее авиакомпании увеличивают объём авиаперевозок. При этом чем разнообразнее выбор рейсов, тем активнее стремятся в страну зарубежные гости. Показателен пример ближневосточных стран. Здесь авиаперевозчики проявляют дальновидность, увеличивая число перелётов в российские города. В ближайшее время, например, рассчитываем на постановку прямого рейса в Москву из Саудовской Аравии – уверен, здесь налицо значительный потенциал спроса на поездки в Россию.

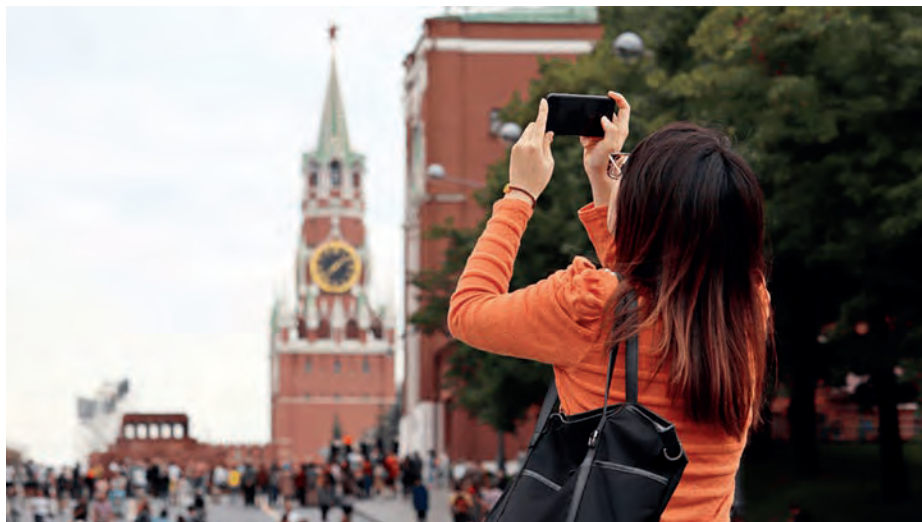
А в целом география туристического спроса довольно широка. Это и Индия, и страны Персидского залива, и Иран, и Вьетнам, Таиланд, Малайзия, Индонезия, даже Тайвань. Рейтинг самых востребованных у зарубежных гостей направлений в последние десятилетия остаётся неизменным: Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Калининград и Екатеринбург. То есть их большей частью интересует познавательный, впечатлительский туризм. Заявки на групповые, организованные путешествия всё активнее поступают к российским туроператорам. Но за год выросло и количество самостоятельных туристов – на 23%. Это гости из стран СНГ, Турции, Саудовской Аравии, Объединённых Арабских Эмиратов, Индии и Китая.

Иностранные туристы очень выгодны для нашего рынка: они проводят в поездках по России примерно в 3 раза больше времени, чем наши соотечественники. В отели поселяются в среднем на 13 ночей.

Более 22% от общего въезда в РФ приходится на турпоток из Китая. В прошлом году он составил 1,12 млн человек. В 2025-м ждём увеличения, в том числе, конечно же, за счёт расширения авиаперевозок. Но здесь своя специфика: ключевой потенциал – прежде всего в приграничном туризме, а он не зависит от авиарейсов. Всё больше китайских путешественников наблюдается в Амурской области, в Приморском и Хабаровском краях.

По данным сервиса онлайн-бронирования отелей и апартаментов «Островок», средняя стоимость ночёвки, по которой самостоятельные иностранные туристы бронировали размещение в российских отелях и апартаментах в начале мая, составляла 9650 рублей – это на 13% выше, чем годом ранее. В майские праздники путешественники поселялись в одном объекте размещения в среднем на три ночи.

Если говорить о самых дорогих зарубежных гостях, то, по данным членов РСТ,



в те же праздничные дни начала мая самые «богатые» бронирования совершали туристы из стран Ближнего Востока. Так, гости из Саудовской Аравии в среднем платили 16 900 рублей за ночь, туристы из Кувейта – 16 100 рублей, из ОАЭ – 13 300 рублей, из Турции – 12 200 рублей.

АВТОМОБИЛЬНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА

За 2024-2025 годы количество туристов, взявших в аренду автомобиль для путешествия по России, выросло на 25–30%. Замечу, что долгие годы этот сегмент рынка рассматривался в туризме как нишевый. Однако в последнее время он оказался в очевидном тренде. Аналитики оценивают рынок автопроката в 2025 году в 250–300 млрд рублей. И по данным Российского союза туриндустрии, более 60% арендаторов машин – это именно туристы.

Наибольший рост аренда автомобилей (что логично) показывает среди самостоятельных путешественников: например, в июне-июле 2024 года объёмы выросли на 25–30%, в августе – на 40%. В топе по-прежнему Москва и Санкт-Петербург: для многих автотуристов это начальный пункт

поездки. Самые активные автопутешественники на территории РФ – это россияне от 26 до 47 лет.

Инфраструктура для автотуризма развивается быстрыми темпами, увеличивается количество новых интересных локаций для отдыха в разных регионах страны. Это означает, что потребность в аренде автомобилей для путешествий будет только расти и этот сегмент рынка станет очень перспективным.

Таким образом, я делаю вывод, что сейчас люди всё чаще выбирают разнообразие впечатлений, а не только пляжный отдых. И бизнес, кстати, к этому подстраивается. Исследуя новые направления и возвращаясь к истокам, узнавая для себя в путешествиях новое о, казалось бы, знакомой стране, – это больше, чем тренд, это новый этап в развитии туризма, когда каждый регион находит своих ценителей.

*Илья УМАНСКИЙ,
президент Российского союза туриндустрии*

Источник: <https://ru.hotel.report/tourism/ilya-umanskij-o-tom-chto-chashhe-vybirayut-turisty-v-rossii-i-kak-izmenilis-ceny>



«ЗА ТРИ МОРЯ ИЛЬ В СОСЕДНИЙ ГРАД»: ОБ ИСТОРИИ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА



В современном обществе путешествия стали не просто способом развлечься и увидеть мир во всём его многообразии, но и настоящим трендом. Небывало расширились возможности, увеличилось количество предложений. Сегодня, чтобы куда-нибудь отправиться, не всегда нужен большой бюджет – достаточно проявить немного фантазии и потратить чуть больше времени на поиски. Сто с лишним лет назад, когда собственно понятие туризма в России только закладывалось, всё, конечно, было иначе.

ДРЕВНИЕ ИСТОКИ

Путешественники в России и даже на Руси были всегда. О первых путешествиях и разного рода хождениях можно прочесть в летописях и в путевых записках.

ИЗ КИЕВА В ЦАРЬГРАД

«Иде Ольга въ Греки», – сообщает летопись о визите летом 957 года русской княгини Ольги водным путём в Константинополь (Царьград). В дороге правительницу сопровождала большая свита – около тысячи человек: родственники, послы, купцы, охрана. Путь каравана русских судов в Царьград занял не менее 40 дней. Император Константин принимал княгиню Ольгу в Золотой палате Большого дворца. Обрато русичи отправились только в конце года, поэтому у них было достаточно времени не только для принятия Ольгой крещения в Софийском соборе, но и для подробного изучения уклада жизни в византийской столице, чем они, конечно же, воспользовались.

Можно ли назвать Ольгу первой отечественной туристкой? И да, и нет: позна-

вательные цели её путешествия плотно переплетались с дипломатическими. По мнению историка С.М. Соловьёва, важнейшими причинами, побудившими её совершить путешествие, были «любопытство посмотреть чудеса образованного мира» и престиж, так как «возвышался тот, кто был в Константинополе». Сама Ольга путевых заметок не оставила, но некоторые подробности пребывания в византийской столице «Элги, архонтиссy Росіи», можно найти в книге «О церемониях...», составленной для принимавшего её базилевса императора Константина VII Багрянородного.

В СВЯТЫЕ ЗЕМЛИ

Вместе с христианством на Русь пришла традиция паломничества. В начале XII века игумен Даниил в компании восьми товарищей из Киева и Новгорода совершил паломничество в Константинополь и Иерусалим (после чего вошёл в историю как Даниил-паломник). Он-то как раз описал всё, что видел своими глазами, положив начало религиозным описаниям «хождений». Подобные путешествия



имели преимущественно религиозную цель, однако несли в себе и большой познавательный потенциал. Их описания, кроме религиозных, содержали сведения о природе, культуре и быте разных стран. В патриархальной России при неграмотности большинства населения ценность паломничества как источников разнообразных знаний была огромна. Основными местами паломничества за границу были Палестина, Иерусалим, гора Афон. По русским землям – Сергиев Посад, Оптина пустынь, Коренная пустынь и другие монастыри в европейской части страны.

ЗА ТРИ МОРЯ

Некоторые более поздние путешественники оставили нам подробные очерки своих странствий в неизведанные европейцами земли. Например, «Хождение за три моря» тверского купца Афанасия, сына Никитина, датируется 1475 годом и повествует о его торговом путешествии в Кавказ, Персию, Индию и в Крым.

ОТ КЕМБРИДЖА ДО ПАРИЖА

Ещё до Петра Великого, в самом начале XVII века, Борис Годунов отправил 18 московских дворян познавать науки в Европу, но в Смутное время о них позабыли. Уже при царе Михаиле Фёдоровиче попытались отыскать следы молодых студий, ибо они понадобились на Руси. Как пишет в своих трудах историк, академик Петербургской академии П.П. Пекарский, судьбу некоторых выяснить удалось, а вот вернуть в Москву – нет.

Один из тех 18, Микифор Олферьев, стал магистром богословия, первым русским, окончившим полный курс Кембриджского университета. Он перешёл в англиканство и принял священный сан. Ещё один, Фетка Костомаров, служил в «Ирляндской земле от короля аглицкого секретарём», Сафон Михайлов и Казарин Давыдов открыли в Индии несколько

торговых предприятий и превратились в коммерсантов. Как видно, талантливыми оказались молодые русские дворяне. Но на все просьбы Москвы вернуть их домой силой английские власти отказывались, обосновывая это тем, что выбор, где жить и что делать, у бывших студентов был добровольный. Русские послы даже выкрали Микифора Олферьева и спрятали в посольском доме, но друзья помогли ему бежать. По историческим свидетельствам, первый русский англиканский священник прожил на новой родине долгую и счастливую жизнь.

Но Московии всё же очень нужны были собственные талантливые специалисты, и царь Пётр к познавательным путешествиям за границу подошёл со всем вниманием и строгостью.

Начиная с правления Петра I, когда насаждаемые им веяния западной культуры проникли в русский патриархальный быт, дворянами стали практиковаться поездки за границу для расширения познавательного кругозора. Пример показал сам царь, совершив путешествие в составе Великого московского посольства в страны Западной Европы в 1697–1699 годах. Близкий



соратник Петра I Неплюев писал в своих записках: «Партии таких учеников, все из дворян, были рассеяны по важнейшим городам Европы: в Венеции, Флоренции, Тулоне, Марселе, Кадиксе, Париже, Амстердаме, Лондоне, учились в тамошних академиях живописному искусству, экипажеству, механике, навигации, инженерству, артиллерии, рисованию мечтапов, как корабли строятся, танцевать, на шпагах биться...».

Со времён Петра поездки познавательного характера становятся одним из распространённых видов развлечения высшего класса в России. Путешествия, связанные с изучением разных сторон жизни западноевропейских стран, оказали значительное влияние на развитие

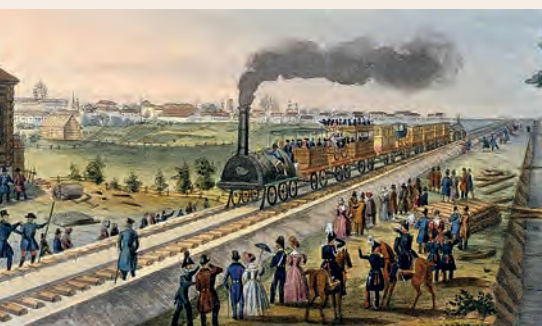
Само слово «туризм», синоним русского аналога «путешествие», произошло от *tour* – «поездка», «прогулка», пришедшего из французского языка. Первые упоминания этого слова и его производных в английской (*tourism, tourist*) и во французской (*touriste*) литературе, а также в письменной речи можно встретить не раньше начала XIX века.



русской культуры. В тренде среди дворян было изучение иностранных языков: при Петре Великом – немецкого, голландского; позже – французского. Большой любительницей путешествий была Екатерина II, в сопровождении свиты, вместе с иностранными послами она пересекла всю западную часть империи, проплыла по Днепру, осмотрела города Херсон и Севастополь. Совершали путешествия и другие представители царской фамилии. Каждый дворянин имел право уехать за границу и вернуться в любое время. Павел I вместе с супругой под именем графов Северных путешествовали в течение года и двух месяцев, побывали во многих немецких городах, посетили Австрию, Нидерланды, Францию, Италию.

ОТ ОДИНОЧНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ – К ОРГАНИЗОВАННЫМ ГРУППАМ ПО ИНТЕРЕСАМ

Уже в XVIII веке были предприняты первые попытки организации путешествий за границу для всех желающих жителей российской империи. Иностранец Вениамин Генш в 1777 году выпустил несколько страниц приложения к газете «Московские ведомости», в которых представил План предпринимаемого путешествия в чужие края. Это было первое приглашение россиянам совершить групповую поездку в страны Западной Европы, организацию которой брал на себя составитель



плана. В. Генш принадлежал к числу хорошо образованных людей своего времени, сам неоднократно совершал путешествия в европейские государства и понял их важную познавательную ценность. В соответствии с Планом предусматривалась поездка группы молодых дворян в один из немецких, итальянских или французских университетов, затем проезд по маршруту, следующему через Швейцарию, Италию и Францию, для ознакомления с искусством этих стран и фабричным делом. Условия путешествия оговаривались в специальном контракте.

Со второй половины XVIII века в школьном обучении педагогами Н.И. Новиковым, Ф.И. Янковичем, В.Ф. Зуевым и другими использовался элемент экскурсии.

Основными препятствиями для путешествий XVIII – начала XIX века по России были плохие дороги, отсутствие нормаль-

ного жизнеобеспечения в пути (гостиниц, трактиров, станций для смены или отдыха лошадей). Возможность заграничных путешествий была ограничена в материальном отношении даже для высшего сословия. В 1820-е годы заграничный паспорт стоил 500 руб. серебром, а разрешение на выезд нужно было получить у императора лично. К тому же выезд разрешался только для обучения, лечения или совершения коммерческих сделок. Но уже в 1850-е годы порядок выезда либерализовался, и к концу XIX века география путешествий состоятельных дворян распространилась по всем странам Европы. Италия, Швейцария, Германия, Швеция и другие страны привлекали россиян. В начале XX века стоимость путешествий становится гораздо меньше, что расширяет круг возможностей для людей с достатком несколько выше среднего. В конце XIX – начале XX века русские составляли значительную часть отдыхающих на французских морских курортах (Лазурный берег и побережье Атлантики). Туристский бизнес в этих местах был ориентирован на русских туристов: открывались «русские пансионы», содержанием которых, как правило, были люди русского происхождения.

Поездки для лечения внутри страны стали практиковаться с XVIII века. Ездили к святым и целебным источникам, но уже с оздоровительной целью. Так, 20 марта 1719 года Петром I был издан указ об открытии в Карелии курорта «Марциальные воды». Это послужило началом изучения лечебных свойств минеральных источников и распространения путешествий с целью лечения и оздоровления. Возникают бальнеологические курорты в Старой Руссе, Кашине, недалеко от Самары (Сергиевские Минеральные Воды), Липецкий бальнеологический и грязевый курорт, курорты Ялты, Кавказских Минеральных Вод. В 1863 году группа учёных основала Российское бальнеологическое общество.

В XVIII веке появляются первые путеводители по Петербургу и Москве, в XIX – по другим крупным городам России и по европейским столицам. С 1888 года открывается специальное издательство для публикации путеводителей.



Развитие науки, изобретения в области техники, появление железных дорог, паровозов – всё это способствовало быстрому распространению внутренних и внешних поездок с разными целями.

Первая организованная экскурсия для студентов была инициирована Н.А. Головкинским, профессором геологии Новороссийского университета, в 1876 году. Ему удалось договориться о бесплатном проезде для своей группы на пароходе Русского общества пароходства из Одессы в Крым и обратно.

Первое небольшое объединение любителей горного туризма было создано в Тифлисе в 1878 году, но просуществовало оно всего несколько лет, а количество его участников не превышало 40 человек. Деятельность тифлисского клуба была направлена на поездки исследователей в направлении Черноморского побережья и Кавказа, однако в связи с опасностью и труднодоступностью такие экспедиции быстро сошли на нет. Позже это общество объединилось с Кавказским отделением Русского географического общества, и оно теперь считается родоначальником всех последующих горных клубов России.

В 1881 году, после того как паломничество в Святую палестинскую землю совершили великие князья, император Александр III подписал указ о создании Императорского православного палестинского общества. Эта общественная организация приобретала недвижимость на Ближнем Востоке и организовывала путешествия в Святую землю.

Благодаря всё возрастающему интересу к Крыму в 1890 году появилось объединение любителей гор, названное Крымским горным клубом. Цели были поставлены следующие: исследование крымских гор и облегчения пребывания в них, поддержка отраслей сельского хозяйства, охрана редких видов растений и животных.

ПЕРВОЕ ОБЩЕСТВО РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

И наконец в 1895 году в Санкт-Петербурге было образовано Российское общество туристов (РОТ). Его другое на-

звание – Русский туринг-клуб. Так слово «турист» впервые вошло в более-менее широкий обиход в русском языке.

Уже к 1903 году в членах РОТ числился 2061 участник. Руководил им потомственный дворянин Николай Андреевич де Шарио. Чтобы стать членом этого общества, нужно было внести вступительный взнос в размере двух рублей. Отказать могли некоторым категориям граждан, например состоявшим на действительной военной службе нижним чинам и юнкерам, учащимся военных, морских и духовных ведомств, осуждённым, ссыльным и прочим, состоявшим под надзором полиции, а также профессиональным велосипедистам.

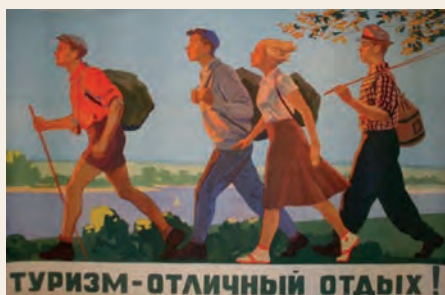
Поначалу целью организации было поощрение активного образа жизни, вроде велосипедных прогулок на большие расстояния. Но вскоре ассоциация стала создавать условия для путешественников-велосипедистов уже не только в России, но и за её пределами. Активно организовывались совместные поездки, издавались шоссейные карты и дорожные сборники, заключались соглашения с владельцами гостиниц о льготных условиях для членов общества и даже дружественные договоры с иностранными туристическими сообществами из Германии, Бельгии, Австрии, Италии, США и других стран. Кроме того, РОТ популяризировало тему туризма, проводя экскурсии в образовательных учреждениях, например в Юрьевском университете, в Ярославской дирекции народных училищ, в педагогических институтах и в различных музеях.

В 1916 году ассоциация была закрыта. Причиной тому стала Первая мировая война. Спустя примерно 4 года деятельность организации попробовали возобновить, но попытка оказалась неудачной.

ТУРИЗМ СОВЕТСКИЙ

По окончании Гражданской войны 1917–1922 годов страна находилась в критическом состоянии, потребовавшем срочного восстановления и индустриализации. И на этом этапе именно индустриализация страны стала причиной возникновения и пропаганды туризма. Он был призван выполнить задачу не только по решению вопроса о культурном и полезном отдыхе для трудящихся без существенных денежных вложений со стороны государства, но и повысить грамотность путём наглядного познания просторов Родины.

В РСФСР первое время вопросом туризма занимался подотдел внешкольного образования Народного комиссариата просвещения. В 1920 году его преобразовали в Главный политико-просветительский комитет республики (Главполитпросвет) под председательством Надежды Крупской. В 1926 году появилось Объединённое экскурсионное бюро (ОЭБ).



В 1927 году на очередном совещании ЦК ВЛКСМ было предложено создать добровольное общество по развитию массового туризма. Через пару лет на базе Российского общества туристов образовалось Общество пролетарского туризма. Его целью было развитие массового туризма в СССР. Полноценно же идея воплотилась 8 марта 1930 года в результате слияния Общества пролетарского туризма (ОПТ) и АО «Советский турист». Новая организация получила название Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ).

Туризм оставался поддерживаемым государством и пропагандируемым досугом на протяжении всего существования Советского Союза.

Туристам в любые, даже нелёгкие, времена предоставлялись льготы в виде нулевой оплаты проезда по железной дороге. А вспомните знаменитый «Завтрак туриста»: с лёгкой руки советских сатириков над этим видом консервов принято было смеяться, но в походе они, и правда, были незаменимы, оттого и расходились миллионами банок.

В НОВОЙ РОССИИ

В современной России любителей туризма объединил Туристско-спортивный союз России (ТССР) при Госкомспорте и его подразделение – Федерация спортивного туризма России. В организацию входят не только любители, но и профессионалы, а также организаторы спортивных турпоходов, путешествий и туров. ТССР продвигает все виды активного отдыха и путешествий в нашей стране и по всему миру.



Однако отправиться в путешествие сегодня легко, и не будучи членом того или иного туристического сообщества. Всё стало гораздо доступнее: многие отели, туроператоры и перевозчики делают очень выгодные предложения на любой вкус и кошелек, блогеры делятся советами и рассказывают, как путешествовать выгодно, интересно, безопасно, с комфортом, или,



наоборот, с элементами экстрима, какие места стоит посетить. Остаётся только посмотреть предложения и выбрать точку на карте, куда бы вы хотели отправиться в очередной раз. И помните: называя себя российским туристом, вы являетесь продолжателем славной истории и должны нести это имя с честью!

Источники:

https://www.sportmaster.ru/media/articles/istoriya-turizma-v-rossii/?utm_referrer=https://www.google.com/

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%B9_%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BD

<https://ros-vos.net/holy-land/viz/3/10/>

<https://www.pravoslavie.ru/511.html>

<https://dni-i-nochi-v-sochi.ru/istoriya-turizma-v-rossii/>

ВЫДАЮЩИЕСЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКИ И ТУРИСТЫ РОССИИ И СССР

• **Константин Ренгартен** – 15 августа 1894 года первым отправился пешком вокруг земного шара и через 4 года 1 месяц и 12 дней удачно его завершил. За это время им было пройдено 26 877 км по европейской части России, он обогнул Каспийское море, пересёк Персию, пустыни Средней Азии, Казахстана и Гоби, прошёл Северный Китай, Японию, США. По возвращении им была издана брошюра «Пешком вокруг света». К. Ренгартен – потомок баронского рода, готовился к этому путешествию 10 лет.

• **Анисим Панкратов** – 10 июля 1911 года отправился на велосипеде вокруг света и 28 июля 1913 года успешно закончил его. За это время он проехал около 50 000 км. Исколесил Россию, Германию, Италию, Грецию, Болгарию, Францию, преодолел Альпы на высоте 2500 м, достиг США, проехал Японию и Китай. Это был утверждённый маршрут от Международной ассоциации циклистов, закончить который, кроме него, не смог никто. За это ему была вручена «Бриллиантовая звезда». В дальнейшем А. Панкратов – герой Первой мировой войны, авиатор, награждённый крестами святого Георгия всех четырёх степеней. По профессии – часовой мастер.



• **Николай Крыленко** – государственный деятель, заслуженный мастер альпинизма. В 1929–1936 годах – председатель Общества пролетарского туризма, превративший туризм в крупное общественное движение в стране, сделавший его одним из средств социалистического строительства первого в мире государства рабочих и крестьян. В 1929 году возглавил альпинистский отряд экспедиции на неизведанные территории пика Ленина и озера Кара-Куль, в котором был открыт новый перевал, впоследствии названный перевалом Крыленко.

• **Василий Семёновский** – заслуженный мастер спорта СССР, заслуженный мастер альпинизма, совершил около 400 серьёзных восхождений. В 1930 году написал пособие «Горный туризм», на котором воспитывались целые поколения спортсменов и инструкторов советского горного спорта. В 1936 году был избран председателем секции альпинизма при Туристско-эксперсионном управлении ВЦСПС.

• **Глеб Травин** – совершил одиночный велопоход с 1928 по 1931 год. Начав от Владивостока, он захватил Среднюю Азию, Таймырский полуостров, мыс Дежнёва, Камчатку и целый ряд других регионов, регулярно подвергаясь самым разным опасностям, что не мешало ему время от времени общаться с местными жителями, школьниками, охотниками и рассказывать им о пользе спорта и туризма. В 1965 году о его путешествии вышла книга А.А. Харитановского «Человек с железным оленем».

• **Леонид Вегенер** – с 1962 года осваивал малоизученные высокогорья Архыза и проводил исследования горной части Абхазии. Внёс большой вклад в издание книг путём описания перевалов Кавказа, участвовал в создании путеводителя по Архызу и крупномасштабной картосхеме «Архыз–Бзыбь», ей пользовались туристы всей страны. Кроме того, расшифровал много

кавказских названий, что было признано авторитетными специалистами в области кавказской топонимики.

• **Сергей Анисимов** – кандидат географических наук, член Союза писателей СССР, с 1901 по 1930 год автор более 300 книг о Кавказе, организатор 14 экспедиций по Кавказу, Эльбрусу и Казбеку. С 1934 по 1936 год читал лекции в школе инструкторов для командиров Красной армии, во время Великой Отечественной войны, будучи уже в пенсионном возрасте, выезжал на линию фронта, где рассказывал о героической истории Родины.

• **Александра Игнатенко** – в 1942 году была привлечена к формированию горно-стрелковых отрядов для обороны Кавказа из числа опытных альпинистов и туристов. С 1931 года занималась созданием маршрутов и турбаз в опасной и труднодоступной Сванетии, была руководителем экспедиций и сложных зимних восхождений, одна из лучших знатоков Кавказа. Обладатель наград «За оборону Москвы», «За Победу над фашистской Германией», «За доблестный труд в Великой Отечественной войне», «Ветеран Великой Отечественной войны», кроме того, она – мастер спорта СССР и ветеран туризма.

• **Евгений Костарёв** – в 1940 году впервые в СССР прошёл на байдарке Верхневолжскую кругосветку. В 1948 году группа туристов с его участием совершила первый в стране водный поход высокой категории по рекам Архангельской области. В 1954 году – первопрохождение по реке Чулышман до Телецкого озера на байдарке. Опыт, технику и знания передавал молодёжи. Он стал признанным авторитетом среди туристов, удостоен званий мастер спорта СССР, «Заслуженный путешественник России», «Отличник физической культуры и спорта», был первым председателем Всесоюзной федерации туризма и защитником интересов туризма в борьбе с чиновниками.

• **Григорий Федосеев** – в 1938 году руководил экспедицией по Ангаре, на Средней и Нижней Тунгуске, исследовал Яблоновый, Джугджутский и Становой хребты, Охотское побережье. Участвовал в создании карт районов Братской, Усть-Илимской, Богучанской и Зейской ГЭС, БАМа. В дар Академии наук передал большую коллекцию растений, шкур и рогов обитателей Сибири и Дальнего Востока. На основе личных дневников написал серию художественных книг: «Злой дух Ямбуя», «Последний костёр», «Смерть меня подождёт», «Меченый» и др.

• **Юрий Штюмер** – мастер спорта СССР, автор книги «Опасности в туризме, мнимые и действительные», ставшей важным вкладом в литературу по туризму. Цель книги – прояснить вопросы по безопасности на маршрутах и при подготовке к ним. Приводятся примеры несчастных случаев с разбором допущенных ошибок. Наибольшую роль в создании книги играет накопленный туристами коллективный опыт.

• **Кирилл Бардин** – мастер спорта СССР, член Всесоюзной маршрутной комиссии, автор книги «Азбука туризма», написанной на основе многолетнего опыта работы со школьниками. Книга является незаменимым помощником для учителей и руководителей походов с детьми. В ней описаны налаживание взаимоотношений в группе, порядок и организация бивачных работ, тонкости работы с подростками, правильное и безопасное проведение похода.

Музей-заповедник А.С. Пушкина: НАШЕ НАСЛЕДИЕ И БУДУЩЕЕ

Государственный историко-литературный музей-заповедник А.С. Пушкина – это место, где оживает история великого поэта. О его уникальности, ценных экспонатах, реализованных проектах и планах на будущее нам рассказал Александр Михайлович Рязанов, заслуженный работник культуры РФ и директор музея.



– Александр Михайлович, ваш музей-заповедник – одно из ключевых памятных мест культуры не только Одинцовского района, но и всей России. Ведь Пушкин, как известно, – «наше всё», а именно здесь он рос и формировался как личность. Те, кто бывал в вашем музее, конечно, не забудут этого посещения. А для тех, кто тут ещё не был, расскажите вкратце: почему здесь стоит побывать? В чём уникальность этого места?

– Все мы с детства усвоили тот факт, что Александр Сергеевич Пушкин является родоначальником современного русского языка. А где он научился говорить по-русски и кто был его первым учителем? На все эти вопросы можно найти ответы, побывав в усадьбах Захарово и Вязёмы. Не случайно эти места называют поэтической родиной Пушкина. В этом и есть уникальность нашего музея.

– Какова история создания музея? Какими уникальными экспонатами вы больше всего гордитесь?

– Создание музея-заповедника А.С. Пушкина в Подмоскowie – длительный процесс. Официальное решение о создании государственного музея-заповедника было принято только в 1987 году.

О комплектовании музея экспонатами можно написать целую книгу. Сегодня он обладает богатейшей коллекцией, насчитывающей свыше 20 тысяч экспонатов. Наша гордость – прижизненные издания поэта, масонский диплом Семёна Августа и дамский альбом с автографами современников Пушкина. Также хочу отметить уникальность архитектурных и природных памятников, таких как церковь Преображения, здание Конного двора, парки в усадьбах Вязёмы и Захарово.

– Расскажите о программах, реализуемых музеем? Какова их целевая аудитория?

– Наш музей-заповедник прежде всего посвящён детству великого поэта, поэтому особое место отводится детским программам.

Для детей у нас созданы:

- детский центр «Кот учёный» – кружки русского и английского языков, рисования, краеведения, студии журналистики и театра;
- занятия для дошкольного возраста – «Что за прелесть эти сказки»;
- для школьников – «Вещный мир крестьянской избы» и «Где детство с юностью сливались»;
- конкурс юных поэтов;
- школьная пушкинская конференция;
- международный конкурс детского рисунка «А.С. Пушкин глазами детей».

Для взрослых:

- конференции «А.С. Пушкин в Подмосковье и Москве» и ежегодные Голицынские чтения «Хозяева и гости усадьбы Вязёмы»;
- концерты из цикла «Музыкальные вечера в русской усадьбе имени З.А. Игнатьевой» (по субботам и воскресеньям);
- лекции и «неспешные чтения» произведений Пушкина (по субботам).

– В начале июня на базе музея планируется проведение фестиваля «ПРОЕКТ: ПОЭТ». Какова концепция данного мероприятия и в чём его цель?

– С 6 по 8 июня в усадьбе Вязёмы проходил юбилейный литературно-поэтический фестиваль «Проект: ПОЭТ» – одно из главных культурных событий лета.

В программе – выступления известных актёров, поэтов, театральные перформансы, мастер-классы, «открытый микрофон» и фотозоны. Среди участников – Борис Щербаков, Юлия Рутберг, Гоша Куценко, Павел Деревянко, Евгений Чебатков и другие.

Для юных гостей подготовлены музыкальный спектакль «Сказка о рыбаке и рыбке» и показ мультфильма «Ай да Пушкин!».

Цель фестиваля – популяризация творчества Пушкина и его эпохи, которая подарила миру многих гениальных личностей.

– Как вы оцениваете результаты деятельности музея в 2024 году? Чувствуете ли на деле тенденцию повышения интереса к внутреннему туризму?

– Прошлый год проходил для музея под знаменем юбилея А.С. Пушкина – 225 лет со дня его рождения. За это время были проведены большие реставрационные работы, реэкспозиция, открыты многочисленные выставки и изданы эксклюзивные научные материалы, посвящённые нашему музею.

Благодаря проведённым работам число посетителей возросло до 344 тысяч человек в 2024 году, а увлечение историей нашего отчества, культуры и творчеством поэта привело к внушительному росту внутреннего туризма.

– Каковы задачи музея-заповедника в 2025 году? А в дальнейшей перспективе?

– Текущий год тоже юбилейный. Это год 80-летия Победы в Великой Отечественной войне и юбилейный год для семьи Пушкиных. Так, в начале года состоялось мероприятие в честь М.А. Ганнибал, а в парке Победы открылась выставка «В каждой семье свой герой».

Также на этот год запланировано разработать ряд новых научных тем, продолжить благоустройство территории двух усадеб, открыть летний выставочный зал и многое другое.

**МЫ ПРИГЛАШАЕМ ВСЕХ, КТО
НЕРАВНОДУШЕН К РУССКОЙ
ИСТОРИИ И ЭПОХЕ ПОЭТА, ПОСЕТИТЬ
УСАДЬБЫ ЗАХАРОВО И ВЯЗЁМЫ –
ПОЭТИЧЕСКУЮ РОДИНУ ПУШКИНА!**

Семён и Олеся Жильцовы:

«Частные музеи России – важный сегмент креативной индустрии, а их роль в сохранении культурного наследия страны достаточно велика...»



С момента зарождения феномена коллекционирования в незапамятной древности и до недавнего по историческим меркам времени коллекции существовали исключительно частные. Более того, во всём мире нередко случаи, когда именно частные коллекции давали начало лучшим государственным музеям! А в том, что касается развития туризма, роль частных музеев трудно переоценить, опираясь опять-таки на мировую практику. О миссии частных музеев в развитии туризма и культурной жизни в целом мы побеседовали с Семёном Александровичем Жильцовым, основателем и директором частного учреждения культуры «Сергиево-Посадский музейный комплекс», почётным президентом Союза частных музеев и коллекционеров России (СМК), и его супругой, сооснователем и учредителем комплекса Олесей Сергеевной.

– Семён Александрович, по своему первому образованию вы были далеки от музейного дела, но сейчас, как вы говорили в одном интервью, «не представляете себе жизни без своих музеев». Как это вышло?

С.А.: До музейной деятельности я успел поработать в бизнесе, получить опыт на посту вице-президента ТПП Московской области. Создание музея стало для меня новым, в чём-то неожиданным, но очень увлекательным делом, без которого сейчас уже сложно представить себя.

Все музеи мы создавали вместе с моей супругой – Олесей Жильцовой. Первым стал Музей советского детства. Его исто-

рия началась с вопроса наших детей: «Мам, пап, а во что вы играли в детстве?». И понеслось: мы попросили бабушек и дедушек найти наши игрушки, показали их детям – это были настольные игры, машинки, резиновые игрушки и пупсы. Так неожиданно для нас самих ожили наши воспоминания о детстве. Появился интерес найти и приобрести те игрушки из своего детства, которые не сохранились. Дальше – больше: мы посещали антикварные магазины, «барахолки», покупали игры в интернете, заинтересовались историей производства игрушек в СССР, заводами-производителями, редкими моделями и т.д. Когда собрание превысило тысячу предметов, поняли, что хотим показать свою коллекцию людям. Сначала открыли выставку на площади 30 квадратных метров. Неподдельный интерес посетителей подтолкнул нас на создание музея. Мы строили бизнес-модель, изучали историю производства игрушек в СССР, искали информацию, готовили экскурсии. Перед открытием Музея советского детства была проделана большая работа. Полученные знания и опыт позволили успешно развивать проект, а впоследствии оторвать в Сергиевом Посаде ещё ряд музеев и туристский информационный центр.

– Семён Александрович, сегодня вы являетесь генеральным директором частного учреждения культуры «Сергиево-Посадский музейный комплекс», включающего шесть организаций: Му-



зей советского детства, Музей частных коллекций, Музей брендов, истории и дизайна упаковки, Музей архитектурных макетов достопримечательностей городов Золотого кольца «Арт-макет», Музей «РетроГараж» и туристский информационный центр «Гостеприимный Сергиев Посад». Что представляет собой сегодня ЧУК «Сергиево-Посадский музейный комплекс»? Расскажите подробнее.

С.А.: Все перечисленные музеи и инфоцентр являются структурными подразделениями Частного учреждения куль-

туры «Сергиево-Посадский музейный комплекс». Расскажу о каждом культурном объекте отдельно.

Музей советского детства посвящён играм и игрушкам периода с 1950-х до 1990-х годов, истории их создания и педагогической составляющей. Также здесь представлены предметы из детства советского ребёнка. Кроме того, мы рассказываем посетителям историю города как столицы игрушки. В советское время в Загорске находился единственный Всесоюзный научно-исследовательский институт игрушки, который курировал игрушечную промышленность, разрабатывал эскизы игрушек и экспериментальные образцы. Здесь творили художники и скульпторы, игрушка создавалась под пристальным контролем педагогов.

Музей частных коллекций находится в том же здании. Главная экспозиция включает в себя коллекции, собранные нами с супругой. Мы собираем разные коллекции: ёлочные игрушки, открытки, значки, пластинки, фото-, теле- и видеоаппаратуру и многое другое. В музее проходят тематические выставки уникальных собраний из разных уголков России, они дополняют основную экспозицию. Музей даёт возможность гостям и жителям города увидеть коллекции из других регионов, а коллекционерам – показать свои собрания широкой публике.

В Музее брендов, истории и дизайна упаковки представлена упаковка известных кондитерских, парфюмерных, про-





довольственных и других компаний XIX и XX веков, а также предметы уникального художественного дизайна. На экскурсиях посетители узнают историю предпринимательской деятельности в России, о рекламе и разнообразии упаковки в мире, а также о её развитии в России, большое внимание уделено становлению семейного предпринимательства XIX века.

Сергиев Посад – один из самых посещаемых туристических центров страны. В помощь гостям города мы открыли ТИЦ «Гостеприимный Сергиев Посад». В нём можно получить программу: что посмотреть, где остановиться, как добраться. Основная его деятельность – корпоративные группы.

В начале 2025 года в состав музейного комплекса вошёл Музей архитектуры в миниатюре «Арт-макет». Мы рекомендуем туристам начинать знакомство с Сергиевым Посадом именно с него – здесь посетители узнают историю создания города, святых мест и с высоты птичьего полёта увидят архитектуру Свято-Троицкой Сергиевой лавры, Черниговского скита, Покровского монастыря, оценят красоту водопада Гремячий ключ. После «Арт-макета» туристы уже «подкованы» информацией, они со знанием деталей смогут продолжить самостоятельно знакомиться с Сергиево-Посадским городским округом. К тому же в музее расположены макеты других городов Золотого кольца России. Это место для всей семьи – здесь каждый сможет узнать для себя что-то новое и вдохновиться будущими путешествиями по России.

«Вишенкой на торте» стал музей «Ретро-гараж», который открылся в июне 2025 года. В основу музея легла коллекция ретроавтомобилей братьев Жильцовых – Семёна и Евгения. Евгений Александрович на протяжении трёх лет собирал «капсулы времени» – занимался поиском «винтажных» автомобилей. «РетроГараж» расскажет о силе инженерной мысли наших соотечественников и о том, какими достижениями в автопроме стоит гордиться. Некоторые стенды стилизованы под сцены из любимого советского кино, для этого был подписан официальный контракт с «Мосфильмом». А также здесь представлены интерактивные экспонаты, которые позволяют увидеть устройство двигателя, услышать звуки различных моторов, попробовать свои силы, накачав колеса техники от велосипеда до грузовика, и многое другое.

– Но начиналось всё с Музея советского детства. Что представляет музей сегодня? У какого контингента, по вашим наблюдениям, он больше пользуется спросом? У вас есть некий портрет среднего посетителя?

О.С.: Сегодня Музей советского детства – одно из любимых туристических мест в Сергиевом Посаде. Музей уже третий год подряд получает твёрдую пятёрку по отзывам в Яндекске и имеет статус «Яндекс. Хорошее место – 2025», получает награды «Золотой стандарт культуры гостеприимства», в 2024 году получил статус «Отличное место на маршруте “Золотое

кольцо России”». Мы проводим экскурсии для школьников, студентов, групп из клуба «Активного долголетия», приезжают детские лагеря, но основной наш посетитель – это семьи с детьми и бабушки с внуками, которые хотят показать детям недавнюю, но такую важную для всех историю.

– Олеся Сергеевна, у вас семейный бизнес – это легче или тяжелее, чем его стандартная схема? Задала этот вопрос и невольно вспомнила прибаутку «Не бери мои игрушки...» Что нужно членам семьи, чтобы преуспеть в семейном бизнесе? Никогда не жалели, что пошли по этой дороге?

О.С.: В нашем случае семейный бизнес – это общее любимое дело, в нём задействованы все члены семьи, его поддерживают дети, а теперь ещё присоединился брат Семёна Александровича – Евгений. Но нужно понимать, что это тяжёлая работа, потому что она не заканчивается в 18:00 или в 19:00, а плавно перетекает домой, заполняет все выходные. Прежде всего семье нужно набраться терпения, стараться разграничивать работу и дом: приходя домой, как можно меньше говорить о работе. Вот это нам и не удаётся – мы всё время в творческом полёте, постоянно обсуждаем рабочие процессы, поручения, текущие вопросы, строим планы на будущее. Мы, без преувеличения, живём своим делом – главное, чтобы это устраивало всех членов семьи.

Большой плюс семейного бизнеса – это то, что ни одному бизнес-партнёру не доверишься так, как своей второй по-

ловинке, поэтому не требуется никаких дополнительных проверок, документов и контроля. Конечно, это упрощает схему бизнеса, но при этом каждый в семье должен чётко понимать, какое направление берёт на себя и за что именно несёт ответственность.

Каждый основатель частного музея задумывается, что дальше будет с его коллекцией и музеем. Цель родителей, конечно, – передать семейное дело будущему поколению. И, для того чтобы коллекция не стала обузой для преемников, она должна быть оформлена, описана, в музее должна быть выстроена работа с персоналом, налажены бухгалтерия и документация, настроены реклама, продвижение и многое другое.

Мы ни разу не пожалели о выборе семейного дела, оно дополнительно объединяет нашу семью – мы смотрим в одном направлении, знаем, куда хотим развиваться, и вместе добиваемся поставленных целей.

Есть ощущение, что до создания музея мы шли совсем не той дорогой, а когда создали общее дело и почувствовали, что вместе имеем большую рабочую эффективность, пришло осознание, что это и есть тот самый истинный путь.

– У Музея брендов, истории и дизайна упаковки какой-то непростой бэкграунд – он сначала открывался в Москве, потом закрывался на 10 лет, затем переехал в Сергиев Посад... Расскажите эту историю. И о музее, конечно.

О.С.: История коллекции идёт с начала 1990-х годов, когда главный редактор журнала «Тара и упаковка» Игорь Смирennyй и его супруга Галина стали собирать образцы упаковок и этикеток. Благодаря своей профессиональной деятельности они собрали коллекцию из более 3000 экземпляров. С 1999 года частная экспозиция работала в центре Москвы, в здании Политехнического музея, но в 2011 году была закрыта из-за реставрации здания, а частная коллекция попала на склад и пролежала там более 10 лет.

Супруги Игорь и Галина обратились к моему супругу Семёну Александровичу как к человеку, известному в частном музейном мире и среди коллекционеров, с просьбой создать тематический музей и принять в него коллекцию, дав ей вторую жизнь. Мы прониклись жизненной историей Смиренных, тем, как они увлечены этой темой на протяжении многих лет, как упорно идут к тому, чтобы коллекция приносила образовательную пользу. Так коллекция перешла из рук одной увлечённой своим делом семьи в руки другой. Мы полгода искали помещение, параллельно писали концепцию и план развития, в течение года делали ремонт, закупали выставочное оборудование и только в начале октября 2022 года музей начал свою работу.

Фонды музея располагают коллекциями уникальных образцов тароупаковочной и этикеточной продукции, а также архивными материалами по истории упаковочной промышленности России XIX–XX веков. Многие экспонаты относятся к историческим реликвиям – они существуют в одном или в нескольких экземплярах. Это неповторимые материальные документы трёх эпох развития российской промышленности, к их созданию приложили руку известные российские художники и дизайнеры (в том числе Кандинский, Малевич, Родченко и др.). Эти коллекции представляют огромный интерес для современных дизайнеров, конструкторов упаковки, учёных, работающих в сфере производства и потребления упаковочной продукции, преподавателей и студентов профильных специальностей и специализаций. Коллекции музея позволяют представить историю упаковки и этикетки в России на протяжении более 200 лет. Они наглядно показывают последовательную эволюцию художественных и технических приёмов промышленного дизайна в целом и по отдельным отраслям экономики. Это неотъемлемая часть культурного наследия России, а также часть истории повседневности, где зафиксирована неповторимая атмосфера прошлых эпох.

К тому же мы разбавили экскурсию проведением мастер-классов, и они становятся всё более популярными у посетителей. Проводим мастер-класс по упаков-

ке конфет, по созданию индивидуальных ароматов, по декупажу... И маленький бонус для туристов: прямо из музея можно отправить открытку своим друзьям и близким в любой уголок России.

– Семён Александрович, как я понимаю, создание музея частных коллекций связано с тем, что вы с 2020 года возглавляете Союз частных музеев и коллекционеров России (СМК)? Или я ошибаюсь? Какие коллекции можно увидеть в музее? Там представлены только сменные экспозиции или есть постоянная? Расскажите историю создания этого музея.

С.А.: Музей частных коллекций создавался раньше, чем появился Союз. Этот музей – сменное выставочное пространство, экспозиции меняются каждые 2–3 месяца и соответствуют какой-то определённой теме. Например, в преддверии Нового года мы по традиции проводим выставки, посвящённые ватным игрушкам и сказкам, ещё были выставки техники, анималистики, выставлялись коллекции, посвящённые цирку и советским мультфильмам; каждый раз мы находим что-то новое. Мы даём возможность коллекционерам и музеям из других регионов на безвозмездной основе выставить свои экспонаты. На одной площадке порой собираются коллекционеры из разных уголков России, а география участников уже весьма обширная: Калмыкия, Воронежская, Владимирская и Ярославская области, Санкт-Петербург и Москва.



Коллекционерам такие выставки дают возможность посмотреть музейную жизнь изнутри, получить новые знания, знакомства, а порой даже пополнить свою коллекцию – были случаи, когда посетители приносили в дар коллекционерам ценные экспонаты. Для музеев это дополнительная реклама, повышение узнаваемости. Музей частных коллекций дал нам понимание, что в музейной сфере важны объединение, общение и обмен опытом. Идея общего выставочного пространства впоследствии легла в основу проекта «Дом музеев», реализованного Союзом частных музеев и коллекционеров. Дом музеев сначала находился на ВДНХ, а сейчас переехал в Ярославль, в столицу городов Золотого кольца России.

– Семён Александрович, вы ещё преподаёте в Российском государственном гуманитарном университете, в частности выступаете перед студентами с авторской лекцией «Частное музейное дело». Расскажите об этом. Почему это важно для вас?

С.А.: Мне было очень приятно получить приглашение от РГГУ познакомиться студентов с такой дисциплиной, как частное музейное дело. Это мой авторский проект, принять участие в нём я пригласил основателей успешных частных музеев. Серия лекций рассказывает о практических навыках, о полезной модели частного музея, о формировании частной коллекции и её экспонировании, о поиске и обучении персонала, о том, как подобрать и выбрать помещение, о бизнес-процессах, о продвижении и рекламе, об онлайн-продажах и о многом другом.

– Вы также соавтор книги «Креативные индустрии», выпущенной ВШЭ. Что это за книга, в соавторстве с кем писалась, какие



аспекты затрагивает? Какова роль частных музеев в развитии сферы креативных индустрий?

С.А.: Креативные индустрии стали одним из самых быстро развивающихся секторов экономики, его вклад в валовый внутренний продукт в ряде стран превышает 10%. Креативные индустрии объединяют очень разные, казалось бы, направления: дизайн и моду, музыку и кино, архитектуру и народные художественные промыслы, программирование и многие другие. И частные музеи, разумеется.

Креативные индустрии – не только стремительно развивающийся субъект национальной экономики, но и новое социокультурное измерение. В его основе лежат творческое начало и предпринимательская инициатива, необходимые для запуска инновационных проектов

и формулирования новаторских идей. В Высшей школе экономики создан факультет креативных индустрий, образование в его рамках нацелено на формирование в сознании студентов разумного баланса между коммерческой и творческой составляющей их будущей деятельности. Этот же факультет ВШЭ стал инициатором выпуска данного научно-практического издания, в котором в качестве авторов приняли участие ведущие эксперты в отраслях, связанных с креативной индустрией страны. И, конечно, мне показалось важным затронуть и развить в этой книге тему частных музеев в России, весьма, на мой взгляд, перспективную.

– Тот же вопрос можно сформулировать шире: как вы видите роль частных музеев в развитии туризма в России? И в сохранении национального культурного наследия?

С.А.: На мой взгляд, роль частных музеев в сохранении культурного наследия достаточно велика. Дело в том, что большинство частных коллекций скрыто от глаз зрителей – кто-то хранит экспонаты дома в витринах, кто-то в гараже, а кто-то для своей коллекции снимает отдельную квартиру. Но в любом случае эти богатства передаются из поколения в поколение, а отдельные экземпляры и даже полные коллекции – в фонды государственных музеев. Сложность заключается в том, что по ряду причин не все частные коллекции государственные музеи хотят принимать, и это достаточно частое явление. В перспективе было бы правильно создать онлайн-площадку для частных коллекций, которые люди хотели бы реализовать или передать.

О.С.: Что до туризма, его развитие в России идёт семимильными шагами. Приезжая в тот или иной уголок России, путешественники хотят увидеть местную культуру, природные ландшафты, архитек-





туру, узнать историю, попробовать местные блюда и погрузиться в атмосферу аутентичности. Но люди не путешествуют только ради гостиниц или только из-за ресторанов, хотя в сфере туризма есть и такая составляющая, как гастротуризм, а также шикарные отели с медицинским уклоном и спа-процедурами. Посещая новое место, мы хотим получить всю гамму впечатлений и составить о нём собственное мнение. В этом помогают в том числе малые частные музеи. Чем больше в городе таких точек притяжения и достопримечательностей, тем дольше пробудет турист здесь: останется не на одни сутки, на двое-трое, а порой даже на неделю, а это значит, что он будет оплачивать гостиницу, планировать питание в ресторанах и кафе, посещать магазины, автозаправки и аптеки, многократно увеличивая чек пребывания, а это, конечно, влечёт за собой развитие региональной экономики.

– Кстати, мы не поговорили о вашем информационном центре: почему возникла необходимость его создания? Какие функции он выполняет? Чем может быть полезен гостям Сергиева Посада? В каком русле планируете его развивать?

С.А.: Туристский информационный центр появился естественным путём, когда мы увидели, что посетители музеев не знают, куда отправиться дальше и что ещё посмотреть. Сотрудникам музея приходилось консультировать туристов: какие ещё музеи есть рядом, как добраться до парка, какой ресторан выбрать, где оставить машину или взять авто на прокат. Мы фиксировали вопросы, сформировали перечень услуг и создали туристский информационный центр, в который теперь направляем посетителей для составления туристического маршрута. По факту инфоцентр – это первый помощник туриста в городе. Сейчас туристский информаци-

онный центр «Гостеприимный Сергиев Посад» – это отдельная структура в частном учреждении культуры, которая имеет отдел бронирования и продаж билетов в частные музеи, фабрики и мастерские, предоставляет трансфер, проводит обзорные экскурсии по городу и святым местам. Дальнейшее развитие туристского центра будет зависеть от потребностей путешественников. С присоединением к Сергиево-Посадскому музейному комплексу музея «Арт-макет» мы расширили географию информационного центра на все города Золотого кольца России. После подробной экскурсии по истории и архитектуре основных достопримечательностей городов Золотого кольца туристы могут составить свой дальнейший маршрут путешествия. Мы хотим дополнить музей народными промыслами каждого города, достижениями культуры, науки и искусства, рассказать о музеях, парках и усадьбах, которые там находятся.



– Какие первые достижения 2025 года вы можете отметить отдельно?

О.С.: В 2025 году страна отметила важный праздник – 80-летие Победы в Великой Отечественной войне. Сергиево-Посадский музейный комплекс подготовил подарок для жителей и гостей города – перед Музеем советского детства появился легендарный автомобиль ГАЗ М-20, также называемый «Победой». Мы считаем, что не только гранитный мемориал, танк, боевой самолёт или артиллерийское орудие могут напоминать людям о победном 1945-м. В СССР «Победа» стала первым массовым легковым автомобилем и символом послевоенного возрождения страны.

9 мая 2025 года нам была оказана большая честь, и мы приняли участие в торжественном параде на автомобиле ГАЗ 69А. Семён Александрович, управляя данным автомобилем, вёз ветерана Великой Отечественной войны Германа Петровича Кладова, который ехал, стоя, по проспекту Красной Армии и держал в руках флаг Победы.

В каждом музее мы организовали выставки, посвящённые юбилейному году Победы: в Музее частных коллекций – это выставка «Наследники победы», про пионерское движение и пионеров – героев ВОВ. В Музее брендов, истории и дизайна упаковки работает выставка спичечных этикеток и коробков «И спички в борьбе за нашу победу». А в Музее советского детства – выставка военной и патриотической игрушки XX века.

Ещё одним маленьким достижением для нас является разработка и реализация проекта «Зналок города» – игры, которая позволяет нашим посетителям путешествовать по Сергиеву Посаду, узнавать город с новых сторон и получать за это дипломы знатока и памятные сувениры.

«ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»: АРОМАТЫ ПРОШЛОГО И ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ



Редкий гость Коломны, прогуливаясь по улочкам купеческого посада, не заглянет в музейную лавку «Торговля мылом Г.И. Суранова». Она первая встречает посетителей музея «Душистые радости». Там проводят театрализованные экскурсии, погружая в эпоху модерна, и продают товары, сделанные по дореволюционным рецептам. Через призму торговой лавки и музея здесь рассказывают о мыловарении, парфюмерии и гигиене в России XIX века. Это пространство наполнено душистыми ароматами, яркими персонажами, уникальными экспонатами и интересными предметами, приоткрывающими родную историю в необычном свете. Мало кто уходит отсюда без подарочной или сувенирной продукции: поверьте, удержаться невозможно! Мы побеседовали с основательницами этого уникального проекта Мариной Волковой и Натальей Бакушиной, попросили их рассказать об одном из интереснейших туристических мест Подмосковья.

– Марина, Наталья, какова история основания музея «Душистые радости»? Что вдохновило вас на создание этого уникального проекта? Как возникло столь необычное название?

– Изначально мы – жители Москвы, и, когда нам впервые довелось посетить Коломну, нас поразила красота этого города. Судьба свела нас с музеем «Коломенской пастилы» – экскурсию проводила одна из авторов проекта Наталья Никитина. Мы были вдохновлены рассказами об истории и традициях создания пастилы. Затем произошло ещё одно важное событие: наша подруга решила открыть детский клуб в Коломне, и мы, будучи дизайнерами интерьеров, решили ей помочь. В течение года мы часто ездили в Коломну, встречались с Натальей Никитиной и Еленой Дмитриевой, всё глубже погружаясь в их работу. А ещё спустя год мы зарегистрировали свою мануфактуру. Начинили с возрождения мыловаренного промысла по технологиям XIX века. Но, конечно, нам хотелось открыть собственный музей.

Администрация Коломны предоставила нам в аренду здание, построенное

в 1830 году. Оно располагается в Красных торговых рядах, где, по архивным данным, раньше находилась лавка коломенского мыловара Григория Ивановича Суранова. Здание было в удручающем состоянии. По оценке эксперта, оно считалось руинированным в четвёртой степени: отсутствовали перекрытия, окна, частично разрушен фундамент. В 2014 году как социальные предприниматели мы выиграли конкурс проектов и получили беспроцентный заём на реконструкцию, а в 2016 году открыли музей «Душистая радости».

Название родилось из внутреннего убеждения, что все наши старания направлены на то, чтобы дарить людям радость. А «душистые» ароматы помогли и помогают рассказывать парфюмерную историю нашей страны.

– Что представляет собой ваша компания сегодня?

– Самая объёмная часть компании – производство. Оно, как и музей, расположено в Коломне, на территории бывшего завода «Текстильмаш». Сегодня мануфактура выпускает большие подарочные наборы, сюрпризные коробки и милые презенты, наполненные репликами изделий XIX века: вышитые шёлковыми лентами броши, сумочки, ёлочные игрушки, мыла и саше с самыми разными ароматами. И всё это изготовлено вручную талантливыми коломенскими мастерицами, которые творят настоящие чудеса, знакомя людей с забытыми промыслами.

Лавка и музей расположены в одном здании, они – визитная карточка нашего проекта. Мы хотели наполнить это место атмосферой конца XIX века, поэтому экскурсоводы, администраторы и продавцы встречают гостей в образах персонажей дореволюционной жизни. Интерьеры воссоздавали по старинным фотографиям и эскизам.

Также «Душистая радости» представлены в Гастрономе № 1 в ГУМе на Красной площади. Здесь продаются подарочные наборы, музыкальные коробочки, сувенирная продукция, которая отражает культуру и историю нашей страны.

– Как вы выбираете темы для театрализованных экскурсий? Какие программы планируете в будущем и чем они будут интересны посетителям?

– Театрализованные экскурсии в музее меняются в зависимости от сезона. Конечно, помимо темы ароматов, хотелось отразить культурные особенности и традиции, присущие тому или иному периоду. Новогодняя экскурсия рассказывает о том, как раньше украшали дома, что дарили друг другу близкие, какую роль играл аромат в создании праздничной атмосферы. Экскурсия «Утро гимназистки и урок химии» начинается в сентябре, вместе с новым учебным годом. Помимо увлекательного погружения в мир дореволюци-



онного обучения, наши гости узнают о том, как раньше варили мыло, и под руководством экскурсовода проводят химический опыт. Летняя экскурсия «Тайный разговор на языке цветов» раскрывает секреты флирта во время балов и званных вечеров, помогает понять значение многих жестов и сочетаний, а ещё даёт возможность гостям составить свой аромат.

В плане развития музейных программ мы решили сконцентрироваться на мастер-классах. Это востребованный формат, особенно для тех гостей, которые уже бывали на наших экскурсиях.

– Как вы находите и отбираете старинные артефакты для вашей экспозиции? Есть ли у вас для этого какие-то особые источники?

– Экспонаты для музея мы собирали годами, буквально по кусочкам: искали в частных коллекциях, на барахолках, привозили из разных стран и регионов, детали интерьера восстанавливали по старинным фотографиям и эскизам. Сейчас в фонде музея более 600 музейных экспонатов: мыло прошлых веков, парфюмерные флаконы, коробки для духов, рекламные проспекты и многое другое. В основном всё это продукция

дореволюционных российских производителей. В самом начале нашего пути судьба преподнесла нам несколько подарков. Когда мы реставрировали здание будущего музея, в подвальном помещении нашли парфюмерные флаконы дореволюционного периода. А однажды мы увидели объявление жителя Москвы, который предлагал купить мыло XIX века. Когда связались с ним, выяснилось, что у мужчины целый парфюмерный набор, случайно обнаруженный во время ремонта в квартире, доставшейся от тёти.

– Расскажите о ваших самых редких и уникальных экспонатах. Что в коллекции вызывает наибольший интерес у посетителей?

– Все гости разные, сложно выделить какой-то один экспонат, который привлекает внимание. Кто-то подробно расспрашивает про невоскресшие флаконы дореволюционных духов «Персидская сирень» и «Саида» фабрики «Брокеръ и Ко», а кому-то интересны бамбуковые распялки для перчаток. Перед тем как надеть аксессуар, ими расправляли пальцы перчаток изнутри, чтобы они не порвались при натягивании.





– Ваша коллекция включает предметы, связанные с историей мыловарения и парфюмерии. Какое значение имеют эти традиции для современной культуры?

– Сегодня мало кто знает имена выдающихся российских парфюмеров, а между тем в XIX веке их продукция считалась одной из лучших в мире. Духи из Российской империи завоёвывали признание и высшие награды на международных выставках, их поставляли ко двору царственных особ, а этикетки для флаконов делали талантливые художники. После революции парфюмерное искусство потеряло свой высокий статус – духи и одеколоны записали в элементы роскоши. Со временем в нашей стране всё меньше внимания уделялось этой отрасли, но сейчас она стала возрождаться.

Парфюмерное искусство наравне с художественным воспитало своих гениев и творцов, которые внесли огромную лепту в культурное достояние нашей страны. Мы считаем важным рассказывать об их заслугах и достижениях. Это не только напоминает о величии Российской истории, это вдохновляет подрастающее поколение.

– К вам едут не только за впечатлениями, но и за подарками. Что уникального вы можете предложить гостям Коломны?

– Вся наша продукция уникальна. Во-первых, потому что мы всё делаем вручную, вплоть до коробочек. Во-вторых, мы стараемся возродить и сохранить рецептуру продукции, её внешний вид, опираясь на образцы XIX века. Например, под обёрткой нашего кускового мыла вы найдёте «премию» – вкладыш: как и в позапрошлом веке, это могут быть примеры любовных посланий, образцы вышивок или полезные советы для дома.

В любое время года большим спросом пользуются сюрпризные музыкальные коробочки. Одно из последних новшеств – подарочный набор из ароматного саше, мыла и бутоньерки «Лила Флери». При открывании коробочки звучит одноимённый вальс композитора Оскара Кнауца, на



его написание маэстро вдохновил аромат одеколона дореволюционной фабрики «Виктория Регина».

Круглый год в лавке представлены ёлочные игрушки из ваты и папье-маше. Выполненные вручную в технике и по эскизам конца XIX – начала XX века игрушки дарят неповторимое ощущение теплоты и уюта.

Не менее особыми для владельцев становятся воротнички, сумочки, кисеты и брошки, расшитые шёлковыми лентами. Такая интересная деталь делает образ уникальным, притягивает взгляд.

– Кто ваша основная аудитория? Как вы изучаете потребности и интересы своих посетителей?

– Когда мы только создавали свой проект, мы хотели, чтобы каждый смог погрузиться в атмосферу XIX века, найти что-то интересное для себя. В настоящее время в музей с удовольствием приезжают школьники, студенты, рабочие коллективы, а также мы собираем смешанные группы из гостей, которые предпочитают проводить досуг с семьёй или с друзьями. В нашем коллективе работают опытные экскурсоводы, которые могут перестроить программу так, чтобы каждый гость получил позитивную эмоцию и новые для себя знания.

Изучая потребности и интересы посетителей, мы внимательно относимся ко всем отзывам, приглашаем на программы экспертов туристической отрасли, чтобы получить их оценку, да и сами стараемся развиваться: учимся, обмениваемся опытом с коллегами.

– Как вам видится развитие внутреннего туризма на примере вашего региона? Какие изменения произошли в последние годы? Как вы к ним адаптировались? Наблюдается ли географическое расширение вашей аудитории? Откуда чаще всего ваши гости?



Что касается географии нашей аудитории, пока лидирующие позиции занимает Москва. С открытием новой автомобильной дороги из столицы до Коломны можно доехать за час-полтора. Ещё больше туристический поток увеличится, если обновят состав электричек. На линии очень мало скоростных пригородных поездов, поэтому добираться приходится около трёх часов.

Немало гостей приезжает из подмосковных городов, из Рязани, реже из Тулы и Владимира. А вообще, в Коломну приезжают из разных уголков России.

– Каковы ваши идеи и перспективные планы? Что хотелось бы реализовать?

– Этим летом мы вновь будем запускать театрализованную программу, которая проходит в нашем музейном садике. Называется она «Аптека в огороде и банный порядок». Экскурсия рассказывает о цветах и растениях, которые приносят пользу нашему организму, а также участвуют в процессе мыловарения. А вторая часть программы посвящена банному порядку на Руси: традициям, приметам, суевериям.

Также планируем развивать мастер-классы. Наш музей не только про парфюмерию и гигиену, но и про культуру, про образ жизни. Мы бы хотели отразить это в мастер-классе по росписи открыток акварелью и ввести практику по каллиграфии, на которой наши гости смогут попробовать написать письмо пером и чернилами.



КОМПАНИЯ FREEDOME – точка опоры в мире глэмпингов и эко-отелей



Гостиничный бизнес вдали от мегаполисов всё чаще ищет живую альтернативу бетонным фасадам и бесконечным коридорам. Восстановить ресурс и замедлиться человек предпочитает в объятиях природы. И в поисках новых ощущений гости всё чаще открывают для себя мир глэмпинга, где элегантные шатры и купольные домики органично вписываются в пейзаж.

Представьте рассвет над сосновым бором: солнечные лучи врываются в панорамные окна, вдалеке слышится журчание ручья, птицы поют на все голоса. Здесь каждый номер – место, где человек и природа встречаются без посредников.

Отельеры всё чаще строят не стены и перекрытия, а создают эко-раму для яркого отдыха. Инвестиции в лёгкую, но прочную конструкцию обходятся в разы дешевле, не требуют длительных и мучительных согласований, а монтаж занимает мало времени. Сегодня проект, завтра – готовый объект с продуманным интерьером и удобствами класса люкс: с тёплым полом, комфортным санузелом, оборудованной кухней, широкой и удобной кроватью, с камином для романтических вечеров.

Формат оказался заманчивым для инвесторов благодаря коротким срокам строительства и быстрой окупаемости. Глэмпинг можно построить за 4–12 месяцев, вложения окупаются в среднем за 5–6 лет.

Дух уединённого курорта привлекает новую волну путешественников: семьи с детьми, влюблённые пары, искатели тишины и те, кто хочет ускользнуть от городской суеты. Для отельера глэмпинг – это билет в будущее гостеприимства, где не надо жертвовать ни комфортом, ни бюджетом, а преобразовать комплекс можно каждый сезон, удивляя гостей чем-то новым.

Вложения во внутренний туризм – одна из самых перспективных инвестиций на сегодняшний день. Тенденция зародилась в пандемию, когда закрытые границы вынуждали искать отдых на родных просторах. А теперь этот вид туризма отвечает на главный запрос современного человека – восстановить ресурс, буквально слившись с природой.

СПРАВКА:

Глэмпинг (от английского glamorous camping) сочетает в себе свободу и единение с природой классического кемпинга с комфортом и удобствами роскошного отеля.

Глэмпинг стал мировым трендом, который обещает стать долгосрочным. Новые глэмпинги ежегодно открываются по всему миру, а интерес к ним только растёт. Ещё в 2020 году общий объём рынка оценивался на уровне 200 млрд долларов, а к 2026 году, по прогнозам аналитиков, он превысит 550 млрд долларов.

Если в 2016 году в России не было глэмпингов, вообще, то к весне прошлого года их было уже 517, из них 66% – круглогодичные. Лидерами по развитию тако-

го вида отдыха стали Московская область (56), Татарстан (42), Краснодарский край (41), Ленинградская область (38), Республика Крым (27). Средняя загрузка в глэмпингах в России составляет около 85% в год, с пиком в летние месяцы и в выходные дни.

Государство активно поддерживает новый тренд. В апреле 2025 года Министерством экономического развития России завершился конкурсный отбор инвестиционных проектов по созданию модульных некапитальных средств размещения на период 2025–2027 годов. В 2024 году общий объём единой субсидии для регионов составляет 6,2 млрд рублей. На 2025–2027 годы регионы суммарно получают 28,5 млрд рублей.

Приняв решение о капиталовложениях в этот вид бизнеса, важно найти надёжного проводника. Компания Freedom – точ-



ка опоры в мире глэмпингов и эко-отелей. Предприятие оказывает полный спектр услуг: от аудита участка и разработки концепции до строительства, запуска и дальнейшего сопровождения проекта. Благодаря опыту работы с быстровозводимыми конструкциями: геодезическими куполами, шатрами и модульными домами – специалисты компании знают, как быстро и без лишних согласований реализовать комфортный отель в любом уголке мира.

Об истории Freedome и о том, как компания прошла путь от «гаража» к современному производству, в котором, не прекращаясь, кипит работа и реализуются новые идеи, улучшающие туристический потенциал страны, рассказал его основатель Алексей Голубь.

– Алексей, с чего всё начиналось?

– С 2013 годы мы небольшой командой проектировали и устанавливали по всему миру лёгкие купольные шатры от 30 до 500 квадратных метров для проведения духовных практик и музыкальных фестивалей. Когда я впервые увидел эту конструкцию, загорелся – она показалась мне очень интересной, лёгкой, функциональной и перспективной. Несколько лет мы их проектировали, заказывали комплектующие на крупных производственных площадках, доставляли и монтировали для клиентов. Честно говоря, зайти в полный цикл было страшновато. Хотя было понятно, что такие конструкции можно использовать для создания домиков для отдыха на природе, в самых прекрасных уголках земли, без больших капиталовложений и длительных согласований.

Но вряд ли я бы решился сделать следующий шаг, если бы не счастливый случай. В 2016 году знакомый искал партнёров для строительства эко-отеля на Алтае. Мы договорились встретиться, поговорить и... нашли друг в друге единомышленников. Пазл сложился: у этого человека был участок земли в живописном месте, идея и инвестор, готовый вложить деньги. У меня – опыт проектирования и строительства. Мы шли к этой идее постепенно, почти незаметно для себя: в один момент вдруг ощутили, что мир вокруг полон волшебных уголков – горных перевалов, тихих озёр, заповедных лесов. Но где же инфраструктура, делающая эти места доступными и уютными? И глэмпинг стал для нас ответом: формат, где каждый может прикоснуться к первозданной красоте, не жертвуя привычными удобствами.

Уже в процессе составления бизнес-плана мы поняли, что глэмпинг – это не просто комфортные домики, это новая философия отдыха на природе: максимально комфортного, но при этом всё такого же романтического, как в палатке.

Опыта отельного бизнеса не было, пришлось «с нуля» погрузиться в новый мир разработки концепции, изучения финансовых моделей, проектирования глэмпин-

га, составления сметы, подбора и управления персоналом, проработки вариантов питания, маркетингом. Мы изучали и систематизировали гигабайты информации, проводили встречи со специалистами из всех нужных областей. Выясняли, из чего состоит водозаборный узел, рассчитывали число горничных, которые нужны для обслуживания домов, прорабатывали правила строительства на землях разного назначения и решали ещё миллион разных вопросов. Через три месяца фактически круглосуточной работы мы представили инвестору коммерческое предложение и бизнес-план. Это можно считать нашим стартапом в отрасли. Он оказался очень удачным.

С тех пор мы собрали команду экспертов в архитектуре, строительстве, юриспруденции, в отельном и финансовом менеджменте. Например, мы гордимся, что в нашей команде работает потомственный архитектор Сергей Петрович Анисифоров – автор гениальных идей. Мы готовы взять на себя все заботы по созданию глэмпинг-отеля. На счету компании Freedome свыше 150 успешно реализованных проектов. Глэмпинги мы строим профессионально!

Что мы предлагаем:

- *разработку концепции проекта (глэмпинга, базы отдыха, эко-отеля, оздоровительного центра);*
- *составление бизнес-плана и описание финансовой модели;*
- *архитектурное и ландшафтное проектирование, генплан участка;*
- *производство и установку жилых домов и общественных помещений;*
- *дизайн интерьера, оснащение мебелью и оборудованием;*
- *фирменный стиль, маркетинг и продвижение проекта.*

– Кто ваши клиенты?

– Я бы выделил три группы клиентов. Первая – это владельцы готовых туристических объектов, которые хотят вывести их на более высокий уровень. Вторая – опытные отельеры, готовые осваивать новое для себя направление. И третья – энтузиасты, люди, для которых глэмпинг становится первой серьёзной историей в индустрии гостеприимства. Они не «акулы» с миллиардными вложениями и корпоративной машиной за спиной, они – настоящие визионеры: живут идеей, вкладывают душу и вдохновение. Чаще всего это успешные предприниматели из других сфер, которые готовы для души построить



Компания
Freedome – это
инновационные
конструкции для
глэмпинг-отелей,
архитектурное
агентство
и более **150**
реализованных
проектов
от Калининграда
до Камчатки.



В природе нет прямых углов и жёстких линий – она текучая, гибкая, мягкая. Этот принцип и лёг в основу нашей архитектуры, которую в мире называют бионикой: она мимикрирует под рельеф, вплетаясь в окружающую среду.

уютный уголок на природе, но при этом сделать его прибыльным и устойчивым к конкуренции.

Мы убеждены, что именно в камерных проектах с авторской идеей рождаются самые яркие впечатления для гостей. Поэтому, даже если вы «с нуля» знакомитесь с глэмпингом, мы поможем реализовать замысел на высоком профессиональном уровне, сразу продумав все ключевые финансовые параметры, с учётом роста конкуренции в будущем. Наша задача – заложить уникальные отличия вашего отеля: чем гости будут заниматься на территории, почему они вернутся сюда снова и порекомендуют его знакомым.

– Как рождается глэмпинг?

– Всё начинается с тщательного аудита земли. Главный архитектор Сергей Анисифоров лично выезжает на место – в резиновых сапогах он проходит километры, бродит по рекам и лужам, ищет самые живописные рассветы и виды. Он интуитивно считывает ландшафтные, исторические и туристические коды локации: где обосновать юниты для семей с детьми, где создать уединённые купе для пар, где разместить детскую площадку или общую лаунж-зону. Если вокруг нет природных магнитов, мы задумываемся, как их придумать: устраиваем волшебный променад, водную гладь с отражениями заката или арт-инсталляции, превращающие саму поездку в сказку. На основе полевых заметок рождается концепция: мы анализируем данные, определяем архитектурный стиль и тон подачи, готовим схему генерального плана, обращая внимание на зонирование и логику. На основе всего этого строится финансовая модель с учётом бюджета, операционных расходов и прогнозов доходности. Наш итоговый документ – это не просто красивая презентация, это чёткий бизнес-план, где креативная идея органично сочетается с реальными цифрами.

– Сейчас в пакете реализованных вами заказов не просто шатры, но и более сложные архитектурные конструкции?



– Наш путь начался со сфер: простейших геометрий, близких к куполу. Постепенно мы усложняли формы, вводили асимметрию, изучали, как конструкции воспринимаются глазом и ощущаются людьми. Казалось, будто сами элементы домов живут, дышат и текут вместе с травой и водой. Параллельно перед нами встала производственная задача: как реализовать такие сложные формы серийно, без потери качества и с минимальной погрешностью монтажа? Привычные строительные материалы: строганный брус или обычная древесина – могут давать биение и деформации, они не подходят для тонкой геометрии. Мы остановились на влагостойкой фанере: это уже не просто слоёный щит, это композит с высокой прочностью и стабильностью, устойчивый к влаге и температурным перепадам. А главное – фанеру легко обрабатывать на станках с числовым программным управлением: резать любые бесконечно сложные контуры, маркировать каждую деталь и гарантировать, что на стройплощадке всё встанет по шипам и пазам без доработок и подгонок.

Так родился наш «конструктор»: LEGO-дом из фанеры. На подготовленное свайно-винтовое поле с террасой мы привозим комплекты деталей и за 12–14 дней собираем «под ключ» уютный гостевой дом с инженерией, мебелью и текстилем. Никто не ошибётся: каждый шип строго входит в свой паз, конструкция собирается точно и быстро, а короткий российский строительный сезон перестаёт быть проблемой.

Необычные архитектурные формы в глэмпинге – это возможность привлечь внимание гостей и сохранить преимущество проекта в долгосрочной перспективе. Мы любим бионическую архитектуру и активно применяем её принципы при проектировании домов.

Загородные отели – это, как правило, крупный бизнес. Нам нравится, что у глэмпингов есть душа – за каждым проектом стоит личность, зачастую это очень душевные проекты со своим оригинальным рисунком. Это не «сетевая булочная», это скорее маленькая пекарня ремесленника, который с детства мечтал печь идеальные булочки, вкладывая в каждую каплю энтузиазма. Так и глэмпинг: это не масштабные отели, это тёплая домашняя атмосфера, настоящее гостеприимство и искренняя забота о каждом госте.

Наши преимущества:

- *Все наши решения изготавливаются на станках с ЧПУ по технологии Prefab. Благодаря этому монтаж домокомплекта выполняется быстро и чётко.*
- *Мы оснащаем дома «под ключ», тщательно подбирая технологии и материалы для комфортной и выгодной эксплуатации.*
- *Привлекательная архитектура и эстетичные интерьеры обеспечивают высокую востребованность и доходность.*
- *Все решения Freedome поставляются в виде домокомплекта и могут быть установлены в самых труднодоступных местах.*
- *Возможность получить готовый дом спустя два месяца после заказа.*

– И тем не менее, нельзя всё сделать полностью деревянным. Современное строительство – это всё же использование и высокотехнологичных материалов.

– Мы используем современные материалы и следим за тем, чтобы они соответствовали всем экологическим нормам.

В работе над проектом нам неизбежно приходится искать компромисс. Жизнь не стоит на месте, и материалы, которые когда-то считались инновационными, со временем устаревают. Мы постоянно исследуем новые технологии, и в итоге решили сосредоточиться на экологичной нейтральности материалов.

Например, для каркасов и интерьеров используем фанеру класса Е1. Её формальдегидные эмиссии так малы, что она считается безопасной даже для детских игрушек. Это уже общепринятый стандарт качества. Аналогично при создании кровельных покрытий: ПВХ-ткань, известная ещё с 1970-х годов, до сих пор почти незаменима в быстровозводимых бионических конструкциях. Долговечность, невысокая стоимость и крайне низкие выбросы



вредных веществ делают её оптимальным решением для купольных и бионических домов.

Для внутренней отделки мы тоже отдаём предпочтение современным материалам: ламинату и стеновым панелям, исключительно сертифицированным и гипоаллергенным. Мы могли бы вернуться к традиционным бревну или глине, но при стремительном темпе жизни они уже неактуальны. Всё движется вперёд, и наша задача – сохранить баланс между комфортом, дизайном и экологией.

– Кто входит в вашу команду?

– Команда сложилась естественно, вокруг общей идеи: создавать душевные и комфортные уголки для отдыха на природе. В её ядро вошли я и мой партнёр Егор Бондаренко, технический директор Илья Бабёркин, менеджер проектов Руслан и ещё несколько специалистов из Петербурга, Москвы, Новосибирска и Барнаула. Наше производство в Подмоскovie площадью 2000 м² – это семейная атмосфера, гибкая структура без строгой иерархии и искренняя взаимоподдержка. Мы не просто коллеги, мы – друзья, что отражается и в качестве проектов. У нас за плечами более 150 реализованных проектов, свыше 500 построенных объектов – от компактных домиков до больших отелей. Большинство глэмпингов сегодня успешно работают: кто-то демонстрирует рекордную загрузку, кто-то развивается более плавно, но все без исключения подтверждают востребованность формата глэмпинг-отелей. Гости охотно едут за город, и для многих новые локации становятся настоящим открытием.

Наши клиенты – от энтузиастов-предпринимателей до крупных сетевых корпораций. Мы сопровождаем каждый проект от «А» до «Я»: помогаем с концепцией, техническим решением, оформлением документов и остаёмся на связи даже после сдачи объекта, обеспечивая гарантийное обслуживание и дальнейшую поддержку в развитии. Многие обращаются к нам повторно или рекомендуют нас партнёрам – именно за ответственность, оперативность и тёплые доверительные отношения.

Мы радуемся за то, чтобы в России было больше качественных загородных пространств, в которых человек сможет отдохнуть и восстанавливаться. Будем рады помочь вам создать глэмпинг-отель с красивой современной архитектурой, которая будет приносить вам хороший доход, а вашим гостям подарит радость и восторг!

Сайт: freedome.pro

Добро пожаловать в наше Telegram-сообщество! Канал для тех, кто строит глэмпинг. Консультации экспертов, обмен опытом, полезные статьи и вебинары. @freedome_glamping



ГЛУБОКАЯ ТАЙНА В СЕРДЦЕ МОСКВЫ



Москва прячет множество тайн, и одна из них находится в самом её сердце. Если окажетесь неподалёку от станции метро «Таганская», обязательно загляните в маленькое двухэтажное жёлтое здание, в котором скрывается уникальный подземный мир – Музей холодной войны «Бункер-42».



Этот удивительный объект расположен на глубине 65 метров, занимает целых 7000 квадратных метров. Музей представляет свою экспозицию в подлинном военном бункере, построенном для И. В. Сталина. Здесь находился командный пункт дальней авиации, а «главный голос СССР» – Юрий Левитан – вещал отсюда о важных для страны новостях.

Проектирование «Бункера-42» началось в ответ на появление в США атомной бомбы. Советским учёным было поручено в кратчайшие сроки разработать ядерное оружие, а также защитные меры от него. В 1950 году специалисты СМУ Мосметростроя начали строительные работы. Глубина в 65 метров и конструктивные особенности бункера были выбраны на основании ядерных испытаний, проведённых в СССР в 1949 году. Предполагалось, что это укрытие станет надёжным убежищем для первых лиц государства в случае ядерной угрозы.

На протяжении нескольких десятилетий, вплоть до 1986 года, бункер выполнял свою стратегическую роль секретного укрытия для советского командования. Сегодня двери «Бункера-42» открыты для широкой публики. Каждый желающий может спуститься на глубину 65 метров и прочувствовать атмосферу эпохи холодной войны, когда мир балансировал на краю ядерной катастрофы.

В экскурсионной программе «Бункер Сталина» посетители смогут узнать, как устроен бункер изнутри, в каких условиях проживали те, кто нёс круглогодичную службу на военном объекте, и увидят много интересных артефактов ушедшей эпохи.

Также на территории комплекса «Бункер-42» находится ресторан, где гости смогут ещё глубже погрузиться в эпоху СССР. Ресторанный комплекс состоит из восьми залов разной стилизации. Открытие ресторана было обусловлено потребностью гостей музея со всех уголков мира полнее прочувствовать атмосферу СССР. Сказал же кто-то из великих: «Если хотите понять народ, пробуйте его блюда!».

Сегодня в ресторан могут прийти все желающие, в том числе без посещения экскурсионных программ, но большинство предпочитают совместить посещение ресторана и экскурсию в музей. Для этого в «Бункере-42» предусмотрены специальные программы для мини-групп и индивидуальные экскурсии. Также в ресторане

можно организовать корпоративное или частное мероприятие, например отпраздновать день рождения, провести концерт, фуршет, конференцию.

Для создания атмосферы советской эпохи нашими специалистами была проведена большая работа. Профессиональные повара изучали особенности советской кухни, тщательно тестировали рецептуру и лишь потом включали их в специализированное меню «Политбюро», в котором представлены любимые блюда высокопоставленных деятелей советских времён.

В интерьере залов ресторана мы объединили современный стиль и советскую символику. Стены украшены портретами исторических личностей и артефактами прошлого.



В комплексе «Бункер-42» есть интерактивный лазерный тир. Он оборудован специальным стрелковым тренажёром – именно на таких оттачивают свои профессиональные навыки сотрудники МВД и ФСБ. Предусмотрено 60 разнообразных программ – от профессиональных стрелковых до пальбы по злобным мышам в кладовке специально для юных гостей.

Вести стрельбу могут несколько человек одновременно. Огонь ведётся по виртуальным мишеням, расположенным на огромном экране, а попадание фиксируется с помощью лазера, поэтому всё абсолютно честно и безопасно. Однако погружение в обстановку при этом максимально полное – от реальности не отличишь!

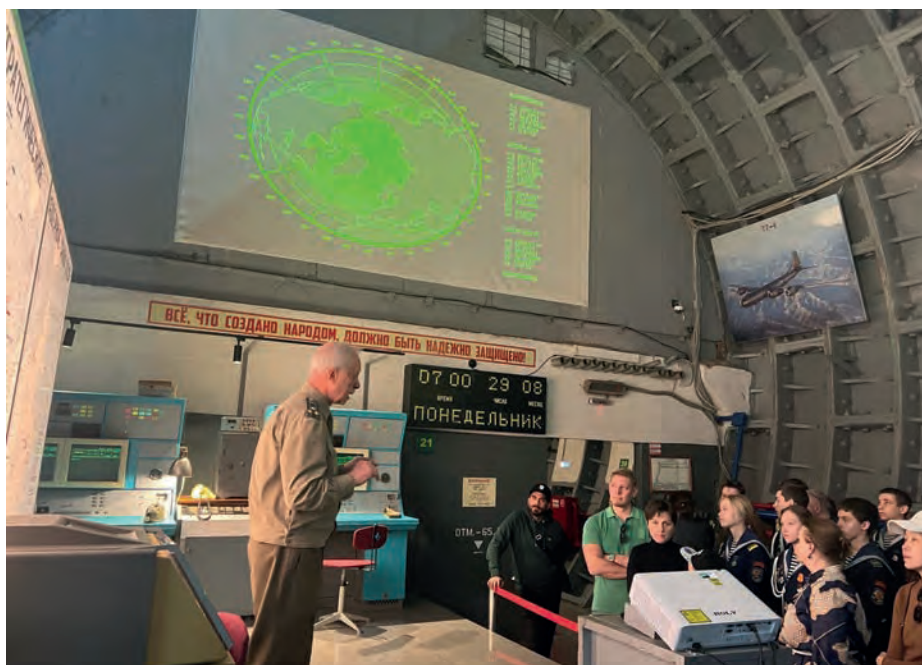
Музей развивает направление детского отдыха и досуга. В числе прочих активностей у нас есть специальная программа для детей «Начальная военная подготовка». В её названии мы использовали аббревиатуру СССР, учитывая стилистику «Бункера». Мы просим участников игровых программ приходить в удобной одежде и обязательно выдаём им защитные комбинезоны «Каспер».

Время сейчас непростое, и детям от 8 лет проще будет понимать некоторые особенности, если преподнести их в игровой форме.

Знакомство с легендарным автоматом Калашникова, нормативами по ГТО, оказание первой медицинской помощи в забавной форме, обезвреживание грозно тикающей «бомбы», полоса препятствий, «паутинка», бревно «над водой», познавательная викторина, разгадка шифров, знакомство с армейским рационом питания, щекочущие нервы неожиданности и, конечно, наш знаменитый интерактивный тир. Переполох в кладовке! Мыши в казках обзываются, если в них попадёшь!

Ребят ожидает шквал всевозможных заданий, активностей и подвижностей плюс экскурсия по всему бункеру, которая будет проведена с учётом их юного возраста.

Музей «Бункер-42», некогда важный стратегический объект, в наши дни продолжает служить напоминанием о том, как хрупок мир и как важно помнить уроки истории.



Наш адрес:
115172, г. Москва,
5-й Котельнический переулок,
д. 11. Ориентир – 2-этажный
жёлтый особняк, зелёные ворота
с красной звездой.
Телефон:
+7 (499) 703-44-55
(многоканальный)

Каждый заказчик получает
обслуживание персональным
менеджером с момента заказа
мероприятия и до его окончания.
E-mail: zakaz@bunker42.com –
коммерческий отдел.



Любимой собакой из моего детства был не мой пёс: собственного мне долго не разрешали. Считалось, что у мамы на их шерсть аллергия. А я просто генетически предрасположена к любви к собакам. Не смейтесь: недавно команда генетиков из Упсальского университета исследовала эту тему, используя информацию от 35 тыс. близнецов, и нашла мутацию, которая связана с любовью к собакам! Мне этот ген передался по отцовской линии. В моём музее сейчас висит фото моей деревенской бабушки по отцу, снятое в начале 1970-х гг., с двумя щенятами на руках... Кто в те давние времена в тверской глубинке возился со щенками? Из глубокого детства помню: папа, работавший шофёром, как-то привёл в нашу квартиру дворняжку с пятью щенками, жившую в гараже на работе, объяснив маме, что на улице сильный мороз и они просто замёрзнут. Так, к моему щенячьему восторгу, семейство и жило у нас в коридоре с неделю. Но оставить ни одного щенка не позволили... Это, без сомнения, генетика: собак горячо любят все четверо моих детей и племянница по отцовской линии, которую ведь не я воспитывала... Итак, я любила чужую собаку. В детстве меня на всё лето отправляли в деревню. И там у соседей-колхозников жил пёс Шарик. На шарик он был совсем не похож: приземистый, бурый, коротколапый (передняя лапа была ещё вывихнута по пьяни хозяином-трактористом), худой и вечно в репьях, редко спускаемый хозяевами с цепи у будки и сильно пахнущий псиной, он был моим лучшим другом. Я скучала по Шарiku зимой и с восторгом обнимала при встрече. Я росла, он старел. Оглох и часто лаял на луну ночами, раздражая хозяев. Несмотря на трудную жизнь, прожил Шарик лет 14, пока – глухой и колченогий – не попал под поезд на недалёкой железной дороге...

Когда б вы знали, из какого детского сора растут поступки, казалось бы, зрелых и разумных людей! Когда я создавала свой музей, я думала и о Шарике. Его фото, конечно, не осталось, но я, к счастью, стала художником. И вот он перед вами – Шарик.



Елена Александрова, ЗАГОРЯНСКИЙ МУЗЕЙ «МИР СОБАКИ»: «Лучшие друзья достойны лучшего!»



Коллекция, лёгшая в основу музея, исподволь собиралась в семье очень давно. Начало ей положила статуэтка ЛФЗ «Эскимосский мальчик с лайкой», подаренная мамой бабушке на день рождения в 1953 году, за 20 лет до моего рождения. К ней как-то незаметно прибавлялись собачки, подаренные друзьями и родственниками, образовалась фарфоровая стайка. А когда подросла я, весь нереализованный на тот момент пыл любви к собакам я направила на изучение пород и сбор всей доступной советской школьнице информации о

них. Так возникли альбомы с вырезками, которые сейчас представители старшего поколения с ностальгией рассматривают в музее: где ещё увидишь наклейки, марки, открытки эпохи 1970-1980-х гг.?

Потом у меня появилась-таки собственная собака, потом – вторая. С тех пор они жили в моей семье всегда – и не по одной: русские спаниели, ньюфаундленд, дог, бриар, далматинцы... И сейчас их пятеро: гладкошёрстная пышечка чихуахуа, её длинношёрстная подружка, длинноухий русский спаниель, потрясающей красоты метиска



из приюта, прекрасная юная Дымка, веймаранер, и Тучка, самоедская лайка – очаровательное белое облачко, сама доброта. Я их в шутку зову «сотрудниками музея»: в их «служебные обязанности» входит общение с посетителями. От этой завершающей части экскурсии обычно в восторге не только дети, но и взрослые, превращающиеся в пространстве музея в детей... Нелишне добавить, что все собаки здоровы, привиты, гостеприимны и доброжелательны.

Но живые собаки не заслонили в юности от моего внимания коллекции фигурок, и она продолжала пополняться. Потом я выросла и уехала из родного дома, но дело собирательства неожиданно подхватила моя мама – Галина Михайловна. Куда бы она ни ехала последующие 25 лет, отовсюду привозила фигурки собак. Много лет лучшим подарком маме была собачка. В 2009 году наша коллекция выставилась в Королёвском краеведческом музее, вызвав шквал положительных эмоций среди жителей города.

В прошлом году мамы не стало. Этот музей – это ещё и дань памяти.

Сегодня в экспозиции музея представлено около 2 тысяч экспонатов-фигурок собак и предметов быта в виде собак из фарфора, керамики, металла (в том числе из чугуна: знаменитое каслинское литьё), стекла, камня, янтаря, дерева, папье-маше и других материалов, созданных начиная

с XIX века во многих странах мира. Многие из них имеют интересную историю. В экспозиции – книги, периодика, фото, картины, чеканка, документы, награды, монеты, банкноты, марки, игрушки, касающиеся истории лучшего друга человека.

В музее можно познакомиться с интересными презентациями на тему собак: от «Удивительных фактов о собаке» до «Собаки в мифологии и религиях мира».

Девиз музея: «Лучшие друзья достойны лучшего!»

Ребятишки в восторге от неформальной обстановки и не хотят уходить. Но и взрослые, даже дипломированные кинологи, непременно находят для себя что-то новое и неожиданное. И часто повторяют на прощание: «У вас такое чудное место и добрая атмосфера!»

А мы – мы готовы делиться со всеми, ведь это так нужно людям сегодня.

Дачный посёлок Загорянский Щёлковского района Московской области находится в 15 км от МКАД.

Посетить музей можно по предварительной записи по телефону:

8-916-306-83-79.



<https://t.me/sobakizag>



[ps://vk.com/club229824741](https://vk.com/club229824741)

Создательница ЗАГОРЯНСКОГО МУЗЕЯ «МИР СОБАКИ» Елена Александрова – человек, с детства влюблённый в это удивительное животное и притом очень творческий. Елена по профессии – живописец и педагог, окончила МХУ памяти 1905 года. Но живописью её интересы не ограничиваются: она член не только Международного художественного фонда, но и Союза писателей Москвы и Союза журналистов России, профессиональный журналист, автор восьми поэтических сборников с собственными иллюстрациями, а в качестве иллюстратора оформила более 90 книг для детей и взрослых. Занимается также прикладным искусством (цветное стекло, керамика, роспись по камню) и песочной анимацией. Поэтому ЗАГОРЯНСКИЙ МУЗЕЙ «МИР СОБАКИ», распахнувший двери для посетителей в ноябре 2024 года, – не только частный музей, но и творческая мастерская, где можно «оживлять» камни или сотворить собственную фигурку из глины, стекла или даже пуговиц и мандариновой корки! Или поучиться песочной анимации. Здесь проходят детские дни рождения с тематическим угощением (печеньки и мармеладки в виде собачек, классические конфеты «А ну-ка отними!» и «собачий» гжельский чайник, а главное – торт в виде собаки, авторский, по секретному рецепту хозяйки).





ПАРК-ОТЕЛЬ «ОРЛОВСКИЙ»: там, где красота природы сочетается с высококлассным сервисом

В живописном уголке Подмосквья, в Ленинском районе, в объятиях густых лесов, окружённый зеркальной гладью водоёмов, раскинулся парк-отель «Орловский» – истинный оазис безмятежности и гармонии с природой. Здесь разбиты теннисные корты, журчат фонтаны и благоухают сады, здесь всё напоминает о доброй старой дворянской усадьбе.

И это не случайно: общая концепция «Орловского» – русская усадьба, а так же музей деревянного зодчества под открытым небом. Здесь, словно сошедшие со страниц истории, красуются искусно воссозданные копии домов XIX века: купцов Шадриных, мещанина Поляшова и мецената Сукачёва. Эти резные шедевры, возведённые с любовью и вниманием к деталям, переносят гостей в атмосферу дореволюционного быта, наполненную очарованием старины. Об этом восхитительном месте с удивительным разнообразием всевозможных услуг для гостей мы побеседовали с собственником и основателем парка-отеля «Орловский» Сергеем Лукьяновым.

– Сергей Николаевич, в сети и в прессе можно встретить утверждение, что парк-отель «Орловский» – уникальное место. И когда надо подтвердить это мнение, аргументы долго искать не приходится: взять хотя бы такие объекты на территории, как усадьба дворянина Сукачёва, дом купцов Шадриных или дом мещанина И.И. Поляшова! Расскажите, как вам пришла эта идея: воссоздать здания не только других эпох, но и других регионов?

– В поисках концепции для парка-отеля «Орловский» мой выбор пал на богатое историческое прошлое этих земель, некогда принадлежавших царской фамилии. В XV–XVII веках здесь располагались загородные резиденции русских царей, это было излюбленное место отдыха и охоты Василия III, Ивана Грозного, Алексея Михайловича и Екатерины II.

В XVIII веке Екатерина II пожаловала эти земли графу Орлову-Чесменскому –



выдающемуся полководцу, чей триумф в Чесменском сражении, где российский флот, несмотря на трехкратное преимущество турок по кораблям, одержал победу, ознаменовал перелом в русско-турецкой войне.

Граф Орлов-Чесменский, известный селекционер, разводил здесь орловских рысаков, голубей и кур. В память об этом в парке-отеле создан зоопарк, где обитают полторы тысячи животных и птиц, включая

голубей и кур. На этой легендарной земле раскинулся современный парк-отель площадью 22 гектара с уникальной архитектурой. Это воссозданное величие – дань славному прошлому.

Общая концепция «Орловского» – русская усадьба и музей деревянного зодчества XIX – начала XX века. Здесь расположены копии домов купцов Шадриных, мещанина Поляшова и усадьбы мецената Сукачёва. Они воссозданы с любовью и точностью, чтобы гости могли окунуться в атмосферу дореволюционного быта.

Дом купцов Шадриных – точная копия здания начала XX века, сочетающая элементы готики, шатровой архитектуры и модерна. Резные наличники и изысканные узоры придают ему неповторимую индивидуальность. Этот уникальный дом включён в Единый государственный реестр объектов культурного наследия РФ.

Дом Поляшова поражает эклектичностью и сложной планировкой, напоминая сказочный терем. Этот двухэтажный особняк с эркерами и башенкой – шедевр деревянного зодчества.

Усадьба Сукачёва – родовое имение основателя Иркутской картинной галереи, памятник истории и культуры всероссийского значения. Дом, построенный в 1882–1888 годах, отличается резными фасадами, некогда он был центром культурной жизни Иркутска.

В двух музеях под открытым небом воссоздан быт русского крестьянства различных сословий. Дома бедного и зажиточного крестьянина начала XX века с точно воссозданными интерьерами и бытовой утварью позволяют взрослым вспомнить свои истоки, а детям – ознакомиться с традициями предков.

На территории парка-отеля построен храм-часовня во имя Сергия Радонежского – копия церкви Успения Пречистой Богородицы XVII века в селе Варзуга. Храм высотой 37 метров из древесины хвойных пород построен мастерами из Петрозаводска в 2021 году.

– А для тех, кто предпочитает отдыхать не с усадебным размахом, а пасторально, на лоне природы, в «Орловском» есть Рыбачья деревня с домами в стиле барнхаус. Это действительно рай в шалаше? Или всё-таки этот шалаш отличается повышенной комфортностью? И, конечно, важнейший вопрос: «Клюёт?».

– Новая Рыбачья деревня, раскинувшаяся в живописном уголке на берегу реки Людовна, – действительно настоящий рай для рыбаков. Десять лаконичных домиков, ароматно пахнущих деревом, с банями и уютными беседками, созданы для комфортного отдыха больших семей и дружных компаний.

Здесь царят тишина и спокойствие, а рыбалка – истинное наслаждение. Улов

поражает своим разнообразием: огромные осетры весом до 4 кг, 5-килограммовые карпы, сазан, белый амур, сомы, ерши, плотва, форель, толстолобик, щука, карась – без улова не останется ни один рыбак!

В советские времена здесь располагалось охот- и рыбхозхозяйство, где разводили толстолобика. И по сей день удачливым рыбакам попадаются экземпляры до 14 кг.

– Для тех, кто, может, не такой уж поклонник рыбалки, но любит отдохнуть на природе, у вас есть деревня «Солнечный берег» с современными деревянными коттеджами и большой гостевой дом. Какие плюсы проживания в этих локациях и кому они подходят?

– В «Орловском» находится отдельная мини-территория – уютная деревня «Солнечный берег» с новыми, современными и наиболее популярными среди гостей коттеджами: 8 на первой линии и 11 в стиле барнхаус на второй.

Коттеджи рассчитаны на компании из 4–6 человек, они оборудованы двумя или тремя спальнями, верандами на крыше. Гостям также предоставляется широкий выбор водного транспорта: сапы, плоты, лодки, катамараны. Рекомендуем бронировать эти коттеджи заранее из-за их высокой популярности.





– Для привыкших к подлинно повышенной комфортности в «Орловском» есть главный корпус с номерами различных категорий. Что там ждёт постояльца?

– «Орловский» восхищает не только своим внешним видом, но и разнообразием номерного фонда. На территории раскинулись не только 16 коттеджей и гостевой дом, но и величественный главный корпус на 74 номера, и каждый из них – воплощение индивидуального дизайнерского замысла.

Главный корпус, выполненный в неорусском стиле, напоминающий дворянскую усадьбу, сразу приковывает взгляд. Здесь гостей ждёт погружение в разные исторические эпохи, эксклюзивные тематические люксы и оригинальные дизайнерские решения, превращающие каждый номер в произведение искусства.

Особого внимания заслуживают:

- **«Алиса в Стране чудес»:** номер, где реальность переплетается с иллюзией. Люстра из мха с бабочками, полки из карт и чёрно-белая палитра с яркими акцентами создают неповторимую сказочную атмосферу.

- **«Ромеро Бритто»:** яркий и запоминающийся дизайн, вдохновлённый творчеством художника, сочетающего кубизм, поп-арт и граффити. Этот интерьер – взрыв цвета и оптимизма.

- **«Энди Уорхол»:** люкс в стиле поп-арт, отражающий любовь к простым вещам, сочный и эпатажный.

- **«Пабло Пикассо»:** динамичный и экспрессивный номер, где доминируют яркие краски – красный, белый, чёрный, жёлтый и зелёный.

Коттеджи, вмещающие от 4 до 24 человек, органично вписаны в природный ландшафт парка-отеля. Тепло дерева, обилие света, проникающего сквозь большие окна, и лаконичность интерьеров, где царит воздух и нет ничего лишнего, создают атмосферу уюта и гармонии.

– А сезонность присутствует? Больше ли посетителей в тёплое время года?

– Безусловно, лето для отдыха на наших широтах неизменно привлекательнее зимы. Но отдыхать в «Орловском» комфортно в любое время года: на территории размещены спа-комплекс, тренажёрный зал, русская баня, теннисные корты, здесь множество летних и зимних активностей, собственный зоопарк, прогулки с хаски и на лошадях, бигфуты.

Зимой наших гостей ждёт новогодняя сказка с праздничными развлечениями, лыжными прогулками, катанием на санках и коньках, подвижными зимними играми.

Отель также популярен для корпоративных мероприятий, тимбилдингов и свадеб. Наша инфраструктура позволяет проводить масштабные торжества: однажды мы организовали 12 банкетных дней, и 9 из них были свадебными. Парк-отель «Орловский» – незабываемое место для проведения мероприятий любого формата и зимой, и летом.

– Говорят, в «Орловском» уникальный зоопарк? Расскажите подробнее. Чем ещё можно заняться детям в «Орловском»?

– В парк-отеле «Орловский» круглый год для посещения открыт зоопарк, поражающий разнообразием обитателей: более 100 видов животных и 1300 видов птиц – от грациозного амурского тигра и могучих медведей до изящных белых и пятнистых ланей, северных оленей и лебедей. Здесь можно увидеть енотов, лис (белых, рыжих и чёрно-бурых), каракалов, диких и камышовых кошек, орлов, филинов, сусликов, норок, а также более 10 видов фазанов, перепелов и страусов эму.

Просторные вольеры создают комфортные условия для животных, привычных для Подмосковья и экзотических. Сбалансированное питание, регулярный уход и чистейший воздух делают их жизнь счастливой и открытой для посетителей. Гости могут покормить ланей и других питомцев – они доверчиво берут угощения из рук.

Для юных посетителей разработаны специальные экскурсионные программы, позволяющие не только увидеть животных, но и покормить козу, поиграть с кроликами или собрать свежие овощи для салата.

Особенно популярен «Орловский» во время школьных каникул – в это время с детьми составляют 70% гостей. Отель предлагает широкий спектр развлечений для всех возрастов: игровые зоны, детские площадки, компьютерные центры, ночные клубы, три музея и насыщенную анимационную программу.

– Спорт сейчас в тренде: что в «Орловском» к услугам спортсменов?

– Здесь настоящий рай для спортсменов и любителей активного отдыха. К услугам гостей 4 теннисных корта, в том числе 3 уникальных для России всесезонных крытых грунтовых корта международного класса – настоящая находка: именно грунт считается самым щадящим покрытием, ко-



торое так ценят профессионалы и поклонники тенниса (вспомните легендарный «Ролан Гаррос»).

Помимо этого, на территории расположены футбольное поле, волейбольная и баскетбольная площадки, бильярд, теннисные столы для большого и настольного тенниса, тренажёрный зал. Зимой открываются возможности для катания на лыжах и коньках, а также есть хоккейная площадка.

Водные развлечения представлены тремя бассейнами, спа-комплексом, а дополняют картину великолепные белоснежные пляжи, признанные одними из самых чистых в Подмоскowie.

– Какой отдых без аппетитной еды? К услугам ваших постояльцев – рестораны и бары, банкетные залы и шатры, где можно устроить мероприятие на любой вкус. Расскажите «о вкусной стороне» жизни «Орловского»?

– В парке-отеле «Орловский» гостей ждёт гастрономическое разнообразие – от традиционной русской кухни до изысканных деликатесов. Для посетителей открыты несколько ресторанов, включая «Кандинский», «ПетРУшка», пляжный бар-ресторан «Дикая утка» и летний бар-ресторан «Золотой фазан», ночной клуб «AmBar», а также «Летняя галерея» – просторная площадка на свежем воздухе, окружённая зеленью и оснащённая сценой для выступлений. Для особых мероприятий открываются кухни при трёх шатрах на воде, идеально подходящих для свадеб, банкетов и корпоративов: «Золотой фазан», «Екатерина II», «Граф Орлов». Для отдыха на свежем воздухе предусмотрены всепогодные и летние шатры, банкетные залы и мангальные беседки на берегу реки. Любителей необычного дизайна поразит караоке-бар «Гараж» – здесь можно найти мебель из автомобильных деталей, включая сиденья в виде капотов ретроавтомобилей.

На базе «Орловского» функционирует полноценное фермерское хозяйство «Лу-



кьяновка», предлагающее качественные и экологически чистые продукты по доступным ценам: мясо птиц, кроликов, яйца кур, уток, индюков, гусей, перепелов и страусов, грибы, овощи, фрукты, ягоды и зелень. На огородах, расположенных на территории парка-отеля, мы выращиваем сочные овощи и спелые фрукты. Совсем рядом находится ферма, где растут домашних птиц и животных. В их рационе – только сбалансированные корма. Благодаря этому все наши продукты абсолютно натуральны и идеально подходят даже для самых маленьких гурманов!

– Несмотря на всё вышеперечисленное, в «Орловском» и сегодня что-то строят, улучшают, доводят до совершенства. Что в планах на этот год? Во что планируете инвестировать?

– Недавно, 6 июля, парк-отель «Орловский» ознаменовался торжественным открытием нового символа – величественной скульптурной композицией, посвящённой графу Алексею Орлову. Это событие стало кульминацией празднования 255-й годовщины Чесменской победы,

блистательной страницы в истории русского флота XVIII века.

В сердце экспозиции – статуя графа Алексея Орлова в полный рост, окружённая девятью кораблями. Композиция напоминает о яростной схватке русского и турецкого флота. Фонтан, имитирующий морскую стихию, усиливает эффект присутствия. Посетители отмечают филигранность исполнения каждой детали: изгибов парусов, рельефа мачт и динамики волн. Всё это переносит зрителя в эпицентр исторического сражения.

Что касается перспективных планов, через полтора года Подмоскowie украсит новый символ прогресса и отдыха – крупнейший акваториальный комплекс с аквапарком, включающий 9 бассейнов, – его строительство уже идёт полным ходом.

– Предположим, вы – человек, который планирует отправиться в «Орловский» впервые, но раздумывает: стоит ли? Что бы вы ему сказали?

– Скажу так: «Пока одни семь раз отмеряют, другие уже отрезали!».

Беседовала Алина Волкова



Адрес: МО, Ленинский р-н, д. Орлово,
Орловский проезд, стр. 12
Сайт: www.orlowsky.ru
Тел. +7 (495) 620 97 92



«ПРАКТИКА»: ЗОЛОТОЙ СПЛАВ ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТИ

– Диана Фаритовна, «Практика» – это уникальное явление не столько бизнеса, сколько российской культуры. Достаточно сказать, что вы с 2008 года являетесь официальным поставщиком Московского Кремля, а работы мастерской хранятся в собрании Оружейной палаты и других известных музеев. Корни промысла, который вы развиваете, уходят в глубину веков, ведь Уральскую землю не зря называют «колыбелью отечественного оружейного искусства». Расскажите об этом подробнее: как возник и развивался промысел? Какие вехи на этом пути были самыми яркими?

– Вы совершенно правы, говоря о глубоких корнях нашего промысла! Златоустовской гравюре на стали как искусству более 200 лет. А истоки её зарождения

нужно искать в отечественной истории начала XVIII века – Северная война заставила Россию искать внутренние источники металла для производства оружия и боеприпасов. Пётр I активно поощрял развитие промышленности, раздавая земли, обязывая владельцев строить заводы и разрабатывать месторождения. Указ 1702 года, разрешивший Никите Демидову строить заводы на Урале, считается важным шагом в освоении региона. На протяжении нескольких десятилетий были заложены десятки металлургических предприятий. Для поощрения особо отличившихся российских героев потребовалось наградное оружие. Нередко оно вручалось монаршими особами и должно было качеством соответствовать столь высокому статусу. Златоустовская гравюра возникла как ответ

на эту потребность примерно в 1815 году на Златоустовской оружейной фабрике. Это произошло вскоре после основания самого города. Особенность златоустовской школы с самого истока заключалась в том, что оружие превращалось в произведение искусства. Мастера Иван Бушуев, Пётр Уткин, Иван Бояршинов, Дормидонт Севастьянов и другие наши классики разработали уникальный стиль украшения клинков: с историческими сценами, сложными орнаментами, позолотой. Их работы сегодня хранятся в лучших музеях страны, включая Оружейную палату, а мы продолжаем лучшие традиции материальной русской культуры.

Мастерская «Практика» была создана в 1991 году, в непростое для страны и народных промыслов время. Но именно

тогда группа энтузиастов во главе с Виктором Алексеевичем Наумовым решила не дать погибнуть традициям златоустовских оружейников. И уже через два года мастера «Практики» изготовили морской кортик для принца Филиппа, супруга королевы Великобритании! Это было первое международное признание.

– Компания приближается к 35-летнему юбилею. В истории мастерской, как и в истории самого промысла, были знаменательные вехи, например эпопея с украшением «Авиаборта номер один»! Расскажите об этом подробнее. Какие события и этапы вы считаете наиболее значительными?

– Начиналось всё на чистом энтузиазме, как говорится, из любви к искусству. Виктор Алексеевич, ныне заслуженный работник культуры России, а тогда просто человек, влюблённый в промысел, собрал команду художников-гравёров, которые хотели сохранить настоящее мастерство, в то время когда многие промыслы приходили в упадок. Первые годы были непростыми: нужно было искать заказы, восстанавливать технологии, обучать новых мастеров. Но уже в 1993 году мы получили тот самый заказ на кортик для британской королевской семьи. Это был знак, что мы на правильном пути!

Особенно памятен 1997 год, когда грамоту о принятии в число Патриарших мастерских нам вручал лично Алексей II, и для нас это стало настоящим благословением на дальнейшую работу. А украшение президентского авиалайнера – это был вызов! Такая работа требует не просто высочайшего мастерства, но и особой ответственности. И наши художники справились блестяще.



Из других значимых событий я бы отметила наше сотрудничество с Михаилом Тимофеевичем Калашниковым: мы создали серию коллекционных именных «калашниковских» кортиков, которые стали символом русской оружейной традиции. И конечно, статус поставщика Московского Кремля с 2008 года – это высшая оценка нашего мастерства.

– Если бы вас попросили охарактеризовать работы ваших мастеров несколькими прилагательными, какие вы бы выбрали?

– Качественные... роскошные... индивидуальные... неповторимые... трогательные... Я бы ещё добавила – одухотворённые. За каждым нашим изделием стоит не просто отточенный технологический процесс, а частичка души мастера. Когда человек берёт в руки наш кортик или рассматривает панно, он должен чувствовать эту энергию, эту любовь к златоустовскому искусству.

– Какие техники вы используете в своей работе?

– Основное для нас, конечно, это традиционная златоустовская гравюра на стали. Но мы её постоянно развиваем и дополняем. Используем травление, золочение, никелирование, инкрустацию камнями и костью. Сейчас активно экспериментируем с сочетанием разных материалов, например металла с фарфором, хрусталём, янтарём, вступая в коллаборации с представителями других российских народных художественных промыслов. Получаются очень интересные вещи: они сохраняют традиционный стиль, но выглядят современно и оригинально.

Создание златоустовской гравюры – сложный технологический процесс, который позволяет создавать долговечные покрытия. Ведь наши изделия должны сохранять свой вид десятилетиями! Бывает, нам приносят вещи, сделанные «Практикой» 30 лет назад, и они выглядят как новые.

– «Практика» – одно из наиболее известных российских художественных предприятий, специализирующихся на оружейной продукции. А что вы в основном производите: ножи, кинжалы, кортики, шашки? Или всё это и ещё многое другое? Какими качествами отличаются изделия ваших оружейников?

– Да, классика нашего ассортимента – это, конечно, кортики, сабли, кинжалы и т.д. Но мы никогда не ограничивались только оружием. Сейчас у нас несколько основных направлений.

Во-первых, наградное и подарочное оружие – его часто заказывают для торжественных случаев, на юбилеи.

Во-вторых, интерьерные вещи: панно, столы с гравюрами, декоративные элементы.

Из энциклопедии «Челябинская область»:

«Практика» – художественная мастерская, специализирующаяся на изготовлении эксклюзивных образцов холодного оружия и предметов быта. Создана в 1991 году. Художники мастерской продолжают традиции златоустовской школы холодного украшенного оружия. «Практика» – первая современная мастерская, использовавшая булатную (дамасскую) кованую сталь. По высочайшему благословению Патриарха Алексея II удостоена быть Патриаршей художественной мастерской. Холодным оружием «Практики» укомплектован Кремлёвский полк.

О сплассе традиций и современности, о победах и проблемах промысла златоустовской гравюры по металлу, а также о туристической составляющей работы мастерской мы побеседовали с заместителем генерального директора компании Дианой Наумовой.



Адрес:
Челябинская область,
г. Златоуст, ул. 50-летия Октября, д. 5

Телефон: +7 (902) 897-66-00
(Ватсап, Телеграмм)

Почта: info@zlatoust.com



В-третьих, предметы быта: посуда, винные, письменные и охотничьи наборы, шахматы, ларцы, шкатулки, подсвечники, зеркала, кубки, призы и прочее.

Главное отличие наших изделий – это ювелирная точность исполнения и внимание к деталям. Каждая вещь уникальна. В особых случаях мастера могут месяцами работать над одной вещью.

– Наградное оружие как подарок подходит далеко не всем, но в ассортименте «Практики» много гражданской продукции. Расскажите подробнее обо всём разнообразии ассортимента. Что пользуется наибольшим спросом?

– Разумеется, не всем нужно оружие, но всем хочется красивых, статусных вещей: себе или в подарок, который призван стать незабываемым. Сейчас особенно популярны наши интерьерные решения – те же столы с гравюрами, защищёнными антибликовым стеклом. Они и практичные, и выглядят роскошно. Нравятся покупателям винные наборы: стильно оформленные графины, подставки, штофы, а также наборы для письменного стола. Часто заказывают шахматы как подарки для бизнес-партнёров.

А ещё у нас есть целая линейка корпоративных подарков. Компании заказывают изделия с фирменной символикой, например кубки для награждения сотрудников или декоративные панно для оформления офисов. Это эксклюзивные вещи, которые подчёркивают статус.

– Кто ваши заказчики? Как вы находите их, а они – вас? Для каких случаев их чаще всего приобретают? Часто ли увозят за рубеж в качестве русских сувениров? Кому из именитых иностранцев повезло получить в подарок вашу продукцию?

– Наши клиенты – люди очень разные. Есть коллекционеры, которые годами собирают наши работы, поклонники и ценители

искусства. Есть корпоративные заказчики: крупные компании, государственные и силовые структуры. Много частных лиц, которые хотят сделать особый подарок на юбилей, свадьбу или другое важное событие.

Есть постоянные клиенты, которые с нами уже десятилетия. Сейчас, конечно, помогает интернет: многие находят нас через сайт или соцсети. Но самое приятное – сарафанное радио, когда один довольный клиент рекомендует нас другим.

И да, наши работы довольно часто уезжают за границу, поддерживая высокий статус отечественных мастеров. С Арабскими Эмиратами, например, мы сотрудничаем много лет: делали оружие для принцев – мечи, ханджары. Каддафи когда-то дарили наш кинжал. Но часто мы даже не знаем, куда уедут наши изделия – их покупают как русские сувениры и увозят в разные страны.



– Кстати, уникальны и каждая ваша работа, и жизненные истории, и заслуги людей, которым их дарят. Покупатели часто делятся ими при заказе или после получения изделий, оставляя отзывы на сайте и в соцсетях. Поделитесь самыми запомнившимися?

– О, историй много! Вот недавно был случай: заказали кортик как семейную реликвию на юбилей сына – отец хотел передать с этим подарком определённую семейную историю, а потом семья написала нам трогательный отзыв.

Или вот ещё: кинжал в подарок женщине. Получился изящный, женственный вариант с эмалью и зеркальной полировкой, который очень понравился хозяйке. Подробности этих историй мы узнаем через отзывы, которые можно прочитать на нашем официальном сайте (<https://zlatoust.vip/>).

Мы благодарны каждому клиенту, оставляющему обратную связь. Это важно мастерам, всех нас вдохновляет!

– В такой компании, как ваша, кадры действительно решают всё, – ведь практически каждый ваш специалист неповторим. В «Практике» работали заслуженные художники России, лауреаты Госпремии... А кто трудится сегодня? Испытываете ли вы затруднения с молодыми кадрами? Где учат таким профессиям?

– У нас действительно уникальные специалисты: гравёры, полировщики, слесари-сборщики. Но проблема в том, что в Златоусте нет учебных заведений, где готовят подобных специалистов.

Мы вынуждены учить людей самим. Берём «сырую» молодёжь и годами обучаем их тонкостям ремесла, буквально «из уст в уста». У каждого мастера есть ученики, которым он передаёт свои знания. Это долгий процесс.

Мы стараемся поддерживать тех, кто действительно хочет учиться. Проводим мастер-классы, экскурсии для школьников: вдруг кто-то заинтересуется всерьёз?

– Есть ли у вас конкуренты – в стране или в мире?

– Конкуренция, конечно, есть, но она очень своеобразная. Не в мире, так как сам промысел абсолютно уникален, а в нашем же регионе. В рамках златоустовского промысла есть мастера, которые строго придерживаются традиций, а есть те, кто жертвует технологией ради прибыли. Есть предприятия и люди, позиционирующие себя как продолжатели традиций, а на деле предлагающие заказчикам некачественные вещи: металл со временем ржавеет, покрытие отслаивается, разваливается конструктив. Да, эти изделия дешевле, но стоит ли в данном случае экономить?

Мы же гарантируем качество. У нас есть гальваническая линия, ОТК, строгий контроль на всех этапах. Наши изделия дороже, но они прослужат многие десятилетия. Как говорится, цена забывается на следу-

ющий день, а качество налицо всегда.

Впрочем, у нас есть линейка относительно недорогих сувениров для туристов, которые не готовы вкладываться капитально, но хотят увезти с собой память о городе и промысле. За качество мы отвечаем в любом случае: дорожим честью промысла и нашего искусства.

– На первый взгляд, актуальная тема импортозамещения такую компанию, как ваша, касаться не должна – ведь вы единственны в своём роде. Но ведь это не так: «Практика» стимулирует импортозамещение, используя сырьё и материалы отечественных производителей. Кстати, а в момент ухода западных компаний у вас возникали проблемы с сырьём? Если да, как вы их преодолели?

– Мы всегда использовали российские материалы: металл, дерево, камень – всё наше, отечественное. Только специфические материалы вроде кости или рога традиционно закупаем в восточных странах. Но эти связи из-за событий последних лет не пострадали.

Главная проблема, которая возникла, – рост цен на золото и серебро. Конечно, это сказалось на себестоимости изделий. Однако мы стараемся оптимизировать процессы, чтобы покупатели не слишком страдали.

– «Практика» – постоянный участник российских и международных выставок, художественных и специализированных. Какие из последних наиболее запомнились?

– Выставок проходит много, и все они по-своему интересны, но особенно мы любим «Ладью» и «Уникальную Россию». На них собираются лучшие мастера со всей страны, там можно ознакомиться со свежими тенденциями, пообщаться с другими представителями НХФ. Недавно участвовали в форуме Калининградского янтар-

ного комбината – у нас есть совместные проекты с янтарём, в планах сотрудничество с коллегами из Гусь-Хрустального.

– Если затрагивать тему туризма, на ваше предприятие можно не просто попасть на экскурсию, но даже попробовать создать небольшое произведение в вашей коронной технике. Кому доступны такие экскурсии и как на них попасть?

– Экскурсии у нас по предварительной записи. Принимаем и дошкольников, и школьников, и взрослые группы. Для младших детей даём больше интерактива, чтобы они могли потрогать, попробовать рассмотреть. Для ребят постарше – больше истории промысла, предлагаем что-то сделать своими руками.

Проводим мастер-классы... Например, на Бушевском фестивале в Златоусте дети делают небольшие гравюры – это очень трогательно.

У нас есть и выездные мастер-классы, например на выставке в Екатеринбурге. А для семейных групп можем организовать что-то особое, скажем, мастер-класс на день рождения.

– Промысел жив лишь в том случае, когда он развивается. Что нового предложили и привнесли в него ваши мастера за последние годы?

– Мы постоянно ищем новые формы. Например, начали активно использовать гравюру в интерьерах: в ресторанах, офисах, частных домах. Пробуем новые материалы в украшении изделий: фарфор, хрусталь, янтарь.

Ещё одно направление – тематические коллекции: делаем серии, посвящённые разным отраслям, – металлургии, «нефтянке», медицине. Но главное, мы сохраняем традиционные технологии. Экспериментируем, оставляя суть. Златоустовская гравюра должна оставаться узнаваемой!



– Поделитесь планами на оставшуюся часть года и на более отдалённую перспективу.

– В наших ближайших планах – участие в нескольких крупных выставках. Продолжим развивать корпоративную линию: подарки для бизнес-партнёров, оформление офисов. Хотим расширить экскурсионную программу, чтобы больше людей смогли увидеть, как создаётся знаменитая златоустовская гравюра.



ГЖЕЛЬ: ИЗ ГЛУБИНЫ ВЕКОВ В XXI ВЕК



Предприятие может похвастаться богатейшей историей: именно с него в начале XIX века началась крупнейшая в дореволюционной России «фарфоровая империя Кузнецовых», успешно конкурировавшая с Императорским фарфоровым заводом (ИФЗ). Более того, по объёмам производства Кузнецовы значительно превосходили ИФЗ, ведь их клиентами были купцы, мещане, крестьяне, а их численность не шла ни в какое сравнение с дворянством и духовенством – основными покупателями императорского фарфора. Однако не стоит думать, что кузнецовский фарфор был низкопробным: он выработал собственный стиль, отличный от классицизма «императорского» фарфора, но не менее изысканный. Просто он был разным: если крестьяне ценили яркость и доступность, то купцы – золочение и намёк на аристократичность. Для международных выставок создавались штучные изделия, приносившие громкие победы. На Кузнецовых работали звёзды отечественного искусства, включая Врубеля, а сами владельцы гордились званием «Поставщик Двора Его Императорского Величества».

ФЛАГМАН «КУЗНЕЦОВСКОЙ ИМПЕРИИ»

В начале 1810-х в старообрядческом селе Ново-Харитоново местный крестьянин Яков Васильевич Кузнецов открыл своё первое предприятие. Дело продолжили его сыновья – Терентий и Анисим, а потомки превратили его в фарфорово-фа-

янского гиганта. Но промышленники не забывали о корнях: вплоть до 1917 года в Ново-Харитонове располагалась контора «Товарищества М.С. Кузнецова».

В 1913 году, к столетию победы над Наполеоном, на средства И.Е. Кузнецова здесь построили шатровую старообрядческую церковь Святого Георгия. В храме разместили фаянсовый эмалевый иконо-

стас, удостоенный награды на Всемирной выставке в Париже в 1900 году.

Гжельское производство, как и многие другие российские промыслы, не может похвастаться непрерывностью своей истории. Нелёгкий XX век оказался трудным и для гжели: были периоды, когда художественный фарфор либо вовсе не производили, либо его изготовление совмещали с

выпуском технического фарфора, необходимого для создания сети ЛЭП молодой советской страны. Лишь после Великой Отечественной войны власти обратили внимание на почти угасший гжельский промысел. Благодаря усилиям искусствоведов из раскалённых печей нового производства, подобно фениксу, возродился художественный фарфор Гжели.

ЗАВОД СЕГОДНЯ

Гжельский фарфоровый завод много лет сохраняет лидерство по объёмам производства* фарфора в регионе. При этом «Гжель» – это не просто одноимённый населённый пункт, а целый куст из 27 сёл и деревень, где на протяжении как минимум семи веков развивался керамический промысел.

За свою долгую историю гжель неоднократно меняла художественный облик: была и многоцветной, и монохромной – синей, коричневой, зелёной. Мастера постоянно совершенствовали технологии и, как бы мы сейчас сказали, дизайн, создавая актуальные для своего времени изделия. Эту традицию Гжельский фарфоровый завод продолжает и сейчас, выпуская коллекции, вдохновлённые древними видами росписи, куда более старинными, чем привычные нам бело-синие узоры, которые укоренились в нашем сознании благодаря искусствоведам XX века.

В ассортименте завода – более 700 видов продукции, в числе которой как традиционные для гжели изделия, так и суперсовременные позиции: стаканы для «кофе с собой», бижутерия, фоторамки и многое другое. А в 2023 году завод начал выпуск «Безупречной гжели» – её отличают особая тонкость, белизна и высокое качество.

Как и столетия ранее, каждое изделие на производстве расписывается исключительно вручную, носит фирменное клеймо и личную подпись художника. Но техно-

логии не обошли Гжельский фарфоровый завод стороной – здесь, в селе Речицы, в цехах можно увидеть и сложные литейные машины, и автоматическую формовку.

КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЁ

Гжельский фарфоровый завод – это не просто производственные цеха и оборудование. Прежде всего это люди, чей талант и мастерство вдыхают жизнь в глину. Для предприятия, сохраняющего народные художественные традиции, человеческий фактор имеет особое значение.

Здесь сложился уникальный коллектив, в котором гармонично сочетаются опыт коренных гжельцев – потомственных мастеров, чьи семьи поколениями работают с фарфором, и приезжих специалистов. Ещё в советские годы в Гжель потянулись художники и керамисты со всей страны, многие из них навсегда связали свою судьбу с этим промыслом и стали для Гжели родными. В последние годы к ним добавились молодые мастера, вдохновлённые возрождением интереса к традиционному искусству.

ВЫСОКАЯ МИССИЯ

«Гжели семь веков, и мы не хотим, чтобы её история закончилась на нас!» – эту фразу можно услышать во время экскурсий по заводу. Для мастеров, продолжающих древнюю традицию, работа здесь – не просто производственный процесс, а осознанная миссия сохранения наследия и высокая ответственность.

В цифровую эпоху, когда всё меняется с невероятной скоростью, традиционные промыслы сталкиваются с особыми вызовами. Секрет их выживания – в умении вовремя и грамотно отвечать на запросы времени. На самом деле кажущаяся консервативной гжель всегда умела адаптироваться: именно благодаря этому промысел дошёл до наших дней. На Гжельском фарфоровом заводе хорошо это понимают.

«Гжель»! Каждый россиянин, услышав это слово, представляет белые чашки и чайники с синими розами-«агашками» на гладких боках. Такие были у бабушек и мам: стояли за стеклом в серванте и доставались только по особому случаю. Для многих гжель – это что-то тёплое и родное, из детства.

И далеко не все знают, что сейчас гжель переживает своё очередное перерождение – чтобы остаться не просто страницей истории, а уверенно и красиво войти в XXI век. Как? Увидеть это можно своими глазами, отправившись на экскурсию на Гжельский фарфоровый завод!



Telegram



Сайт

*По данным о финансовой отчётности, опубликованной в открытом доступе на ресурсе информационного агентства CREDINFORM (база данных ГЛОБАС) за 2023 год.

Если вы всё ещё раздумываете, стоит ли посетить Гжельский фарфоровый завод, представьте: это не просто экскурсия на производство, а настоящее путешествие во времени. Здесь вам доведётся не только увидеть, но и собственноручно создать изделие по старинной технологии.

После такого погружения привычная сине-белая роспись заиграет для вас новыми красками. Сквозь изящные завитки «агашки» вы начнёте различать живую историю — от крестьянской мастерской до цифровой эпохи, от первых кустарных горшков до современных арт-объектов.

Этот опыт останется с вами гораздо дольше, чем купленный сувенир. Он изменит ваш взгляд на русские традиции, раскроет их подлинную глубину и удивительную современность. Разве можно упустить такой шанс? Забронируйте экскурсию и мастер-класс уже сегодня!

<https://farfor-gzhel.ru>
Адрес магазина в Москве:
ул. Пятницкая, д. 10, стр. 1



Современная гжельская посуда сочетает в себе традиционную эстетику с практичностью: её можно использовать ежедневно и мыть в посудомоечной машине. Предприятие активно развивает коллаборации: за последние два года оно дважды становилось лауреатом отраслевой премии «На родном» за успешные проекты с представителями других сфер.

В 2018 году на заводе наладили выпуск фарфоровых кофейных стаканов для «кофе с собой», и поначалу в консервативной среде было встречено неоднозначно. Сейчас легендарный кофейный стакан существует в десятках вариантов росписи и продаётся тысячами тиражами. Сформировалась даже группа поклонников промысла, которая когда-то познакомилась с современной гжелью благодаря этому продукту. Сейчас они — лояльные покупатели, позитивно реагирующие на предлагаемые новинки. А их каждый сезон появляется несколько: это и кубические вазы для креативных букетов, и различная бижутерия, создаваемая вручную, и новая «мятая» посуда. Всего не перечислить. Лучше поехать на завод и подсмотреть за процессом создания.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ ПО-ГЖЕЛЬСКИ

Гжельский фарфоровый завод, оставаясь прежде всего производственным предприятием, открыл для себя новое перспективное направление — промышленный туризм. Когда-то закрытый производственный процесс постепенно превратился в увлекательное зрелище.

Отвечая на растущий интерес публики, завод создал полноценную экскурсионную программу. В небольшом, но содержательном музее собраны лучшие образцы гжельского искусства разных эпох, а в мастерских каждый желающий может



попробовать себя в роли гжельского художника. Если поначалу посетителей было немного, то сегодня завод переживает настоящий туристический бум.

Особенно впечатляют темпы роста: если с 2020 года поток гостей увеличился примерно на 12% в год, то в 2025 году посещаемость растёт в 2–2,5 раза по сравнению с предыдущим периодом. Теперь сюда приезжают целыми семьями, компаниями друзей. Даже летом, традиционно считавшимся мёртвым сезоном, свободные места найти непросто, и это при том, что завод открыт для посещений ежедневно, а в выходные количество экскурсий даже удвоили.

Ключевым фактором популярности экскурсий стала полная открытость производства. Гостям не только разрешают, но и рекомендуют фотографировать каждый этап создания фарфора — от росписи до обжига.



Эти кадры, щедро разлетающиеся по соц-сетям, стали лучшей рекламой завода.

Предвидя рост интереса к промышленному туризму, руководство предприятия заранее продумало каждую деталь. Одними из первых среди народных художественных промыслов здесь внедрили онлайн-бронирование экскурсий, а в пандемию дополнили сайт 3D-туром по цехам – это позволило виртуальным посетителям «заглянуть» на производство и запланировать будущий визит.

Особое внимание уделили интерактиву: гости могут не только наблюдать за работой мастеров, но и сами попробовать расписать изделие, не мешая производственному процессу.

ЧТО УВЕЗУТ ТУРИСТЫ?

Многие производители народных промыслов ошибаются, считая, что гости непременно хотят увезти с собой их традиционное изделие. На самом деле главная ценность для посетителей – эмоции.

Яркий пример – школьные экскурсии. Двадцать детей с горящими глазами хотят сохранить память о поездке, но фарфоровая чашка – не лучший вариант: хрупкая, дорогая, неудобная для транспортировки. Гениальным решением стали наборы стикеров с гжельскими узорами и смешными цитатами – доступные, лёгкие и понятные современным детям.

Завод идёт дальше: недавно выпустили первую коллекцию футболок с традиционными мотивами, открывая новое направление мерча.

Но самый ценный сувенир – собственноручно расписанное на мастер-классе изделие. Гости создают его по той же технологии, что и мастера: выбирают заготовку, наносят узор, а спустя несколько недель забирают свою работу в московском фирменном магазине или получают по почте.

А ГОСТИ КТО?

Основную часть посетителей составляют жители Москвы и Подмосковья от 20 до 45 лет. Это творческие натуры, молодые семьи, ценители искусства – те, кто ищет вдохновение в народных промыслах.

В учебное время к ним присоединяются школьники. Для многих детей экскурсия и мастер-класс становится первым настоящим погружением в мир русского искусства, пробуждая интерес к культурному наследию.

Узнают о возможности посещения завода по-разному: кто-то натывается на яркие посты в соцсетях, кто-то изучает специальный раздел на сайте завода, где вся информация подана максимально удобно и наглядно. Но, пожалуй, самый ценный канал – это сарафанное радио: восторженные отзывы друзей, коллег, знакомых, которые уже побывали в этом удивительном месте и теперь горячо рекомендуют его другим.



Так постепенно складывается круг истинных ценителей гжельского искусства – тех, кто приезжает сюда не просто на экскурсию, а за особой атмосферой творчества, где прошлое гармонично переплетается с настоящим.

И СТЕНЫ ГОВОРЯТ...

Этим летом Гжельский фарфоровый завод сделал смелый творческий шаг – объявил открытый конкурс на создание монументального мурала для своего парадного фасада. Перед художниками стояла непростая задача: создать не просто украшение, а визитную карточку, которая бы с первого взгляда рассказывала о духе крупнейшего фарфорового производства региона.

В отличие от уже ставших классикой гжельских роз, украшающих многие местные достопримечательности, здесь искали

свежее решение. Победителем стал необычный проект, где традиция встретилась с современными технологиями. Художник предложил не просто роспись, а целое световое представление – лаконичные контуры знаменитых изделий завода, которые с наступлением темноты оживают в лучах неоновой подсветки.

Теперь фасад превратился в своеобразную витрину предприятия: силуэты чайников, чашек и тарелок словно парят в воздухе, рассказывая гостям о богатстве гжельских форм. Это решение оказалось не только красивым, но и глубоко символичным – оно буквально высвечивает производственную суть завода, его живую связь с многовековой традицией.

Этот проект стал удачным примером того, как промышленное предприятие может говорить с миром на языке современного искусства, оставаясь верным своим корням.





WWW.VOLSHEBNITSA.RU

БЕЗ САХАРА
шоколад и трюфели



Реклама

Реклама. Рекламодатель ООО БАНК МБА-МОСКВА ИНН 7744001828. Erid: 2VSb5y7DMc5