

Глава местного самоуправления Ковернинского района
И Н С Т И Т У Т И З У Ч Е Н И Я Г О Р О Д А

**КОВЕРНИНО – ТЕРРИТОРИЯ ПЕРЕМЕН:
РАЗВИТИЕ БРЕНДА РАЙОНА**

Нижний Новгород–Ковернино, 2014

УДК 316.422
ББК 60.561.26
К56

Ковернино – территория перемен: Развитие бренда района / Под. ред. проф. Иудина А.А. Нижний Новгород–Ковернино, изд. НИСОЦ, 2014, 148 с.

Монография

Авторский коллектив:

Кривошеев Н.С. – автор идеи проекта, глава местного самоуправления
Ковернинского района

Иудин А.А. – научный руководитель проекта, д.э.н., проф. ННГУ

Аветисян В.Б. – журналист, редактор, писатель, краевед

Емельянова Е.Н. – руководитель лаборатории музейного дизайна ННГУ,
издатель журнала «Нижегородская коллекция»

Ковалева Т.И. – к.ист.н., главный редактор журнала «Нижегородский
музей», директор музея ННГУ

Патрушин С.Е. – Президент нижегородского туристического клуба
о. Алексей (Павлюк) благочинный Ковернинского округа

Подкар С.Б. – к.соц.н., зам. директора музея ННГУ, эксперт

Савичева Т.И. – редактор районной газеты «Ковернинские новости»

Рецензенты

доктор исторических наук, профессор З.Х. Саралиева

доктор экономических наук, профессор А.С. Кокин

В монографии рассмотрены вопросы формирования конкретного территориального бренда на основе имеющихся социально-экономических ресурсов территории. Определяются перспективы развития Ковернинского района и направления его позиционирования.

Представляет интерес для руководителей и ведущих специалистов системы управления территориальных подразделений, социологов, экономистов, студентов и аспирантов.

ISBN 978-5-93116-162-4

© Кривошеев Н.С., Иудин А.А.
2014 г.

ПРЕДИСЛОВИЕ АВТОРА ИДЕИ

Идею, какая бы она ни была, нельзя создать искусственно, просто из воздуха, из ничего. Она зачастую уже существует в наших головах в виде ассоциаций, ощущений, ожиданий. Вот и выходит, что её нужно не столько создать, сколько угадать, вычленив самое ценное, положительное и перспективное – и развивать в этом направлении. Причем, не только визуально, но через заложенное в ней глубинное содержание. Она должна быть понятна и доступна абсолютно всем. Ну, скажем, идея о том, как сделать наш район передовым во всех отношениях, красивым, открытым, комфортным не только для тех, кто в нём живёт, но и для всех, кто приезжает к нам в гости! Что для этого нужно сделать? С чего начать? Давайте попробуем нащупать точку отсчёта, от которой нам следует двигаться к возможной разгадке наших путей и методов, если хотите, к творческому озарению.

В первую очередь, важно чётко определиться со своим восприятием родного края, посмотреть на свои возможности как рачительные хозяева. Коллективным разумом взвесить наши преимущества и ценности, дать общие и частные характеристики наших исторических, культурных, природных ресурсов, интеллектуального, трудового и человеческого капитала, их привлекательность для туризма, развития малого и среднего бизнеса, а в итоге создать побуждающую мотивацию для широкого круга инвесторов с целью активной капитализации нашей территории.

В чём я вижу свою миссию как генератор проекта? Прежде всего, в том, чтобы возбудить народную инициативу, повысить интерес жителей района к их активному коллективному участию в претворении идеи развития Ковернино. Главным для каждого должно стать убеждение, что всё зависит только от его личного желания и участия в этом процессе. У каждого найдётся своя ниша в общем деле, каждый в силах что-то предложить, решить сам, сделать собственными силами. Понятно, что в первую очередь это относится к местной элите – работников сферы управления, руководителей предприятий, предпринимателей, местной интеллигенции. Ковернинцам не следует ос-

таваться в роли сторонних наблюдателей, – каждый имеет возможность внести свои предложения в план маркетинговой стратегии района. Наконец, в рамках запущенного процесса мы должны найти варианты дизайна визуального образа нашего края, – это значит, что мысль, заложенная в слогане: «Ковернино – Родина Хохломы», должна чётко восприниматься уже на самом въезде в наш район, а затем, по мере продвижения вглубь, подтверждаться всеми формами визуальной информации. Предстоит продумать логотип, который будет использован в продвижении наших товаров и туристического продукта, – хотя это лишь часть общей стратегии формирования бренда, причём не самая основная.

Рыночное позиционирование района – дело сложное и неоднозначное. Мы позиционируем себя как Родина Хохломы, а, например, Семёнов – как её столица. Едва ли стоит рассматривать наши районы как конкуренты в позиционировании на основе народных промыслов. Хохлома сегодня – всероссийский бренд и мы все можем на этой основе рассматриваться, в частности, как центр русской души, как российские культурные истоки. Ясно и то, что в каждом большом деле залогом успеха выступают хорошие партнёрские отношения – с соседями ли, с предприятиями, или с деловыми людьми. В нашем случае мы не сможем обойтись без тесных партнёрских отношений с Городцом – музейной и туристической столицей Поволжья. Особенно важны наши отношения с Семёновым, поскольку именно этот город сегодня активно позиционирует себя как Столица Золотой Хохломы, и, соответственно, получает федеральные гранты для проведения на своей территории Всероссийского фестиваля традиционного народного художественного промысла «Золотая Хохлома». Конечно, обидно, что нам, ковернинцам, на этом «празднике жизни» уготована роль персонажа второго плана. Признаемся честно, семёновцы по части развития промысла нас далеко обошли. Хотя на то были и есть свои объективные причины. Но мы вовсе не забыли тот факт, что наша фабрика «Хохломский художник» появилась аж в 1919 году, а у семёновцев тогда ещё и конь не валялся... И лишь после того, как туда были приглашены наши мастера – Красильниковы, Бедин, Юзи-

ков, Тюкаловы и другие, – для обучения людей хохломской росписи, в 1931 году появилась Семёновская артель «Хохломская роспись». С тех пор много воды утекло. Мы за это время пережили величайший творческий и художественный взлёт 1960–1990-х годов, принесший нам всемирную известность, а затем и величайшее падение и, по сути, банкротство.



Бренд-сессия: обсуждение проекта
(слева направо А.А. Иудин, Н.С. Кривошеев, С.Б. Подкар)

Хохломский промысел – это единый организм, и, как говорил Ф.А. Бедин, все мы суть берега одного озера, и воды его одинаково омывают каждого из нас! Но семёновцы оказались ловчее нас, они смогли удержать и развить своё производство: там выстроена маркетинговая стратегия, налажена международная сеть реализации товаров, действует училище по подготовке мастеров. И за это им честь и хвала. Но не мешало бы и нам иметь курсы по росписи, поскольку живы ещё ветераны промысла, и им есть, что передать молодёжи. Еще более важно, что Ковернино имеет статус родины и истоков хохломского промысла. А это, говоря языком экономики, весомая территориальная рента! Это означает, что мы имеем большой капитал, но, в силу своей беспечности или некомпетентности, не можем

обратить этот капитал в свою пользу! К тому же, именно наша «Корнинская школа росписи» обладает признанными во всём мире художественными открытиями, которые необходимо запатентовать как интеллектуальную собственность. Более того, за нами – знания, исторические основы и великие имена патриархов, подпирающих родословное древо хохломского промысла. У каждого на слуху братья Подоговы, братья Тюкаловы, братья Красильниковы, А.М. Серов, Ф.А. Бедин, С.П. Веселов, О.П. Лушина, О.Н. Веселова, династия Гуциных... Наш район имеет в своём активе четыре народных художника и пятнадцать заслуженных художников Российской Федерации! Такое ожерелье народных мастеров дорогого стоит, и мы просто обязаны в полной мере раскрыть и использовать эти преимущества!

Как же нам по-умному распорядиться социальным и природным капиталом нашего района, поставить дело так, чтобы искусство, вошедшее в сокровищницу мировой культуры, послужило своему району? Попытке поиска подходов к решению этого вопроса и посвящена данная книга. Мы не намерены искать виновников просчетов, поставивших наш район на то место, которое он ныне занимает, но необходимо понять природу этих просчетов и, главное, найти пути выхода района на новые горизонты. Мы понимаем, что для решения этой проблемы мы не можем позволить себе вариться в собственном соку, нам необходимо воспользоваться достижениями науки в этой области и поэтому мы обратились к помощи ученых.

ВВЕДЕНИЕ

Формирование в России рыночных отношений, возникновение конкуренции, в том числе и между территориями, актуализировало вопрос о необходимости новых подходов к анализу ситуации в районе, социально-экономическому планированию. В новых социальных и экономических условиях управление районом должно строиться на принципиально иных основаниях, радикально отличающихся от тех, к которым мы привыкли в советский период. Конкуренция территорий в последнее время принимает все более конкретные, осязаемые формы, и сегодня уже многие российские города и регионы – сначала столичные, а затем и провинциальные – стали активно заниматься брендингом.

Разработка бренда местности – дело чрезвычайно сложное, а для многих регионов нашей страны, дело новое, потому что у нас длительное время фактически исповедовалась идеология антибрендинга: закрытая, секретная территория, расположенная за железным занавесом. Маркетинг (и брендинг) территорий – дело для нас новое, хотя и в западных странах это научное направление появилось сравнительно недавно. Для российской глубинки борьба за инвестиции, туристов дело совершенно непривычное, тем не менее, за это дело необходимо браться, нужно активное продвижение территорий, ибо бренды поселков, городов, районов, областей становятся своего рода товаром, который нуждается в рекламе.

Стартовые условия для нашего района чрезвычайно сложны: мы малоизвестны не только за рубежами нашей области (а тем более за рубежами страны), но и в самом областном центре о нас мало кто знает. Так, в декабре 2007 г. нижегородские социологи (компания НИСОЦ) провел исследование, посвященное изучению степени знакомства жителей областного центра с районами Нижегородской области. По этому показателю наш район занимал двадцать шестое место из тридцати четырех возможных (см. табл.). При этом наши соседи (и конкуренты) – Семеновский район – находился на пятом месте! Рядом с ним (на шестом месте) находится другой наш сосед – Горо-

децкий район. Причин такого разрыва немало и многие из них нам известны. Думается, что за прошедшие годы в рейтинге известности территорий Нижегородской области мало что изменилось. А это означает, что перед руководством района стоят весьма сложные задачи по выведению района на новые рубежи. И возможности для этого есть: нельзя не отметить, что наш район является родиной хохломы – прикладного искусства, который рассматривается как бренд всей России. Все это означает, что новому руководству придётся начинать культурную политику в районе с нуля.

Т а б л и ц а

Рейтинг известности территорий Нижегородской области

Ранг	Район	Ранг	Район	Ранг	Район
1	Дзержинск	17	Сергачский	26	Гагинский
2	Борский	17	Лысковский	26	Ковернинский
3	Кстовский	18	Уренский	26	Воротынский
4	Арзамасский	18	Б.-Мурашкинский	27	Вознесенский
5	Семеновский	19	Вачский	27	Бутурлинский
6	Городецкий	20	Шатковский	27	Сосновский
7	Балахнинский	21	Кулебакский	27	Вадский
8	Саров	21	Княгининский	28	Первомайский
9	Богородский	21	Воскресенский	29	Варнавинский
10	Павловский	22	Лукояновский	30	Тоншаевский
11	Выксунский	22	Кр.-Баковский	30	Спасекий
12	Б.-Болдинский	23	Ардатовский	31	Кр.-Октябрьский
12	Дивеевский	23	Перевозский	32	Починковский
13	Шахунский	24	Володарский	33	Сеченовский
14	Чкаловский	24	Пильнинский	33	Тонкинский
15	Ветлужский	25	Навашинский	34	Шарангский
16	Д.-Константиновский	25	Сокольский		

Рейтинг приводится по статье: Иудин А., Ухабина Е. Родные и пенаты. // Газета «Биржа» 21.01.2008, № 2.

Определяя рубежи, на которые надо выводить район, необходимо создать концепцию его существования в новых рыночных условиях, выявить его ресурсы и возможности, понять угрозы, стоящие перед ним. Необходимо уяснить для себя, что такое Ковернино, какие сильные стороны есть у района, кто является целевой аудиторией его товаров и услуг, как и через какие каналы коммуникаций обращаться

к этой аудитории – в общем, все то, что традиционно входит в понятие маркетинговой стратегии. Для того чтобы в полной мере проявить скрытые экономические преимущества и возможности, нужна выверенная и ёмкая маркетинговая стратегия. Для этого нам придется запускать процесс социологических исследований в районе и даже на территории области. Это поможет ответить на вопрос, какой образ Родины Хохломы люди хотят видеть, какой образ будет для них сильным аргументом, чтобы приехать в Ковернино, посмотреть, провести здесь своё время и свой отпуск, не исключая и вид на постоянное место жительства. Важно не столько выявить и рассказать, чем наш район привлекателен для жизни и отдыха, сколько раскрыть преимущества, по которым у Ковернино есть выигрышная позиция.



Бренд-сессия в Нижегородском Университете. Вступительное слово ректора Е.В. Чупрунова. Справа – председатель Ковернинского землячества Н.Г. Смирнов

Нам всем предстоит учиться работать и просто существовать в новых условиях, привлекать к сотрудничеству ученых и науку, необ-

ходимо привлекать нужных специалистов со стороны. Необходим серьёзный анализ имеющегося в районе кадрового потенциала. Очевидно предстоит серьёзная переквалификация кадров, перестановки, сокращения. Особую заботу потребует работа с молодежью, которую необходимо стимулировать на повышение квалификации, причем молодых людей надо будет не только обучить, но и суметь удержать в районе, сделать его более привлекательным для них, чем областной центр и столичные города. Привлекая Ковернинцев к активной работе на благо новой стратегии района, мы должны осознавать, что они не должны оставаться в роли сторонних наблюдателей, – каждый должен получить возможность внести свои предложения в план маркетинговой стратегии района.

Нужно учитывать, с одной стороны, задачу, которая определена федеральными программами по развитию внутреннего туризма; с другой стороны, наши приуольские деревни пока сохраняют некое очарование старины, – живы ещё народные традиции, бытовые обычаи, фольклор, – они-то и способны привлечь иностранных туристов. Сюда, конечно, надо отнести наши музеи, природные заповедники, архитектурные достопримечательности.

Экспорт нашей национальной культуры и народного творчества – это новый, еще не использовавшийся прежде канал поступления средств в наш регион, которых ему так не хватает не только для развития, но даже для нормального существования. А перед нами стоят задачи интенсивного развития!

ГЛАВА I. КОВЕРНИНСКИЙ РАЙОН: СТАРТОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Ковернинский район расположен в северо-западной части Нижегородской области, граничит с Костромской областью и пятью районами Нижегородской области – Городецким, Сокольским, Варнавинским, Семеновским и Борским. Площадь территории района более 2340 кв.км. Территория обширная: имеет протяженность с севера на юг 90 км, а с запада на восток – 60 км.

Ковернинский муниципальный район включает в себя на 6 муниципальных образований, в т.ч. рабочий поселок Ковернино и 5 сельсоветов. Районный центр – рабочий посёлок Ковернино находится в 128 км от областного центра. В состав района входит 184 населенных пункта, из которых 183 – сельские населенные пункты. Численность населения района на 1 января 2011 составила 19 870 человек, плотность – 8,5 человек на кв.км., что совпадает с плотностью населения России (8,4 чел. на кв.км). Но, например, в Московской области плотность населения составляет 159 чел. на кв.км., а в Нижегородской – 43 чел. на кв.км. Для сравнения отметим, что численность населения в Городецком районе составляет 97 100 человек (плотность – 66 чел./кв.км), а в Семеновском районе составляет 48 719 чел. – в 2,5 раза больше, чем в Ковернинском. По плотности населения Ковернинский район близко совпадает с Вологодской и Тюменской областями, с Республикой Хакасия. Таким образом, наш район очень слабо заселен, хотя находится на среднем для России уровне.

Преимущество района состоит в том, что он расположен недалеко от областного центра (в 128 км), имеет неплохие автодороги (703,9 км, с твердым покрытием – 570 км). Недалеко от района расположены федеральные трассы – Нижний Новгород–Киров (60 км) и Москва–Казань (100 км). Железнодорожное сообщение отсутствует.

Итак, Ковернинский район – это северная территория, которая характеризуется отсутствием крупной промышленности, небогатыми полезными ископаемыми и низким уровнем плодородия почв. Но это экологически чистый район – здесь никогда не было крупных про-

мышленных предприятий со сколь-нибудь выраженным загрязняющим эффектом. На всей территории района хорошая вода и чистые продукты. Слабая заселенность района приводит к тому, что здесь немало заповедных мест. Район богат дарами леса – грибами, ягодами.

Направления развития района во многом связано с его историческим обликом и природными ресурсами. Для его развития настоятельно необходимо рыночное мышление, причем не только у руководящего состава района, но и у основной массы населения.

§ 1.1. Природные ресурсы района

Минеральные ресурсы района представлены залежами минерального сырья, пригодного для производства строительных материалов, использования в химической промышленности и в сельском хозяйстве. Это каменная соль, кирпичные глины, торф и строительные пески.

Крупное месторождение каменной соли около 712 млн. тонн еще в советские годы (1973–1878) разведано около села Белбаж. Эта соль пригодна для производства хлора, каустической соды и пищевой соли. Разработка месторождения требует солидных капиталовложений, которыми район не располагает, а привлечение внешних инвесторов едва ли значительно улучшит балансовые показатели района.

Месторождение глины находится в 2 км от райцентра – поселка Ковернино. Глина хорошего качества, залегает на небольшой глубине и может быть использована для производства красного кирпича и других строительных материалов. Развитие района подразумевает строительство жилых и производственных помещений, поэтому перспективным является поощрение местных предпринимателей, которые захотели бы заняться этим производством. Развитие строительной индустрии на местных ресурсах перспективно и в силу того, что в районе есть разведанные запасы строительных песков в объеме 5,82 млн.куб.м.

На территории района расположено двадцать два торфяных месторождения, в том числе два крупных торфяных месторождения верхового типа площадью свыше 100 га. Торфяное месторождение «Гладкое», площадью 55 га, взято на охрану как памятник природы.

Минеральные ресурсы района до сих пор в промышленных масштабах не разрабатывались.

Район богат лесными ресурсами. Лесистость района (отношение лесных земель к общей площади района) составляет 72,4%. Значительная часть района покрыта сплошным лесным массивом (север и восток территории), более заселенная часть (южная и центральная зоны) покрыта отдельными лесными участками.

Богат район и водными ресурсами – реками и прудами. В районе протекают 22 реки длиной от трех до шестидесяти пяти километров. Реки не судоходные и не представляют опасности при разливе. Главной рекой района является река Узола, берущая начало в районе и впадающая в Волгу. Ее общая длина 147 километров и половину своего пути река протекает по Ковернинскому району. Основные притоки Узолы: Малая Серга, Большая Серга, Хохломка, Лемша.

Северная часть района является водораздельной территорией. Здесь беруг свое начало р. Керженец, притоки р. Унжи: р. Шомохта и Черный Лук, р. Утрус; приток р. Моча – р. Мочевязь. По уровню минерализации, то есть по содержанию растворенных солей, речные воды района относятся к группам с очень малой и малой минерализацией. В целом по химическому составу, воды большинства рек района высокого качества. Для бытовых и пищевых нужд населением используется вода из артезианских скважин и колодцев.

В районе имеется 71 пруд с площадью зеркала от 100 до 300 000 кв. метров и глубиной от 1 до 6 метров.

В период с 1995 по 2000 г. за счет средств федерального бюджета ФГУ ГП «Волгагеология» в рамках работы по оценке обеспеченности Приволжского ФО ресурсами подземных вод хозяйственного назначения проведена оценка обеспеченности Нижегородской области. По результатам выполненных работ прогнозные эксплуатационные

ресурсы пресных подземных вод в пределах Ковернинского муниципального района составляют 296,5 тыс. куб. м в сутки.



Заволжские дали. Красоты нетронутой природы
– важнейший ресурс Ковернинского района

Важным природным ресурсом района являются его природные заповедные места, охотничьи угодья, грибные и ягодные места, лесные чащи, способные привлечь и привлекающие охотников, рыбаков и туристов. В этой связи необходимо вспомнить об особо охраняемых природных территориях. В Ковернинском районе находится восемь памятников природы.

1. *Лес у истоков р. Керженец (заказник)*. Дата образования – 1978 год. Расположен в северной части района, суммарная площадь 24,5 тыс. га. Памятник природы включает высоко возрастные южно-таежные темнохвойные леса и сосновые боры, производные березняки и осинники, болота. Место произрастания редких видов растений. Место обитания редких видов животных и птиц, в т.ч. занесенных в Красную книгу РФ. Охота запрещена. Расстояние от Н.Новгорода 190 км, от поселка Ковернино до села Белбаж 45 км. Имеется автомобильная дорога с асфальтным покрытием и пеший переход 5-10 км.

2. *Ковернинский заболоченный массив* площадью 11 тыс. га. представляет собой участок заболоченных лесов, низинных и переходных болот. Предполагаемое место обитания белой куропатки. Леса начинаются перед деревней Понурово.

3. *Болото Мазовское-2* площадью 26,5 га. расположено на землях СПК Возрождение. Типичное переходное болото, место произрастания морошки.

4. *Участки сосново-лиственничного леса у с. Высоково* площадью 7,4 га. Три участка высоко возрастных боров с преобладанием в древостое лиственницы сибирской.

5. *Болота и участки сосново-лиственничного леса Наумовского лесничества* площадью 1410,3 га. имеют охранную зону 1616,3 га. Эталоны северных сосновых боров с лиственницей сибирской и типичные верховые и переходные болота. Место обитания редких видов животных.

6. *Болото Малое* площадью 40,4 га. с охранной зоной 70,2 га. Типичное верховое болото с переходной окраиной, клюквенник.

7. *Болото Шарлово* площадь. 125,9 га. является типичным верховым и переходным болотом. Это место произрастания редкого вида растений. Клюквенник.

8. *Участки еловых лесов около д. Сермягино* относятся к типу ельника сложного и имеют площадь 488,7 га. Ценность этих участков в том, что эти ельники являются местом произрастания лобарии легочной – лишайника, занесенного в Красную книгу РФ.

§ 1.2. Экономический потенциал

С момента возникновения поселений на территории района развиваются промыслы: сапожный, производство валяной обуви, кузнечный, столярный, изготовление и роспись деревянных ложек и посуды, выработка коромысел, ткачество холста и половиков. Во многих источниках отмечается обечечный промысел, очевидно, некий специфический, местный. Упоминается только в связи с Ковернинским районом. В силу рискованного земледелия территории и низкой продуктивности сельскохозяйственного производства народные промыслы составляли существеннейшую часть обеспечения жизнедеятельности населения.

Исторически промышленность в районе создавалась на основе переработки леса, сельскохозяйственного сырья. Еще в 1879 году открылась Тарасовская фабрика по производству валяной обуви. В марте 1919 года были созданы Хрящевская рогожная артель, Семинская и Мокушинская красильно-ложкарные артели. С них начинается история ТПО фабрики "Хохломской художник". В течение длительного времени это производство составляло славу района. В 1933 году введен в строй льнозавод, являвшийся одним из самых мощных в регионе, в настоящее время в этой отрасли работает ОАО "Северный шелк" (пос. Ковернино, ул. Заречная, д. 20). В 1952 году создан леспромхоз.



Уже на въезде в район
должен угадываться его бренд: «Родина Хохломы»

Сельское хозяйство является основной отраслью экономики района. В общем объеме валовой продукции продукция сельского хозяйства занимает 50-60 %. В советское время в районе было 12 колхозов и леспромхоз. В настоящее время в районе работает 8 сельскохозяй-

ственных предприятий, из них 6 сельскохозяйственных производственных кооперативов (СПК), одно общество с ограниченной ответственностью (ООО) и одно открытое акционерное общество (ОАО). Но производственные мощности и объем производства в основном сохранились. Из этих восьми шесть имеют статус племзаводов. Два СПК имеют сравнительно меньшие объемы производства и в основном занимаются животноводством. Основное направление районных сельхозпредприятий – молочное животноводство, производство и реализация молока, попутно, соответственно идет производство и реализация мяса. Животноводство на северных территориях по продуктивности не уступает аналогичному производству южных районов области. По уровню развития сельскохозяйственного производства Ковернинский район занимает второе место в области по объему производства молока. Уступает только Пильненскому району – южному району области. Мы находимся в тройке лидеров – Пильнинский, Ковернинский и Городецкий районы.

Земледелие завязано на производство кормовой базы именно для животноводства – те же зерновые, которые выращиваются на землях Ковернинского района, и кормовые культуры – они все идут на потребность животноводства. На продажу не производится ни сено, ни зерно, ни сенаж, ни силос – все идет на производство молока, на скормливание поголовью скота района.

Преимущества северного положения района Нижегородской области отсутствуют. Единственное преимущество – очень хорошая вода, и то, что в Ковернинском районе есть хорошие источники, завязанные на фермы, где животные потребляют эту воду, полезную для качества молока. Очевидно, это положительно сказывается и на приплоде. Но это преимущество районом и его предприятиями практически никак не используется. И экология, и вода экономического эффекта не производят. Этим очевидно в перспективе следует нагружать бренд района.

Второй важнейший экономический ресурс района на сегодняшний день – это лес. В советское время в этой отрасли существовали леспромхозы, межлесхозы (межхозяйственные), лесхозы – то есть три

типа хозяйствования. Сейчас речь идет о двух типах организаций занимающихся лесом – государственный лесхоз и лесопользователи. Функции государственного лесхоза состоят в контроле за состоянием лесов в районе по отношению к пользователям лесов, которые являются арендаторами (лесопользователями). Гослесхоз – государственный орган, выполняющий контролируемую функцию, он находится на бюджете и смысл его заключается в том, чтобы леса не терпели ущерба. Качество работы гослесхоза во многом зависит от конкретного руководителя, от личности.

В основе работы гослесхоза лежит карта лесопользования, которую сами арендаторы заказывают, в которых показано где и на какой спил лес находится, где и каких пород – лиственный, хвойный. Они заказывают эти карты в специализированных организациях и на основании этого документа, документа о лесопользовании, они уже делают делянки, запускают людей, где и когда какой лес там можно под вырубку пустить. А за этим всем следит уже государственный лесхоз. Рекультивацией лесов занимаются арендаторы, лесопользователи. Это условие содержится в арендном договоре, в котором не прописывают только цену, по которой он реализует этот лес, все остальное есть, все физические величины.

Основной арендатор всех бывших государственных лесов, которые относились к государственному лесхозу, сегодня – это компания «Рось». Это скорее группа компаний или холдинг. Они на аукционе выкупили все леса, которые относились раньше к государственному лесхозу.

Леса, которые относились к ведению межхозяйственного лесхоза, сегодня распределены через аукцион среди хозяйств, сельскохозяйственных предприятий района. В основном арендаторы местные, но есть один сторонний арендатор, который участвовал в аукционе и тоже имеет угодье. На сегодняшний день заметная часть лесов района вырублена.

Заготавливаемая в Ковернинском районе деловая древесина перерабатывается местными предприятиями. Береза диаметром более 18 см перерабатывается фанерным комбинатом группы компаний Рось,

причем древесины данного вида для комбината не хватает, закупки ведутся в соседних районах и областях.

Хвойная деловая древесина (сосна и ель) диаметром от 12 см тоже востребована, из нее получают строительные материалы: доску, брус. У некоторых предпринимателей есть оцилиндровочные станки, изготавливающие бревно для строительства индивидуальных домов и коттеджей. Это позволяет им иметь полный законченный цикл в деревообработке – от заготовки леса, его переработки и строительство собственными бригадами, реализуя конечный этап – сдача дома «под ключ». При этом реализуется продукция не по оптовым ценам, а по рыночным, что говорит о деловой хватке ковернинских предпринимателей. Но только предприятие группы компаний «Рось» выпускает продукцию более глубокой переработки – сухой строганный погонаж.

В лесосеках присутствует в немалых количествах осина, которая меньше востребована, хотя имеет цену в два раза ниже, чем береза и хвоя. Тем не менее, она перерабатывается в доски для поддонов, а предприятие «Рось» изготавливает из нее также кабельные барабаны и вагонку хорошего качества.

Основная проблема лесозаготовителей – отсутствие спроса на низкосортную и мелкотоварную древесину лиственных пород. Эта древесина составляет около 40% объемов заготовки. Часть ее покупается населением на дрова, часть местными предпринимателями перерабатывается в древесный уголь. Но большая часть просто сжигается в делянках. Этот процесс усугубляет существенную проблему, которая существует и в других районах области, где ведутся лесозаготовки. Дело в том, что при распиловке хвойной древесины половина ее уходит в отходы (опилки, щепка, горбыль), а при глубокой переработке, в том числе при производстве фанеры, объем отходов достигает 65%.

Утилизация отходов по большей части осуществляется некорректно, а с закрытием свалки в Ковернино проблема утилизации обостряется. Между тем и невостребованная древесина и отходы от деревообрабатывающих предприятий могут быть использованы как

сырье для производства пеллет и брикетов. В Ковернинском районе неоднократно предпринимались попытки наладить подобные производства. В настоящее время работает только одно, на базе компании «Рось», но работает не на полную мощность, находится в процессе развития, ориентировано в основном на переработку собственных отходов и низкосортной древесины.



Село Ковернино в начале XX века

Наиболее востребована и активно перерабатывается деловая древесина. Низкосортная, мелкотоварная древесина лиственных пород, а также отходы от деревообрабатывающих производств могут служить сырьевой базой для производства пеллет и брикетов. Совокупность этих проблем могло бы решить строительство плитного комбината – ДВП, ДСП, ламинат – по типу предприятия «Кроностар» в г. Шарья Костромской области. Но строительство такого масштаба пока не под силу экономике района, здесь нужны более основательные ресурсы – как минимум областного уровня. При этом логистика поставки балансов из Ковернино на предприятие «Кроностар» не работает – слишком далеко.

§ 1.3. Культурно-исторические ресурсы

Район имеет богатую и самобытную историю. До конца XVI века северный район Нижегородчины оставался на положении глухой и малонаселённой окраины. Начало освоения этого района было положено в первой половине XVI века выселением сюда Василием III семей опальных псковичей и основанием в Толоконцевской волости Спасского мужского монастыря. С XVI века процесс заселения Заволжья активизировался, и это в определённой мере заслуга монастырей: повсюду возникают пустыни, небольшие обители местного значения, часть земель была передана крупным Российским монастырям – Нижегородскому Печерскому и Макарьевскому Желтоводскому, Московским-Высоково-Петровскому, Троице-Сергиевскому, Саввино-Сторожевскому.

Получили вотчинные наделы в Заволжье и представители феодальной знати. Так, в 1618 году царь Михаил Фёдорович пожаловал думному дьяку И.Т. Грамотину земли по рекам Линде, Керженцу и Узоле. В числе приуольских селений оказались сёла Скоробогатово и Хохлома, село, известное уже в конце шестнадцатого столетия и отмеченное особым знаком на карте, составленной сыном Б. Годунова царевичем Фёдором и изданной в 1613 году. Владельцы новых земельных наделов выводили за Волгу крестьян из своих перенаселённых вотчин, предоставляя им льготы и на несколько лет освобождая их от оброка. Особенно охотно перебирались сюда безземельные оброчные ремесленники – бобыли, жившие в старых вотчинах по чужим дворам, получившие на новом месте землю и свободный доступ к сырью, лесу. Документы шестнадцатого века называют их сходцами. Кроме того, население Заволжья, в том числе и Заузоля, регулярно пополнялось за счёт утекцев – беглых людей, искавших в Заволжских лесах спасения от феодального гнёта, чиновничьих поборов и притеснений в городах, от голода и бедствий смутного времени. Массовые уходы за Волгу отмечены в 1648 году во время волнений в правобережных вотчинах Б.И. Морозова. Во второй половине XVII столетия сюда бежали участники разинского восстания и

соловецкого бунта, московские, смоленские, новгородские старообрядцы, которые строили скиты в глухих местах. Так начиналась история Ковернинского края. И формировалась она на берегах притоков реки Волга (Моча, Лоймина, Ширмокша), Унжи (Чёрный Лух, Утрус, Шомохта), Керженец, реки Узолы и её притоках.



Резьба по дереву: традиции живы и поныне

Преобладающий тип поселений – малые деревни в один-три двора. В названиях многих деревень до сих пор читаются имена первых

поселенцев – Анисимово, Гавриловка, Починок Иванов, Михайлово, Дёмино, Гришино, Степаново.



Собор Успения Пресвятой Богородицы
Высоковского Успенского монастыря в Выселках

Таким образом, в Заузолье собралось немало людей деятельных, предприимчивых, знакомых с различными ремёслами. Отсутствие плодородных земель побуждало заниматься промыслами, а доступность сырья и близость рынков сбыта создавали необходимые условия для их развития. Благодаря обилию леса, первостепенное значение получили различные отрасли обработки дерева: плотницкое дело, изготовление деревянных вёдер и бочек, корыт, лопат, коромысел, плетение рогож, берестяных коробов – пестерей и сумок. Во

многих видах обработки дерева ярко проявилась талантливость местных мастеров. Деревянная утварь – ткацкие станы, вальки, рубели, прялки – украшались геометрической резьбой. Развиваются промыслы: валено-сапожный, обечечный, кузнечный, столярный, ткачество, изготовление и роспись деревянных ложек и посуды. Здешние приуольские деревни явились историческим очагом и колыбелью всемирно известного российского народного художественного промысла – Хохломской росписи.



Особенности уникальной северной архитектуры:
бывший купеческий дом в Ковернино

На рубеже XVII-XVIII веков возникла Рыбновская волость (от названия поселения – Рыбное), здесь же появляется починок Каверин, позднее деревня Котыррино. Волость относилась к Юрьевецкому уезду Нижегородской губернии. В 70-е годы XVIII века Рыбновская дворцовая волость (позднее Ковернинская), Скоробогатовская и ряд

других дворцовых волостей были переданы в Макарьевский уезд Костромской губернии.

По документам Государственного архива Костромской области установлено, что торговая деревня Котырнино в 1718 году стала называться торговым селом. Близ Ковернина, кроме уже названной Рыбновской дворцовой волости, существовала Карельская дворцовая волость (центр – деревня Язвино). В 1797 году Павел I вместо дворцовых волостей учредил удельные приказы и слил Карельскую и Рыбновскую волости в Ковернинский удельный приказ с центром в с. Ковернино. По числу людей, основной силе трудовой деятельности, перевес села Ковернина над деревней Рыбной был очевиден: в с. Ковернино было 111 мужчин и 147 женщин, а в д. Рыбная только 50 мужчин и 62 женщины. По этой и другим причинам (базары по четвергам, ярмарки по праздникам) Ковернино и стало центральной усадьбой удельного приказа.



Особенности уникальной северной архитектуры:
дом в деревне Марково

После реформы 1797 года бывших дворцовых крестьян стали называть удельными крестьянами, а крестьян экономии государствен-

ной коллегии (т.е. крестьян церкви) – государственными крестьянами. Согласно ревизии (переписи) населения 1795 года из бывшей Рыбновской дворцовой волости в Ковернинский удельный приказ влилось село Ковернино и 58 деревень, в которых жило 3294 мужчины и 3343 женщины, а из дворцовой Карельской волости – село Шадрино и 12 деревень, где проживало 1131 мужчин и 1368 женщин.



Троицкий храм в селе Белбаж. Крепнет надежда, что скоро это величественное сооружение также будет отреставрировано

В Ковернинский удельный приказ вошли также 4 староверческих монастыря (17 мужчин и 34 женщины). Кроме того, в Ковернинский удельный приказ включили 6 деревень бывшей Заборской дворцовой волости – Максимово, Цибрики, Гавриловку, Пеуз, Ермилово и Колобовку Горелую – всего 413 человек (189 мужчин и 224 женщины). В него вошли также вновь заведённые починки Козмин, Петров (1796 г), Пихтик (1799 г), Ключи (1796г), Бобыльский (1795-1811 гг) и Мягкий (1802 г). Таким образом, Ковернинский удельный приказ был создан из 88 селений, в которых по переписи 1795 года прожи-

вало почти 10 тысяч человек. В 1816 году Ковернинский удельный приказ становится «Уделом Ея Императорского Высочества Государыни Великой Княгини Екатерины Павловны». В начале XVIII века сформировалась и другая дворцовая волость – Хохломская. Она принадлежала, как и ряд других дворцовых волостей, царской семье и ведалась первоначально совместно с Городецкой дворцовой волостью специальными управителями.



Фабрику ООО «Промысел» посетили участники международной социологической конференции

С 60-х годов девятнадцатого столетия Хохломская волость находилась в составе Семёновского уезда Нижегородской губернии. В отличие от других дворцовых волостей часть крестьян Хохломской волости были в личной зависимости помещиков Турчаниновых, Плотницких, Мельниковых, князей Гагариных, Кулебякиных, графини Толстой. В 1886 году Ковернинский удельный приказ и соседние с ним волости государственных крестьян – Скоробогатовская, Хох-

ломская и Белбажская – преобразуются из хозяйственных организаций в общие административные учреждения с более широкими функциями. Границы волостей оказались устойчивыми вплоть до 1917 года.

Памятники района.

Сёмино – село в Ковернинском районе в 20 км к югу от райцентра на реке Узоле. Возникло в XVII веке. Наряду с близлежащими деревнями Хрящи и Новопокровское является родиной всемирно знаменитого промысла – хохломской росписи. До последнего времени здесь работала фабрика «Хохломской художник». В 2010 году в Сёмине был построен и освящён единовременный храм во имя иконы «Всех скорбящих радости» (в память о детях, которые погибли в автомобильных катастрофах). Храм возведён на средства руководства ООО «Промысел», специализирующемся на производстве деревянных шкатулок с хохломской росписью.

Село Хохлома – в 20 км к юго-востоку от райцентра на реке Хохломка. Существует с XVII века, названо по протекающей у села реке. Получило известность как торговое село, куда стекалось большое количество деревянной посуды, изготавливавшейся в округе. Именно от хохломского базара (кустарных промыслов в селе не было) идет название хохломской росписи по дереву. В селе сохранился памятник градостроительства и архитектуры – церковь Рождества Богородицы (1828 год, 1860-е годы).

В Ковернинском районе сохранились исторические, архитектурные памятники: Высоковский Успенский монастырь (село Высоково); Свято–Троицкий Белбажский монастырь (село Белбаж); Троицкая церковь Тихоновского направления (село Скоробогатово).

Памятники градостроительства и архитектуры федерального значения в с. Высоково – ансамбль Высоковско-Успенского монастыря: Успенский собор (1834 год), колокольня (1830-е годы), Никольская церковь (1827 год), церковь Трёх Святителей (1835 год), келейный корпус (1820-1830 гг.), настоятельский корпус (1860-1870 гг.), юго-западная башня ограды (1820-1830 гг.).

Другие памятники градостроительства и архитектуры:

Дом Г.Т. Дурандина с резьбой (середина XIX века).
Васильево. Троицкая церковь (начало XX века).
Ключи. Церковь Рождества Богородицы (1859 год).
Кошелево. Старообрядческая церковь (вторая половина XIXв.).
Марково. Богословская церковь (1903 год).
Мартыново. Успенская (единоверческая) церковь (1854 год).
Понурово. Успенская церковь (1886 год).
Скоробогатово. Троицкая церковь (1817 год).
Содомово. Никольская церковь (XIXв.).
Сухоноска. Троицкая церковь (1782 год).
Филино. Кладбищенская церковь с колокольней (XVIII век, середина XIX века).
Шадрино. Казанская церковь (1822 год).
Шляпино. Церковь (XIX век).

Приход церкви в часть Казанской Божьей Матери (с. Горевое, Горевский сельсовет). Достроена в 2009 году за счет благотворительной помощи депутата Законодательного собрания Нижегородской области Сергея Витальевича Козырева.

Приход церкви в честь Покрова Пресвятой Богородицы (с. Белбаж, Белбажский сельсовет). Построена в 1820 году в Покровской слободе при Белбажском монастыре каменная церковь с высокой колокольней. Является частью ансамбля Белбажского монастыря, основанного в 1708 году при слободе Покровской и деревне Вязовка (ныне село Белбаж). В 1939 году церковь была закрыта. Восстановлена в 1991 г.

Памятники истории

Могила Красикова Трофима Васильевича (1900-1972 гг.), Героя Социалистического Труда на кладбище в его родной деревне Сухоноска Ковернинского района.

Могила Вагина Михаила Григорьевича (1923–2001 гг.), Героя Социалистического Труда, Почётного гражданина Нижегородской области на городском кладбище в Ковернино.

ГЛАВА II. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Важнейшим ресурсом развития территории является человеческий капитал – наиболее сложный самовоспроизводящийся ресурс. Человеческий капитал – это потенциальная способность индивидуума приносить доход (как себе, своей семье, так и обществу) и прежде всего под этой категорией следует понимать свойства человека, развитие которых повышают его способность к производительному труду. Они включают в себя как врожденные способности и таланты, так и образование, навыки, приобретенную квалификацию. И это действительно капитал, так как в него вкладываются инвестиции – образование, воспитание, физическое, нравственное и профессиональное совершенствование человека – все это не является непроизводительными расходами; эти расходы оправдывают себя и повышают конкурентоспособность и человека, и общества. Человеческий капитал – важнейший фактор развития индивидуума, семьи и общества, фактор развития экономического и социального пространства.

Данный ресурс достоин отдельной главы в данной книге, а в программе развития района этот ресурс является определяющим. Многие аналитики, исследуя феномен японского чуда, отмечали, что основной секрет экономического успеха Японии заключался как раз в высоком уровне развития человеческого капитала в этой стране, где еще в начале XX века взрослое население проводило за партами времени больше, чем в развитых странах Европы и выше была продолжительность жизни.

Важнейшим элементом развития человеческого капитала является высокий уровень экономической свободы. Не в том ли заключается одна из причин падения Советского Союза, что в советские времена понятие предприимчивость рассматривалось если не как враждебное, то по крайней мере, как чуждое социалистическому образу жизни. Фактический запрет на инициативу сковывает развитие человеческого капитала – важнейшего потенциала развития территории. Модернизация района начинается с развития этого важнейшего ресурса территории; сюда входят кадры производства и управления, все на-

селение, народ, люди района. Привлечение инвестиций может начаться только с эффективного управления всем районом и каждым поселением. Это будет способствовать привлечению новых технологий, которые потребуют новой культуры труда и управления, нового отношения к делу, потребности развиваться, соответствовать новым веяниям в труде и быте. Назрела острая необходимость формирования нового подхода к управлению районом, а людей, население территории как важный и эффективный ресурс можно рассматривать в том только случае, если этот ресурс развивается, если этот ресурс становится амбициозным, если этот ресурс хочет повышать свой материальный и культурный уровень. Потому что для наукоемких технологий, как и для туристической отрасли нужны люди нетрадиционной и несколько иной культуры.

§ 2.1. Ковернинская земля: лидеры сельскохозяйственного производства

Прежде всего, следует отметить наличие в районе серьезного кадрового потенциала, позволившего ковернинской земле не только выстоять в самые сложные годы, но и получить мощный импульс своего развития. Это количество движения, говоря языком Ньютона, сохранялось в самые сложные – лихие девяностые – и этот импульс нам следует не только сохранить, но развить и сегодня. Поэтому надо вспомнить людей, создавших и сохранивших этот импульс развития района.

Среди местных лидеров чаще всего встречаются работники сельскохозяйственной отрасли, до последнего времени являвшейся основным направлением экономического развития территории. В этой связи необходимо отметить, что характерной чертой представителей управляющего звена сельскохозяйственной отрасли района является то, что они подходят к решению задач комплексно. Они не бросают все свои силы на решение какой-то одной задачи, например, механизации, внедрению новых технологий или развитию социальных про-

грамм. Они решают сразу весь комплекс вопросов, поэтому важной чертой стиля управления ковернинских руководителей является именно комплексность подхода.

Успешность такого подхода зафиксировалась в большом количестве кавалеров почетного звания «Заслуженный работник сельского хозяйства Российской Федерации», которое входит в государственную наградную систему РФ и присваивается указами Президента Российской Федерации высокопрофессиональным работникам агропромышленного комплекса – за личные заслуги. Заслуженными работниками сельского хозяйства РФ являются Павел Анатольевич Клюганов, Валерий Петрович Крылов, Владимир Петрович Петушков, Михаил Васильевич Тарарин, Николай Фёдорович Храмов. За продолжительную и успешную работу в сельскохозяйственной отрасли Александр Анатольевич Семенов получил Почетное звание «Заслуженный ветеринарный врач Российской Федерации». Аналогичное звание, но уже в другой отрасли заслужил Левон Багдасарович Багдасарян, являющийся Заслуженным работником торговли РФ. Высокий профессионализм деятелей района подтверждается и учеными степенями: здесь трудятся кандидаты наук – Валерий Петрович Крылов и Евгений Михайлович Лузан. Почетными гражданами Ковернинского района являются Михаил Васильевич Тарарин, Павел Филиппович Подоплелов, Павел Анатольевич Клюганов, Ольга Павловна Лушина. Опыт старших поколений доказывает, что у нашей территории огромный потенциал как в развитии района, так и в развитии отдельных отраслей.

Патриархом сельского хозяйства по праву можно назвать **Михаила Васильевича Тарарина** и не только потому, что вся его жизнь связана с этой отраслью. Немногие могут сказать о себе, что им удалось поднять одно хозяйство, а в его трудовой биографии таких историй было несколько. И в каждом хозяйстве он вместе с коллективами добивался высоких результатов. После окончания института он приехал на работу в колхоз им. Кирова Ковернинского района. После трех лет успешной работы в этом хозяйстве М.В. Тарарина направили в самый отстающий колхоз «Правда». И этот колхоз пошёл в гору.

После объединения колхозов, немного поработал в «Мире» заместителем по коммерции и вновь возглавил колхоз – им. XXI съезда КПСС. За два года возглавляемый им коллектив смог укрепить экономику хозяйства так, что на каждое первое число года на счете было более миллиона свободных денег – в то время это большие средства. За высокие показатели хозяйство награждалось переходящими знаменами, однако недолго ему пришлось руководить этим успешным коллективом – райком направил в колхоз «Мир» на должность председателя.



**Михаил Васильевич
Тарарин**

*Заслуженный работник
сельского хозяйства РФ,
кавалер ордена «За заслуги
перед Отечеством»
четвертой степени,
орденов Ленина,
Трудового Красного Знамени,
«Знак Почета»,
Почетный гражданин
Ковернинского района*

Михаила Васильевича по праву можно было бы назвать кризисным управляющим, однако в современной России такой специалист занимается грамотной распродажей имущества предприятия для погашения задолженности перед кредиторами, а М.В. Тарарин выводил отсталые предприятия в лидеры. Секрет его успеха и заключался как раз в его способности решать проблемы хозяйства в комплексе. Осо-

бенно ярко это проявилось в колхозе «Мир» – большом хозяйстве, включавшем в себя 33 деревни, 30 ферм. Михаил Васильевич вспоминал, что в колхозе имени XXI съезда КПСС он за день мог объехать всё хозяйство, а в «Мире» это сделать было уже невозможно. К тому же не было дорог и подъездов. Важнейшей проблемой здесь была неразвитость инфраструктуры и новый руководитель начинает строить дороги хозспособом за счет своих средств, соединяя все деревни и подъезды к фермам асфальтированными дорогами. При этом с первого дня работы в хозяйстве руководитель считал главным улучшение условий жизни людей. В год строили по 25-30 домов и квартир. Ударным был 1988 год, пустили 50 единиц жилья – с учетом квартир в многоквартирных домах. В те годы даже не было очередей, в основном заявления поступали на улучшение, расширение жилья: из трехкомнатной квартиры переселялись в коттеджи, которые строились не только на центральной усадьбе, но и в других деревнях хозяйства. Все коммуникации брал на себя колхоз. Бесплатно проводилась и газификация. В связи с повышением рождаемости, потребовалось строить пристрой к детсаду, задумываться о школе, а в доме культуры – о зеркальном зале. Колхоз «Мир» был первым из хозяйств, где был построен для ребят спортивный комплекс с сауной.

Без обновления техники невозможно современное производство. В хозяйство стали поступать новые КамАЗы, МАЗы, всего насчитывалось 120 машин и столько же тракторов, новые сельскохозяйственные машины. Этому способствовали и развитие подсобных производств. Колхоз входил в управление внешних связей при министерстве сельского хозяйства страны и по количеству проданной продукции на экспорт занимал стабильно третье место после хозяйств Краснодарского и Ставропольского краев. Продукция деревообработки поставлялась в Финляндию, Англию, Италию, Германию. Валютный счет позволял колхозу покупать необходимую импортную технику: комбайны, прессы, финские ангары, английские навесы для сена (кстати, спортзал «Олимп» находится в одном из них).

Новый толчок получило животноводство, хозяйство стало племенным заводом по выращиванию свиней, а потом и крупного рогатого скота.

того скота, элитхозом по картофелю и зерновым. АПК «Мир» стал под руководством М.В. Тарарина хозяйством высокой культуры производства, экономически крепким и стабильно развивающимся предприятием, здесь был создан сильный, преданный делу коллектив. Вспоминает руководитель этого хозяйства с 2002 года А.А. Семенов: «Руководитель колхоза М.В. Тарарин многому нас научил, помогал нам стать профессионалами своего дела. Именно Михаил Васильевич прививал нам ответственность за дела, сам много работал и с нас это спрашивал. Его уважали, ценили, побаивались, но знали, что за ним, как за каменной стеной. Перед нами была поставлена задача: сделать хозяйство племенным по чёрно-пестрой породе коров и по белой породе свиней. И мы это сделали». Колхоз «Мир» с лёгкой руки М.В. Тарарина, фактически стал школой передового опыта, практическим кадровым центром. Возможно, это связано также и с именем С.И. Шагарова, который в 1970-х годах был известным председателем колхоза «Мир», который уже тогда славился своими урожаями, надоями молока, а также подсобными промыслами – поделками из дерева. Степан Иванович возглавлял этот колхоз более 20 лет.

Здесь выросли и обрели высокий профессиональный статус многие специалисты. **Александр Анатольевич Семенов** обрел в хозяйстве «Мир», где прошли все годы его трудовой жизни, профессиональное становление. После окончания ветеринарного факультета Горьковского сельхозинститута и небольшого отрезка работы в племзаводе им. Ленина, именно в колхозе «Мир» он начал свою трудовую деятельность в качестве главного ветеринарного врача. Работы хватало: хозяйство имело большое поголовье скота, да к тому же тогда ветврачи хозяйства обслуживали и частный сектор. В то время практически в каждой семье имелось своё подсобное хозяйство и частный скот. Колхоз для его развития помогал всем.

В 2001 году А.А. Семенов стал заместителем генерального директора по животноводству, а в 2002 году ему предложили возглавить хозяйство. Начало было трудным, на производстве продукции в первый год сказалась засуха, кормов заготовили меньше. Шла постепенная смена коллектива, менялась организация труда. Хозяйство пере-

шло на цеховую структуру управления. Для дальнейшего развития хозяйства требовалась смена технологии и в растениеводстве, и в животноводстве. Надо было приобретать, такую технику и технологии, чтобы это же количество продукции получать меньшим числом людей.



Александр Анатольевич Семенов, руководитель
ОАО АПК «Мир», заслуженный ветеринарный врач РФ

Одним из первых в районе хозяйство начало оформлять крупные кредиты в банке для покупки новой техники и оборудования. Когда другие присматривались, осторожничали, А.А. Семенов шёл на риск, верил, что именно техническое перевооружение позволит хозяйству двигаться дальше. Одним из первых АПК «Мир» вступил в национальный проект «Развитие АПК», начал строить (вернее достраивать) животноводческий комплекс. С его пуском проблем не убавилось. К новому привыкали работники комплекса, новая технология стала стрессом и для животных. Сегодня идея, которая зародилась в голове председателя, не кажется абсурдной, комплекс работа-

ет, наращивает производство продукции, снижает её себестоимость. Растет оборот денег.

Кроме основных отраслей сельскохозяйственного производства развивается торговля. Сейчас в хозяйстве 2 магазина, 4 кафе, молоко продается в шести районах области до 4,5 тонн в день, причем в некоторых районах открыто до 10 точек. Это тоже большой напряженный труд.

У коллектива большие планы на дальнейшее развитие. Ставится задача – делать все возможное для улучшения условий работы тружеников села, роста объемов производства и заработной платы. И возглавляет эту работу руководитель ОАО АПК «Мир», заслуженный ветеринарный врач РФ А.А. Семенов.

В колхозе «Мир» начал свою трудовую деятельность и **Валерий Петрович Крылов**, приехавший в Ковернинский район после окончания Горьковского сельскохозяйственного института. Председатель колхоза «Мир» Степан Иванович Шагаров предложил ему возглавить зоотехническую отрасль в колхозе, но когда Валерий Петрович приехал в хозяйство, председателем колхоза работал уже другой человек: Степан Иванович перешел на работу в Кстовский район директором совхоза «Толмачевский» по семейным обстоятельствам. Необходимо отметить, что С.И. Шагаров весьма успешно работал и в «Толмачевском», поэтому в Кстовском районе его до сих пор вспоминают как успешного и эффективного руководителя. Он одним из первых в районе начал строить в производственных помещениях комнаты отдыха. В совхозе развернулось строительство жилья и соцкультбыта. Капитально отремонтировали Дом культуры, среднюю школу, был построен новый детский сад, больница. Строились целые улицы коттеджей, которые приобретались работниками совхоза в рассрочку.

После семи лет работы в «Мире» В.П. Крылову в райкоме на выбор предложили должность председателя в отстающих колхозах, он выбрал колхоз «Хохлома», испытывавший серьезные экономические трудности. Много усилий потребовалось, чтобы создать команду единомышленников, начать развивать хозяйство – опять же сразу по всем направлениям. Велось строительство животноводческих поме-

щений, складов, мастерских, цехов подсобных промыслов, жилья, дорог. Хозяйство стало одним из лучших не только в нашем районе, но и в области. В.П. Крылова избрали депутатом областного Законодательного собрания, но он продолжал руководить тем же хозяйством, где проработал 22 года. Потом ковернинцы избрали В.П. Крылова главой администрации.



Валерий Петрович
Крылов,
*Заслуженный работник сель-
ского хозяйства,*
кандидат
сельскохозяйственных наук

Много внимания глава уделял основным отраслям производства в районе – сельскому хозяйству (район несколько лет подряд получал Штандарт Губернатора), деревопереработке, занялся благоустройством района. Велось строительство индивидуального жилья по программам поддержки молодых специалистов, для переселенцев из ветхого фонда. Район занимал призовые места в конкурсе по благоустройству. В 2012 году В.П. Крылов вернулся в СПК «Хохлома». Вместе с коллективом руководитель активно работает над развитием хозяйства, укреплением его экономики, оказывает помощь бюджетным учреждениям, являясь социальным партнером в делах сельского поселения.

Преимственность школы руководящей работы, стиля руководства просматривается и в истории успешной карьеры эффективного руководителя **Николая Фёдоровича Храмова**. Интересно, что учась в институте, он всегда интересовался работой всех районов области и Ковернинский район привлек его внимание сильными руководителями и хозяйствами. Он увидел, что именно здесь было особое отношение руководителей района к ведению сельского хозяйства и к кадрам. Особенно привлекало то, что во главе колхозов ставили руководителей с опытом работы, а потом им помогали.



Николай Фёдорович
Храмов,
*Заслуженный работник
сельского хозяйства*

После окончания курсов руководящих работников, ему предложили возглавить вновь созданное хозяйство. В райкоме партии очень удивились, когда молодой руководитель отказался от назначения. Он уже принял решение – продолжить зоотехническую работу, которую он начал в родном совхозе в Сосновском районе, в колхозе «Хохло-

ма» Ковернинского района. В 1987 году Храмовы приехали в Ковернинский район и Николай Федорович начал работу под руководством В.П. Крылова. В то время велось строительство дороги от Хохломы до трассы Ковернино-Городец, строилась свиноферма. Знания и опыт специалиста были востребованы. Ставилась задача – обеспечения животноводства кормами. Для ее выполнения в СПК изучали и применяли опыт многих хозяйств не только нашего, но и других районов. В период его работы в хозяйстве (с 1987 по 1998 год) были построены все животноводческие объекты. Хозяйство подошло к статусу племенного завода. Изучался и внедрялся передовой опыт по выращиванию мясного скота. Налаживалось самое тесное сотрудничество с сельскохозяйственными институтами, внедрялись научные разработки по кормлению, генетике. Продуктивность дойного стада поднялась с 3000 до 5700 кг молока от коровы.

Успешная работа в колхозе «Хохлома» завершилась его назначением на руководство СПК «Семинский». Большой опыт по ведению животноводства, управлению производством, работе с людьми помогли новому руководителю увидеть особенности этого хозяйства, найти новые подходы к работе и людям. Николай Фёдорович понимал, что нельзя перенести опыт из одного в другое по шаблону. Хозяйство одним из первых начало арендовать земли в Городецком и Сокольском районах, чтобы увеличить объемы растениеводческой продукции, взяло под своё крыло СПК «Новь», развивает не только свою, но и Понуровскую территорию. Строительство нового современного животноводческого комплекса позволяет хозяйству планомерно наращивать производство продукции. Увеличивается поголовье, растёт продуктивность дойного стада. Новые технологии пришли и в растениеводческую отрасль, обеспечивающую животноводство сбалансированными кормами. Руководитель ставит перед специалистами задачу снижения себестоимости продукции, заставляет считать и экономить затраты. Он понимает, что без строжайшей экономии невозможно двигаться вперед.

Новое развитие при Н.Ф. Храмове получили подсобные производства, в первую очередь производство хохломы: сохраняется и разви-

вается хохломской промысел. Художницы – постоянные участницы выставок и массовых мероприятий района и области. СПК «Сёминский» является социальным партнером сельской территории, без него не обходятся ни одно дело в Сёминском поселении – большое или малое.



Михаил Григорьевич Вагин
*Герой Социалистического Труда,
Кавалер трех орденов Ленина,
ордена Октябрьской Революции,
двух орденов Отечественной войны
первой степени,
ордена Трудового Красного Знамени,
двух орденов Красной Звезды,
многих медалей.*
*Почетный гражданин
Нижегородской области*

Многие ковернинские сельхозпредприятия могут считаться школой передового опыта, своего рода кадровым центром и кроме АПК «Мир» такой статус по праву может быть присвоен также и предприятию «Племзавод им. Ленина». Колхоз им. Ленина с самого начала, с 1931 года, возглавил Трофим Васильевич Красиков и под его руководством Сухоносковский колхоз занял ведущие позиции и в 1939 году был участником Всесоюзной сельскохозяйственной выставки в Москве. В 1958 году Т.В. Красикову было присвоено звание Героя Социалистического Труда, и после его ухода на пенсию в 1968 году хозяйство возглавил **Михаил Григорьевич Вагин**. При нем произошло укрупнение хозяйства, повлекшее за собой серьезные экономические трудности, преодолев которые колхоз вошел в число лучших хозяйств области, а в 1980-е годы о нем знала вся страна. Кроме основных отраслей, здесь нашли твердую прописку и подсобные промыслы, дававшие весомую добавку к доходам. В 1988 году М.Г. Вагину

было присвоено звание Героя Социалистического Труда. В 1988 году, в период работы IV Всесоюзного съезда колхозников, был снят фильм «Власть земли», где была показана повседневная жизнь и работа колхоза им. Ленина Горьковской области и приведены комментарии его председателя М.Г. Вагина.



Борис Васильевич Замятин,
генеральный директор
ООО «Племзавод им. Ленина»

В период радикальной экономической реформы, когда разрушались все отрасли экономики Советского Союза, наибольший ущерб был нанесен сельскому хозяйству. Трудные проблемы встали перед новым председателем колхоза **Борисом Васильевичем Замятиным**, 40 лет трудовой деятельности которого связана с ООО «Племзавод им. Ленина». Сегодня он возглавляет одно из самых крупных и стабильно развивающихся сельхозпредприятий района, которое хорошо известно не только в Нижегородской области, но и далеко за её пределами. Лидирующие позиции в животноводстве и растениеводстве, за которые хозяйство не раз отмечалось на различных уровнях, налаженная собственная переработка молока и мяса под маркой «Превосходство лучшего» – всё это является визитной карточкой племзавода.

В последние годы сделан заметный шаг в деле интенсификации сельскохозяйственного производства. Новая широкозахватная техни-

ка, высокоурожайные сорта, работа по плодородию пашни позволили хозяйству получать самую высокую в районе урожайность сельскохозяйственных культур. Новые технологии, пришедшие в животноводство, сказались на продуктивности дойного стада и мясного поголовья скота. Построены дополнительные цеха для производства молочной и мясной продукции, которая сегодня поставляется в магазины не только нашего района, но и соседних районов области, в Нижний Новгород и Москву.

Несмотря на все сложности в развитии подсобных производств, именно руководитель предприятия старается сохранять и развивать старейший хохломской промысел. В хозяйстве работает художественный цех, где трудятся в том числе и именитые мастера хохломы. Сегодня коллектив сельхозпредприятия во главе с руководителем ставит перед собой новые задачи и твёрдо идёт к намеченной цели.

Под началом М.Г. Вагина в колхозе им. Ленина трудился и Заслуженный работник сельского хозяйства РФ, Почетный гражданин Ковернинского района **Павел Анатольевич Клюганов**. Получив основные навыки руководящей работы в колхозе им. Ленина, он возглавил колхоз им. Кутузова, который под его руководством получил заметное развитие. Велось огромное строительство и на производстве, и жилья. Развитие получили все отрасли сельскохозяйственного производства. Павел Анатольевич является опытным руководителем, прошедшим большую школу хозяйственной, партийной и советской работы.

Самым длительным и ответственным участком трудовой деятельности Павла Анатольевича стала должность главы администрации Ковернинского района. Его руководство приходилось на то время, когда не выплачивалась заработная плата, руководителю района приходилось искать неординарные решения, урегулировать обстановку с финансами, много общаться с людьми. Коммуникабельность, активность, умение руководителя находить общий язык с представителями разных структур помогали в решении районных проблем. За время его работы район сделал заметный шаг вперед: активно велась газификация района, строительство жилья, очистных сооружений. В те-

чение четырнадцати самых сложных лет он сохранял темпы развития района. Важно и то, что именно при его поддержке были опубликованы две интересные и незаурядные книги о специфике и народной культуре Ковернинского района.



Павел Анатольевич
Клюганов
*Заслуженный работник
сельского хозяйства РФ,
Почетный гражданин
Ковернинского района*

Зная проблемы сельского хозяйства не понаслышке, Павел Анатольевич помогал руководителям сельхозпредприятий в развитии коллективных хозяйств, объединял их усилия, учился сам и заставлял учиться других. Его богатейший опыт и надёжные знания пригодились и позже, когда Павел Анатольевич возглавил управление сельского хозяйства, а потом перешел работать заместителем директора племзавода им. Ленина. Умение работать с людьми, лучшие человеческие качества и сегодня делают Павла Анатольевича востребованным, нужным человеком в коллективе.

После П.А. Клюганова колхозом им. Кутузова вот уже более двадцати лет руководит **Владимир Петрович Петушков**, Заслуженный

работник сельского хозяйства. Сельскохозяйственный производственный кооператив «Колхоз им. Кутузова», крепкое сельхозпредприятие, племязавод по разведению чёрно-пёстрой породы крупного рогатого скота, добивается высоких показателей по всем отраслям, здесь продолжается техническое перевооружение и внедрение ресурсосберегающих технологий. За достигнутые успехи, стабильность производства СПК в 2013 году отмечен Дипломом министерства сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Нижегородской области и грантом – автомобилем «ГАЗель».



Владимир Петрович
Петушков,
*Заслуженный работник
сельского хозяйства РФ*

В.П. Петушков по итогам сельскохозяйственного года был признан в Ковернинском районе руководителем-новатором-2013. Руководитель сделал всё возможное, чтобы хозяйство вошло в нацпроект «Развитие АПК», за счёт чего удалось реконструировать животноводческий комплекс. В результате участия в нацпроекте и реконструкции комплекса увеличилось производство молока, улучшились условия труда работающих животноводов. После этого был реконст-

руирован под беспривязное содержание ремонтных телок. И руководитель на этом не останавливается, заботится о развитии всех отраслей производства, закупает новую технику, технологии, оборудование, стимулирует работников к строжайшей экономии затрат и повышению производительности труда. Всё новое и прогрессивное прививается в хозяйстве. Это не проходит незамеченным: нижегородское телевидение показывает сюжеты, посвященные жизни и производственной деятельности работников колхоза им. Кутузова.

Сельскохозяйственный производственный кооператив «Колхоз им. Кутузова» активно участвует в решении многих жизненно важных вопросов территории Хохломского сельсовета, выступает спонсором различных мероприятий.

Новаторский подход к делу характерен для многих руководителей сельхозпредприятий Ковернинского района и этот подход особенно активно внедряется в ведущей отрасли сельхозпроизводства – животноводстве, где никогда не прекращаются работы по внедрению передовых технологий, технической модернизации производственных процессов. Важное и долгожданное событие недавних времен – заселение двора беспривязного содержания с доильным залом. В районе СПК «Ковернино» стал в этом плане третьим хозяйством, переходящим на новую технологию. И в этом немалая заслуга **Леонида Михайловича Блинова**, вся трудовая биография которого неразрывно связана с сельским хозяйством и родным районом.

В сельскохозяйственном производственном кооперативе «Ковернино» он долгое время работал главным зоотехником, потом встал во главе сельхозпредприятия. Коллектив все эти годы планомерно работает над повышением эффективности сельскохозяйственного производства, увеличением продуктивности полей и дойного стада. На поля хозяйства пришла новая техника. Большая работа проведена по газификации промышленной зоны, что позволило снизить затраты при сушке, сортировке зерна, в кормопроизводстве. В 2012 году за большой личный вклад в социально-экономическое развитие района Л.М. Блинов был удостоен премии «Гордость района» по номинации «Сельское хозяйство». В 2013 году СПК «Ковернино» на областном

празднике в честь тружеников села отмечен Дипломом министерства сельского хозяйства и продовольственных ресурсов и подарком – автомобилем ГАЗ-3302-2288.



Леонид Михайлович Блинов, директор СПК «Ковернино»

Успехи СПК «Ковернино», как и других сельхозпредприятий, во многом обусловлены тем пассионарным зарядом, который они получили в предшествовавшие годы. Так, в течение девяти лет СПК «Ковернино» возглавлял **Павел Филиппович Подоплелов**, человек интересной и сложной судьбы. После школы Павел поступил в профессионально-техническое училище железнодорожников в г. Киров. После его окончания работал на железной дороге в разных должностях. А потом была армия, служил на флоте в Балтийске Калининградской области на закрытой военно-морской базе, на ракетном катере. Получил звание младшего лейтенанта.

В Ковернинский район он приехал в после четырехлетней службы на флоте, вместе с женой, Зинаидой Павловной, направленной после окончания института преподавать математику в Хохломской средней школе. Местное руководство сразу заметило молодого офицера-отставника: первый секретарь РК ВЛКСМ Е.С. Карасов пригласил его на должность заведующего орготделом, затем он работал вторым,

а потом первым секретарем райкома ВЛКСМ. Позже он перешел на работу в райисполком, где трудился сначала секретарем, а потом заместителем председателя райисполкома. На нем замыкались многие районные дела.



Павел Филиппович
Подоплелов
*Заслуженный работник
сельского
хозяйства РФ,
Почетный гражданин
Ковернинского района*

В годы хрущевских модернизаций, которые особенно остро ударило по селу, в 1962 году Ковернинский район был упразднен, что отрицательно сказалось на развитии всех предприятий района. В 1965 году район был восстановлен. В этот и последующие годы в сельское хозяйство были направлены крупные капиталовложения.

– Это был период возрождения Ковернинского района после ликвидации, – говорит Павел Филиппович. – Очень много строили детсадов, школ, дорог, жилья. В то же время – это был период максимальной помощи селу. Резко стала подниматься урожайность за счет культуртехнических работ. Происходили революционные преобразования во всех отраслях производства. Наш район всегда славился

сильными хозяйственниками, что и позволило сохранить село вопреки всем трудностям.

Павел Филиппович успешно сочетал практическую деятельность с получением высшего профессионального образования: он окончил высшую партийную школу, а потом экономический факультет сельскохозяйственного института, возглавлял районное агропромышленное объединение (РАПО), управление сельского хозяйства, 9 лет – колхоз «Ковернино».

Активная жизненная позиция, огромный опыт и знания, уважение людей стали поводом для избрания П.Ф. Подоплелова в состав президиума районного совета ветеранов, и в настоящее время он является активистом районной ветеранской организации.

– Нисколько не жалею, что связал свою жизнь с Ковернинским районом, – отмечает ветеран, – здесь живут очень трудолюбивые люди.

Именно в простых ковернинских жителях, в их хлебосольстве, мастерстве, приветливости во многом кроется привлекательность нашего района. Немало его лидеров, в том числе и П.Ф. Подоплелов, уроженец Шарангского района, приехали из других мест. В.П. Крылов, родился в Ардатовском районе, где окончил школу и техникум, откуда ушел в армию и после окончания Горьковского сельскохозяйственного института приехал в Ковернинский район. Н.Ф. Храмов после окончания зоотехнического факультета Горьковского сельскохозяйственного института вернулся в родной совхоз в Сосновском районе, однако недолго проработав в должности главного зоотехника в родном совхозе, он продолжил зоотехническую работу уже в колхозе «Хохлома» Ковернинского района. Да и патриарх сельскохозяйственного производства М.В. Тарарин тоже родом из других мест: он родился в Починковском районе и после армии и учебы в сельскохозяйственном институте был направлен в колхоз имени Кирова главным зоотехником.

Конечно, и времена тогда были другие. Так, М.В. Тарарин, родившийся в многодетной семье, совмещал учебу в школе с нелегким крестьянским трудом. Это была школа выживания. Такую школу прошел и П.Ф. Подоплелов, детство которого пришлось на военные и

послевоенные годы, когда семья жила очень трудно. Отца Филиппа Петровича, который руководил небольшим колхозом в Шарангском районе, в 1941 году после рождения Павла призвали на фронт, при движении к передовой он погиб, позже пришла похоронка. Мама Анастасия Александровна одна воспитывала двух сыновей и двух дочерей, которые с детства работали, помогали по хозяйству. Тяжелое трудовое детство наполнялось любовью к сельскому труду и это в немалой степени способствовало жизненному успеху.



Сергей Васильевич
Нужин
председатель
СПК «Крутовский»

Любовь к сельскому труду, привитая родителями с детства, определила жизненный путь и **Сергея Васильевича Нужина**, председателя сельскохозяйственного производственного кооператива «Крутовский». Всю жизнь были заняты на большекрутовской земле его родители, а сегодня он сам продолжает трудовую династию Нужиных. Долгое время работал в хозяйстве главным агрономом, и именно в те годы на поля пришли новые сорта сельскохозяйственных

культур, стала вноситься органика, минеральные удобрения, что значительно повысило продуктивность пашни. Возможно, хозяйство имело бы еще более высокие урожаи, но почвы хозяйства имеют свои особенности: близкое залегание глины задерживает влагу и не всегда позволяет вести агротехнические работы в срок. Это заставляет специалистов и руководителей принимать дополнительные шаги к изменению традиционных технологий в обработке полей. Когда после ухода руководителя встал вопрос о дальнейшей судьбе хозяйства: продаже в частные руки, реорганизации, труженики хозяйства и руководство района обратилось к С.В. Нужиному с просьбой возглавить коллектив. Ситуация в сельскохозяйственном производстве тогда складывалась крайне сложная. Но он не отказался. И сегодня предприятие живёт и развивается.

СПК «Крутовский» – хозяйство небольшое, но уверенно шагающее вперёд. Здесь приобретается новая техника, реконструируются животноводческие помещения, внедряются современные технологии и в животноводстве и в растениеводстве. В 2012 году был пущен двор беспривязного содержания молодняка. Труженики хозяйства понимают, что они не ошиблись в своём выборе, а руководитель делает всё возможное для повышения благосостояния работников и всестороннего развития экономики кооператива, формирования здоровых отношений в коллективе.

Ковернинский район – северная территория и потому сельскохозяйственное производство здесь рискованная отрасль, тем не менее, наш район по производству молока находится в тройке лидеров и успешно конкурирует с Пильнинским и Городецким районами. Оба эти района находятся в более выгодном положении, там выше численность и плотность населения, Пильнинский район находится на юго-востоке области, в зоне богатых черноземов, а Городецкий соседствует с крупными индустриальными центрами и коммуникационными узлами. Успех района дался ему непросто и в этом несомненная заслуга руководителей сельхозпредприятий района, которые отличаются высоким профессионализмом и развитым чувством ответственности. Думается, что это во многом связано с культурными

традициями, в том числе с традиционными народными промыслами. Известно, что главная слава и богатство Ковернино – народные промыслы, хохломское искусство, которое активно поддерживалось многими руководителями сельских хозяйств. В этой связи следует упомянуть Н.Ф. Храмова, председателе СПК «Сёминский», подсобные производства, в первую очередь хохлома, получили здесь новое развитие. Старается сохранять и развивать старейший хохломской промысел Б.В. Замятин, генеральный директор ООО «Племзавод им. Ленина»: в его хозяйстве работает художественный цех, где трудятся мастера хохломы, в том числе и именитые. Строительство цехов подсобных промыслов осуществлялось и в колхозе «Хохлома».

§ 2.2. Традиции района и его лидеры

Ковернинские традиции взаимной поддержки и помощи позволяют добиться успеха в разных отраслях, не только сельскохозяйственной. Собственно и эти традиции во многом основаны на эстетике и этике народного творчества, народных промыслов, хохломского искусства, которое поддерживали большинство руководителей сельскохозяйственных предприятий. Эта поддержка, безусловно, выходила за рамки партийных предписаний и была обусловлена уважением к наследию предков, а это уважение, в свою очередь, определяло собой нравственные устои этики местного руководства.

Главный импульс сохранения и развития народного искусства создают художники, наиболее маститыми из которых являются ковернинские мастера. В современном творчестве ковернинских художников значительно прочнее, чем в других местах, сохраняется преемственность достижений искусства промысла 30-х годов. В годы после Великой Отечественной войны на ковернинской фабрике группа мастеров, продолжала разрабатывать новые рисунки травного орнамента. Среди них С.П. Веселов, О.П. Лушина, М.А. Забродина, А.К. Метелькова. **Ольгу Павловну Лушину** – внучку знаменитого травника А.М. Серова многие считают первым в промысле мастером

травного орнамента. Сегодня она лауреат Государственной премии им. И. Репина, заслуженный художник РФ, Почетный гражданин Ковернинского района.



Ольга Павловна Лушина
Лауреат Государственной премии им. И. Репина,
Заслуженный художник Российской Федерации

Она выросла в семье, многие поколения которой бережно хранили традиции хохломского письма. В цехе хохломской фабрики она появилась еще ребенком. Она присматривалась и к дедушкиной работе, а иногда, если удавалось раздобыть бракованную чашку, почти точно повторяла его рисунки с тонкими удлинненными мазками травки. На работу в артель Ольга Лушина пришла в 14 лет, в годы Великой Отечественной войны и здесь очень скоро проявилось ее дарование. В зиму 1942 года Ольга Павловна работала наравне со взрослыми.

Творчество художницы многогранно. У нее хорошо получаются и орнамент "под фон", и рисунки "кудрины". Но больше всего она лю-

бит травную роспись. Старые опытные мастера часто говорят, что Ольга Павловна умеет по-новому старую травку писать. Кажется, что при работе всего двумя красками, красной и черной, травные росписи неизбежно будут похожи одна на другую. Но произведения Лушиной доказывают обратное. Пользуясь небольшим количеством мотивов, она умеет создавать оригинальные рисунки, меняя соотношения масштаба элементов узора, силу цветовых акцентов, находя все новые ритмические нюансы. Подобно музыканту, она способна заставить по-разному звучать одну и ту же тему.

С первых лет своей трудовой деятельности она принимала участие во всевозможных выставках – как отечественного, так и международного уровня. Её работы нельзя было не заметить – они просто восхищали зрителей поэзией «травного» письма. На ВДНХ в Москве Ольга Павловна Лушина была удостоена золотой, серебряной и нескольких бронзовых медалей. Её работы оценены как русское национальное достояние, они украшают самые престижные коллекции и музеи мира.

Художница воспитала не одно поколение новых мастеров хохломы. Её творческая экспериментальная группа стала настоящей кузницей кадров. О.П. Лушина вложила много своих творческих знаний и умений в разработку и внедрение новых и уникальных образцов изделий с хохломской росписью.

Вся её трудовая деятельность, а это более 40 лет, связана с Семинской фабрикой «Хохломский художник», более 25 лет Ольга Павловна являлась главным художником предприятия. Неисчерпаемая фантазия мастера, её серьёзная академическая школа, поиск и стремление на основе традиций выразить чувство времени – вот что выделяло художницу в среде мастеров. С именем О.П. Лушиной связан период творческого осмысления художественно-стилевой направленности развития тонкого «травного» письма как первоосновы Семинской хохломы, наполненного поэзией, живущего чувством восхищения родной природой. Время показало – внучка стала достойным продолжателем дела своего знаменитого деда.

Традиции хохломских мастеров продолжает и **Николай Александрович Гушин** – народный художник Российской Федерации, представитель семейной династии мастеров хохломской росписи Гушиных–Удаловых. Трудовую деятельность начинал на Семинской фабрике «Хохломский художник», где прошёл путь до главного художника предприятия, много лет возглавлял коллектив творческой группы.



Николай Александрович Гушин
народный художник Российской Федерации

Мастер, которому подвластны все жанры хохломского письма, он внёс большой вклад в развитие, сохранение и популяризацию этого известного на весь мир народного промысла. Постоянно принимал

участие в выставках разного уровня. Свои высокохудожественные эксклюзивные изделия представлял в Германии, Финляндии, Мексике, Англии...

Активно работал по краеведению, сохранению в районе народных промыслов на посту директора музейно-выставочного центра «Отчина» в п. Ковернино. Художник по призванию, он много сделал и по долгу общественной деятельности, работая в составе правления Нижегородской областной организации Союза художников России. В эти годы плодотворного труда руководитель МВЦ «Отчина» организовывал до 15 выставок ежегодно, их посетители смогли увидеть лучшие творения художников, скульпторов, мастеров практически всех народных промыслов, которыми богат нижегородский край.

За свой труд имеет многочисленные награды и поощрения: медаль «Патриот России», золотую медаль Союза художников России, дважды получал государственную стипендию выдающимся деятелям культуры и искусств России, обладатель премии губернатора «Душа России». Осенью этого года за достигнутые успехи и многолетний добросовестный труд наш земляк награждён орденом Дружбы.

В настоящее время Николай Александрович Гушин работает на посту директора Нижегородского художественного училища.

Новое дыхание художественные промыслы обретают в деятельности предпринимателей. Такой деятельностью занимается **Евгений Михайлович Соснин**, директор ООО «Промысел», предприятия, расположенного в деревне Семино, занимающегося выпуском изделий из различных пород дерева. В последние годы к традиционному ассортименту хохломских изделий добавилась еще одно направление – всевозможные виды шкатулок, футляров, пеналов и других подобных изделий из различных пород дерева. Снаружи – разнообразные морилки и лаки, внутри возможно покрытие флоком. Для оформления применяется шелкотрафаретная печать или лазерная гравировка, а также используется большой ассортимент специальной фурнитуры. Это очень успешное предприятие более десяти лет занимается производством деревянных шкатулок в стиле Хохломская роспись и около

сотни человек, трудящихся на предприятии, очень довольны своим местом работы.



Евгений Михайлович
Соснин
директор
ООО «Промysel»

После окончания политехнического института начинал свою трудовую деятельность главным инженером на фабрике «Хохломский художник» в д. Сёмино. Своё дело начинал с небольшого семейного предприятия, которое потом переросло в фирму «Промysel», известную сегодня далеко за пределами Нижегородского региона. Наибольший удельный вес в объемах выпускаемой здесь продукции занимают разнообразные шкатулки. Их ассортимент ежегодно увеличивается, мастера хохломского письма ищут новые формы, размеры, цветовые гаммы. В последнее время инновацией производителя является зимняя тематика на шкатулках, с использованием белого-голубых цветов.

Е.М. Соснин активно занимается общественной работой: он неоднократно выбирался депутатом Земского собрания Ковернинского района. Успешный бизнесмен, яркий управленец, современный маркетолог, он умело руководит коллективом. ООО «Промysel» неоднократно становилось победителем в районных и областных конкурсах на звание самого лучшего предприятия, а руководитель – на лучшего предпринимателя года. На предприятии растут производст-

венные площади, строятся новые цеха, внедряются новые технологии, улучшаются условия труда работающих. Перенимать опыт к Соснину едут даже из-за границы.

Е.М. Соснин среди односельчан известен и как активный меценат. По его инициативе и финансовой поддержке в Сёмине выстроена великолепная церковь, он ежегодно в рамках договоров содружества оказывает спонсорскую помощь учреждениям бюджетной сферы.

Главное достоинство бизнеса Евгения Михайловича в том, что он успешно решил одну очень важную проблему: он смог встроиться в систему рыночных отношений, чего так не хватает большинству предприятий народных промыслов. Именно производство изделий народных промыслов сопряжено с большими трудностями вхождения в рынок. И это понятно: производство налажено давно, еще в дореволюционные времена, а сбытом в советские времена занимались государственные структуры, вход в которые для производителя был закрыт.

Сложность вхождения в рынок с произведениями народного творчества, которые имеют свою нишу и своего покупателя, испытали на себе многие предприниматели и одним из таких предпринимателей является **Анатолий Константинович Усанов**, которому пришлось перейти от производства хохломы к переработке леса. Путь к тому, что есть сегодня, у Анатолия Константиновича близким не был. Первый шаг он сделал в середине лихих девяностых, когда организовал ТОО «Хохломские узоры». Но просуществовало товарищество недолго – цех по выпуску изделий хохломской росписи сгорел при пожаре. В те годы много чего горело. Желание вновь открыть собственное дело появилось только спустя несколько лет.

Сейчас у А.К. Усанова одно из развитых частных предприятий в районе. Выпуск пиломатериала, срубов из оцилиндрованного бревна, производство пластиковых окон, перевозка грузов по России – всё это различные направления его деятельности. Не так давно к ним прибавились ещё два – торговля и оказание бытовых услуг населению. За многие годы сложился крепкий и надёжный коллектив, в котором каждый болеет душой за порученное дело.



Анатолий
Константинович
Усанов
*Предприниматель,
наставник и
спортсмен*

В череде повседневных дел у Анатолия Константиновича всегда находится время для любимого увлечения – лыжного спорта. Как и в прежние годы, он постоянный участник не только районных, но и областных соревнований. Занимаясь сам, он активно поддерживает в спортивной жизни и других, особенно детей.

– Я хочу, чтобы спорт развивался, чтобы у ребят была возможность идти дальше, к новым высотам, – говорит предприниматель, – у нас в Гавриловке немало талантливых детей, ими надо заниматься.

Человек активной жизненной позиции, Анатолий Константинович участвует в решении многих важных вопросов гавриловской территории, оказывает спонсорскую помощь в проведении различных мероприятий. Жить по-другому у него просто не получается.

Самым продвинутым предприятий в области переработки древесины является компания «Рось». В годы перестройки, когда появились первые симптомы упадка советской экономики, **Сергей Викторович Борякин** начал работать в должности заместителя председателя колхоза им. Горького по вопросам строительства и подсобных

промыслов, где проработал до периода распада СССР – переломных для экономики страны годы. В 1998 году он выкупил то, что оставалось от некогда мощного предприятия районной «Сельхозтехники», где в то время работало всего три десятка человек. В ней функционировало лишь небольшое подразделение, занимавшееся ручным производством фанеры.



Сергей Викторович
Борякин
*Генеральный
Директор
ООО «Рось»*

На этих останках надо было создавать предприятие заново. Только сильный, упорный, незаурядный человек, опытный менеджер способен организовать успешное эффективное предприятие. Но чрезвычайно важно не только то, что руководитель выбрал правильное направление развития бизнеса, но и то, что он создал работоспособный, преданный делу коллектив, который удалось сохранить в самые сложные годы становления дела. Именно поэтому, начав работу на старом восстановленном оборудовании, предприятие смогло выйти на новые рубежи, закупить импортные станки, модернизировать производство, увеличить объёмы и улучшить качество продукции, расширить ассортимент. Были введены в строй итальянская линия мел-

котоварной обработки древесины, комплекс австрийских сушильных камер, новые станки и заточное оборудование.

Но не всегда С.В. Борякин находил понимание в родном районе. В первые годы работы предприятие испытывало трудности с сырьём и в течение длительного времени вынуждено было закупать лес в соседних областях и вывозить его на специально закупленных для этого грузовиках. Многочисленные заявления в областные и районные инстанции оставались без ответа, а между тем значительная часть леса Ковернинского района находилось в аренде не очень добросовестного предприятия (ООО “Тимбер-Нов”), которое в течение длительного времени даже не гасило долги по арендной плате. Только в 2012 году ситуация стала меняться.

Сегодня это мощное, эффективное предприятие, выкупившее на аукционе все бывшие государственные делянки. Это одно из основных предприятий по объёму отчисления налоговых платежей в бюджет района, это крупный работодатель, своевременно выплачивающий стабильную заработную плату, обеспечивая достойные условия труда. Это даже не компания, а группа компаний, холдинг. Они занимаются полной переработкой леса, начиная с его заготовки, занимаются и дальнейшей переработкой древесины. Выпускается большой ассортимент продукции – они производят и цилиндрованное бревно для строительства домов, делают и погонаж, и сухую строганную доску. Но основное направление деятельности предприятия – производство фанеры из березового кряжа. Для утилизации древесных отходов запущено производство топливных пеллет, брикетов. В 2012 году запущена линия по производству угля из низкосортной древесины. Предприятие набирает обороты по объёму производства. Фанера, изготовленная в компании “Рось”, направляется в Москву, Татарстан, Ростов, Самару, Дагестан. География поставок – вся Россия.

Кроме всего, предприятие несёт и социальную ответственность перед районом, являясь спонсором и организатором многих социальных проектов, оказывает самую разную помощь людям. В 2013 году за большой личный вклад в социально-экономическое развитие Ко-

вернинского района Земское собрание присвоило Сергею Викторовичу Борякину звание «Почетный гражданин Ковернинского района».



Валентин Арсентьевич
Розин
предприниматель

Переработкой леса занимается в районе и другой предприниматель, **Валентин Арсентьевич Розин**, который ведёт свой бизнес основательно и продуманно. В этом нетрудно убедиться, посетив его деревоперерабатывающее предприятие в Беляеве. Начиная своё дело предприниматель с нуля. За деревней на чистом поле постепенно начали расти производственные помещения. Непросто это давалось В.А. Розину, но он понимал, что без базы, без необходимого оборудования невозможно производить конкурентоспособную продукцию. Закупались станки и агрегаты для производства продукции и переработки леса. С другой стороны, с работой оказались и жители не только Беляева, но и других деревень. Так постепенно наращивались объёмы лесопереработки, расширялся ассортимент. Здесь могут произвести не только пиломатериал, но и любые срубы для дома и бани.

Второе направление бизнеса В.А. Розина – транспортные перевозки. Сегодня предприниматель имеет в своём коллективе стабильные и лучшие в районе кадры водителей, осуществляющие грузоперевозки по всей России. Постоянным спросом пользуется у населения кафе «Орхидея», открытое предпринимателем несколько лет назад в Гавриловке, где часто отдыхают не только местные жители, но и гости со всего района. Он не отказывается от разных направлений деятельности, идёт на риск, ищет новые пути развития бизнеса, что помогает выжить в современных условиях. Когда умер его брат Владимир Арсентьевич Розин, руководитель СПК «Горевский», Валентин Арсентьевич возглавил это хозяйство. Развитие сельского хозяйства имеет свои особенности, но опыт, полученный в АПК «Мир», где в начале трудовой деятельности работал Валентин Арсентьевич, помогает ему в этом.

Подкупает отношение предпринимателя к развитию своей сельской территории. Он всегда: и раньше, и теперь, считая Гавриловку своей малой родиной, многое делает, вкладывают личные средства в ее развитие, ремонт бюджетных учреждений, развитие спорта на селе, ему не чужды проблемы школы, детсада, спортзала.

Среди местных предпринимателей необходимо отметить и старые, заслуженные кадры. В мае 1985 года Ковернинское райпо возглавил **Левон Багдасарович Багдасарян**, за годы его работы многое изменилось в развитии районного потребительского общества. Создана современная материальная база, построено и реконструировано большое количество магазинов. Одними из первых в области работники Ковернинского райпо начали внедрять новые формы и методы работы, да так, что приезжала учиться вся область. Сегодня магазин самообслуживания – это привычная форма торгового обслуживания ковернинцев. В своё время этому учились, к нему привыкали и продавцы, и покупатели. Заметно изменился облик магазинов райпо и дочерних предприятий. Руководитель делает всё, чтобы работники не только трудились, но и жили в хороших условиях. Рядом с административным зданием выросла улица домов с переулками, где прожи-

вают работники райпо. К нему идут за советом молодые руководители, возглавляющие самые разные участки производства.



Левон Багдасарович
Багдасарян
*Заслуженный
работник торговли РФ*

Л.Б. Багдасарян избирался депутатом и председателем Земского собрания Ковернинского района, он ведёт большую общественную работу, помогает церкви, бюджетным учреждениям, малоимущим семьям, всем, кто к нему обращается за помощью. Сегодня ЗАО «Ковернинское райпо» является социальным партнёром многих сельских территорий и п. Ковернино. За многолетний активный труд Л.Б. Багдасаряну присвоено звание «Заслуженный работник торговли РФ», он награжден медалями, почетными грамотами и дипломами.

Большая заслуга Левона Багдасаровича состоит в том, что еще в советские времена он организовывал дело так, чтобы оно смогло успешно существовать и в рыночном пространстве. Принципы советской торговли, выросшей в условиях товарного дефицита, совершенно не соответствовали требованиям рыночных отношений. В 1990-е годы нам приходилось наткаться на такие объявления: «Требуются продавцы без опыта работы в советской торговле».

Советских торговцев в ходе экономической реформы постепенно стали заменять работники новой формации. Одним из таких пред-

принимателей стал **Геннадий Федорович Чекмарёв**, директор ООО «Гранит», но он в торговле не новичок. Его первые магазины появились в районе более десяти лет назад. Причем обеспечивать продуктами питания жителей отдалённых деревень он стал одним из первых. Сразу же население отнеслось с благодарностью к его работе, тем более и цены он старался сдерживать. Свежие продукты питания, товары на заказ – очень удобно, особенно для пожилого поколения. Слова благодарности в адрес предпринимателя постоянно можно услышать от жителей деревень. «Развивая собственный бизнес, он помогает людям жить», – так отзываются о нём местные жители.



Дмитрий Владимирович
Чекмарёв
директор ООО «Гранит»

Начиная с малого, постоянно учась у своих коллег, осваивая непростые азы предпринимательства, он постепенно развивал торговлю, выходя на новые рубежи. Сегодня Геннадий Фёдорович имеет сеть продовольственных магазинов и магазинов стройтоваров не только на селе, но и в пос. Ковернино, крупных населённых пунктах. Предоставляет дополнительные рабочие места, своевременно выплачивает занятым в его магазинах работникам заработную плату, заботится об условиях их труда. Это требовательный, вместе с тем спра-

ведливый работодатель, заинтересованный в стабильности коллектива, в стабильности бизнеса. Г.Ф. Чекмарёв – депутат поселкового совета, помощник главы администрации Ковернино по многим направлениям деятельности. Благотворительность, спонсорская помощь стали для него частью депутатской работы. Он постоянно откликается на все просьбы населения и оказывает посильную поддержку. В 2009 и 2012 году ему присваивалось звание «Предприниматель года».



Дмитрий Владимирович
Тулупов
молодой предприниматель

Новое поколение предпринимателей представлено такими людьми, как **Дмитрий Владимирович Тулупов**, предпринимательский стаж которого ещё невелик, но и за это время ему удалось многого достичь. Несколько лет назад, купив пилораму, вплотную занялся лесопереработкой, производством пиломатериала. Реализация продукции идёт по разным направлениям, в том числе и на заводы Нижнего Новгорода, Городца, по своему району. И в дальнейших планах у предпринимателя только развитие и движение вперёд – обновление техники и оборудования, глубокая переработка леса. Сегодня на его

предприятия трудятся несколько десятков человек, которые получают стабильную заработную плату и уверены в завтрашнем дне.

Дмитрий Владимирович родился и вырос в Ковернинском районе, и проблемы, заботы своей малой родины ему близки и понятны. Он живёт ими, по-другому у молодого человека просто не получается. К числу своих основных помощников относит его глава Большесмоловской сельской администрации В.М. Аршинова. И это действительно так. Он откликается на любую просьбу, при необходимости выделяет и пиломатериал, и технику, спонсирует различные мероприятия. Не без его помощи была обустроена в Маркове, его родной деревне, и детская площадка. А в прошлом году жители округа № 10 оказали Д.В. Тулупову доверие представлять их интересы в Земском собрании Ковернинского района. «Я нацелен на реальную работу и помощь людям», – отмечает он.

Говоря об успехах предпринимателей, сумевших организовать успешное дело в рыночных условиях, следует вспомнить и о людях, которые смогли сохранить учреждения бюджетной сферы в непростых рыночных условиях. Управление бюджетной сферой – сложнейшая задача, особенно сложно содержать в порядке учреждения и предприятия бюджетной сферы в условиях непрерывного экспериментирования. Громадные трудности испытывает ныне сельская медицина и даже не развитие, а нормальное функционирование предприятий и подразделений медицинской отрасли – большая заслуга её руководителей.

Врач-хирург, главный врач ГБУЗ НО «Ковернинская центральная районная больница», кандидат медицинских наук **Евгений Михайлович Лузан** не один десяток лет работает в системе здравоохранения Ковернинского района. И дело не только в том, что искусство врачевания – одна из самых благородных и гуманных профессий. Эту профессию главному врачу необходимо сочетать с искусством управления, особенно в современных очень непростых условиях. Е.М. Лузан известен в районе не только как опытный специалист и грамотный врач-профессионал, но и как современный руководитель,

управленец и менеджер. Он активно работает с многочисленными социальными партнёрами.



Евгений Михайлович
Лузан
*Врач-хирург,
главный врач
ГБУЗ НО «Ковернинская
центральная районная
больница»,
кандидат
медицинских наук*

Здравоохранение, эта социально значимая отрасль – в числе приоритетов государственной политики. В медицине внедряются новые современные технологии. Приходит новое оборудование, улучшаются условия труда медицинских работников и в Ковернинской ЦРБ. За годы реализации программы модернизации учреждений здравоохранения осваиваются все выделенные денежные средства на новое медицинское оборудование, ремонтные работы в центральной районной больнице и Гавриловской врачебной амбулатории, на Горевском, Семинском и Анисимовском фельдшерско-акушерских пунктах.

В районе полностью сохранена структура здравоохранения. В рамках областной целевой программы в коллектив приходят молодые специалисты, которые получают новые дома и личные автомобили. У коллектива большие планы на перспективу. Есть наработки по строительству нового здания инфекционного отделения. Во всех

этих делах чувствуется чуткая и опытная рука Главного врача района.



Татьяна Александровна
Кирсанова
Директор ООО «Бриллиант»

То, что в районе полностью сохранена структура здравоохранения требует некоторого уточнения – эта структура развивается. Дело в том, что в районной медицине сегодня представлен и предпринимательский сектор медицинских услуг. В частности, в поселке Ковернино хорошо известно ООО «Бриллиант»: стоматологические услуги, оказываемые здесь, постоянно востребованы, отличает коллектив и внимательное, доброжелательное отношение к клиентам. Директор фирмы **Татьяна Александровна Кирсанова** очень беспокойный и ответственный человек. Сначала она занималась индивидуальной предпринимательской деятельностью, потом дело расширилось, и было реорганизовано в общество с ограниченной ответственностью, был создан профессиональный и стабильный коллектив, который работает в хороших условиях. Компания «Бриллиант» оказывает все заявленные в лицензии виды стоматологических услуг. Кроме лече-

ния, практикуется и протезирование. Доктора-стоматологи регулярно проходят квалификационное обучение, посещают платные семинары. Все имеют сертификаты. Это частное предприятие движется вперед, развивая свою деятельность, улучшая качество обслуживания, условия работы и приема пациентов. Ведётся строительство рентгенкабинета.

Предприниматель Т.А. Кирсанова сегодня является спонсором многих районных мероприятий, оказывает помощь в развитии бюджетных учреждений и церкви. Не отказывает в адресной помощи пенсионерам и малообеспеченным людям, выполняя многие процедуры бесплатно. Многие пожилые жители Ковернино благодарят её за поддержку, душевно и тепло отзываются о докторах и обслуживаемом персонале.

Новых подходов потребовали рыночные отношения и такого традиционного направления деятельности, как связи с общественностью и в этой связи следует вспомнить об организации издательско-полиграфического дела. Заслуженный работник культуры РФ, член Союза журналистов РФ, высокопрофессиональный газетчик, опытный руководитель, **Татьяна Изосимовна Савичева** начала свой путь в журналистике с 1984 года в районной газете, а уже в 1987 году была назначена на должность главного редактора, в обязанности которого входит еще и руководство районной типографией.

Инициативная, целеустремленная, требовательная к себе и другим, она сумела создать коллектив единомышленников, для которых газета больше, чем работа. Велик ее вклад в материально-техническое укрепление газеты, в освоение современных редакционных технологий, в модернизацию полиграфической базы газетного производства. Не случайно газета «Ковернинские новости» прочно закрепилась в числе лучших местных изданий. О востребованности газеты, о ее потенциальных возможностях свидетельствуют растущий тираж и устойчивое финансово-экономическое положение.

Издание зарекомендовало себя надежным партнером муниципальной и государственной власти. Редакция является информационной площадкой, центром массовой работы с читателями. Встречи с

интересными людьми, «круглые столы», прямые телефонные линии по актуальным для ковернинцев проблемам, акции социальной направленности, конкурсы для читателей прочно вошли в практику работы ковернинских журналистов. Газета и ее руководитель неоднократно отмечались по итогам региональных творческих конкурсов, награждались дипломом областного правительства за успехи в конкурсе на лучший дизайн и полиграфическое исполнение районных газет, дипломами и благодарностями Губернатора и Законодательного собрания Нижегородской области. Газета трижды побеждала в областных конкурсах на освещение социально значимых тем в рамках размещения государственного заказа. Газете присвоен знак «Золотой фонд прессы». Ковернинская типография сегодня – это современное полиграфическое предприятие, на котором печатается газеты Ковернинского и Сокольского районов, города Заволжье, бланочная продукция для потребителей разных районов области.



Татьяна Изосимовна
Савичева
*Главный редактор
районной газеты
«Ковернинские новости»,
«Заслуженный работник
культуры РФ»*

За большой вклад в развитие печати Т.И. Савичева награждена Почетной грамотой Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, признана победителем регионального конкурса «Женщина-директор года», ей присуждено звание «Заслуженный работник культуры РФ».

Успех жизнедеятельности района зависит не только от качественной работы руководителей предприятий, но и в значительной степени от органов коллективного управления – местного самоуправления, Земского собрания. Депутаты сельских Советов и Земского собрания во многом определяют судьбу своих сельских территорий и района в целом и от того, насколько качественно и творчески они представляют интересы народа, как они взаимодействует с исполнительной властью местного самоуправления, общественными структурами, со всеми институтами гражданского общества, зависит успешность деятельности всего района.



Управление районом требует творческого подхода к процессу принятия решений

Депутаты осуществляют общественный контроль и принимают важные решения для развития района, отдельных территорий. В исключительном ведении представительного органа местного самоуправления находятся принятие устава, утверждение местного бюджета и отчёта о его исполнении, принятие планов и программ разви-

тия муниципального района, утверждение отчётов об их исполнении; установление порядка управления и распоряжения муниципальной собственностью; решение многих других вопросов местного значения. Депутатский корпус этого созыва по своему отношению к рассматриваемым вопросам, дотошному и профессиональному их изучению, по количеству затраченного на это времени и качеству обсуждения вопросов значительно отличается от предыдущего. Все рассматриваемые вопросы обсуждаются взвешенно и заинтересованно, будь то социальные вопросы, развитие коммунального хозяйства, жизнедеятельность района в целом или депутатская деятельность. Одним из новых направлений работы в 2013 году стала реализация депутатских проектов. Первыми к их выполнению приступили депутаты Е.С. Зыкова и О.П. Шмелёв.



Земское Собрание Ковернинского района за работой

Свои полномочия закреплены за сельскими Советами. В составе Земского собрания и сельских Советов сегодня представлены все заинтересованные в развитии Ковернинского района и сельских поселений стороны, представители политических партий, общественных объединений и организаций. Что дает возможность довести до исполнительной власти имеющиеся вопросы и совместными усилиями находить пути их решения. Исполнительные органы местного

самоуправления осуществляют организационно-управленческие и исполнительно-распорядительные функции. На их плечи ложатся все важные вопросы жизнедеятельности района. От их ответственной и заинтересованной работы зависит улучшение дел на местах и в районе в целом. Огромная роль в развитии сельских территорий принадлежит главам поселковой и сельских администраций. Опытными управленцами, умеющими работать с населением на своих территориях, можно считать глав: поселковой администрации Е.А. Лебедеву, Б-Мостовской сельской администрации В.М. Аршинову, Горевской сельской администрации А.М. Рыжову. У них учатся, занимают активную жизненную позицию глава Гавриловской сельской администрации И.А. Соловьёва, глава Скоробогатовской сельской администрации О.А. Тулупова, глава Хохломской сельской администрации И.Б. Смолина.

Жизнь показала состоятельность органов местного самоуправления, их существенный вклад в развитие гражданского общества. От мудрых, продуманных решений представительной власти зависит успешная работа исполнительной власти в районе. Сегодня мы нацелены на позитивную, активную совместную работу по развитию Ковернинского района, по улучшению качества жизни ковернинцев.

* * *

В этой книге мы не смогли написать обо всех людях, составляющих славу района. Очевидно, что для этого нужно реализовать специальный проект. Важно, что просматривая биографии и достижения руководителей различных подразделений и направлений, мы смогли еще раз убедиться в том, что район не просто располагает громадным кадровым потенциалом, который следует более активно использовать для определения оптимальных путей модернизации района, для обучения молодых управленцев, предпринимателей, но и в его традициях уже давно заложены принципы расширенного воспроизводства человеческого капитала.

Эти принципы имманентно присутствуют в концепции создания и развития **Ковернинского землячества**, которое должно сыграть

свою роль в развитии района. Оно создано по инициативе Николая Сергеевича Кривошеева, главы местного самоуправления в апреле 2013 года. Это добровольное объединение земляков, многие из которых стремятся поддерживать связь со своей малой родиной, уважают сложившиеся устои, традиции и историю родного края. Эти люди, которые имеют богатейший опыт управления, интеллектуальный потенциал, могут быть полезными в развитии нашего района. Первые встречи показывают, что им небезразлична судьба своей малой родины. Они готовы оказывать содействие. И работа уже началась. Наши земляки поддержали наше решение о заключении договора с Нижегородским региональным институтом управления и экономики АПК по разработке концепции дальнейшего развития района, намерены участвовать в этом конкретными делами и практическими инициативами. В частности большую помощь в развитии уникального хохломского промысла готов оказать председатель Ковернинского землячества, генеральный директор фонда развития НХП Нижегородской области Н.Г. Смирнов. Есть договоренность с руководством Нижегородского строительного университета (это тоже помогли сделать наши земляки) на приезд выпускников для оказания помощи району в разработке проектов по ландшафтному дизайну, и проектов строительства гидротехнических сооружений. Наши земляки предлагают услуги в организации музея в историческом здании, где раньше располагалась милиция. Они готовы проводить встречи с известными людьми, которые будут интересны для ковернинцев, участвовать во встречах с молодежью, организовывать конкурсы, семинары, помогать в организации внутреннего туризма.

Работа по созданию землячества в самом начале пути. Мы приглашаем в свои ряды всех желающих вне зависимости от их статуса и положения. Для всех, кто пока ещё не восстановил живую связь со своими земляками, но желает это сделать, двери нашего землячества открыты.

§ 2.3. Образовательные программы и проблема развития личности

Модернизация района, развитие территории пойдет только через развитие человеческого капитала, а для этого нужны программы его развития. Мы не касаемся здесь системы образования, управление которой не является прерогативой районной власти, однако районная власть может (и должна) помогать развитию системы общего и профессионального образования. Основная проблема нынешнего образования (прежде всего профессионального) заключается в том, что система образования, построенная на принципах оказания образовательных услуг, это фактически бизнес-структура, фирма, оказывающая некие услуги населению, являющаяся клиентом, в интересах которого действует данная фирма. А любое коммерческое предприятие руководствуется соображениями прибыли – по возможности максимальной и в кратчайшие сроки. Поэтому главной задачей современного вуза является погоня за клиентом, а не подготовка специалистов, нужных народному хозяйству. Заказчиком на специалиста является абитуриент (его родители), а не работодатель. В этих условиях и задача школы состоит в том, чтобы натаскать выпускника на тесты ЕГЭ, чтобы он мог выбрать более широкий набор вузов, желательно престижных, куда можно было бы отнести документы.

Исторические традиции образования не совпадают с этой моделью. Само понятие образование этимологически означает формирование образа (образ > образование), формирование личности. И неспроста отсутствие образа (без образный) совпадает со словом безобразный. Аналогичная этимология просматривается и в английском языке. Во всех языках, в том числе и в русском образование – это не бизнес, не ремесло, а скорее творчество, искусство, а точнее важнейшая общественная миссия.

Школа, являющаяся основанием развития данного потенциала и необходима поддержка школы, причем не столько материальная, сколько методическая, выходящая за рамки школьной программы. По мнению многих социологов, система образования России движет-

ся в направлении методологии образовательных услуг и потому деградирует. Учитель перестает быть наставником, воспитателем, и низведен до уровня подателя уроков, он становится транслятором, а не развивающим субъектом.

Модернизация района, развитие территории пойдет только через развитие человеческого капитала, а для этого нужны программы его развития. Важной частью таких программ являются образовательные программы – программы нравственного, интеллектуального и профессионального развития жителей района. Причем речь идет о принципиально новых программах, динамичных, без излишнего формализма, подвижных многопрофильных (способных готовить людей для разных целей и задач). Эти программы не связаны с модернизацией системы образования, а являются некоторой дополнительной частью, которая может существовать и обычно существует параллельно с имеющейся системой; она выстраивается на принципиально новом подходе к работе с людьми.

Модернизация территории базируется на новой производственной базе, которая, в свою очередь формирует запрос на кадры. Понятно, что для развития района необходимо осуществлять производство полного цикла – до конечного продукта. В частности, нужно развивать молочное производство на основе новых продуктивных технологий. Понятно также, что нужны инвестиции, но этого недостаточно, нужны серьезные инвестиции не только в оборудование и технологии, но необходимы инвестиции в людей. Новое производство потребует нового персонала, нужно создать новую культуру производства и производственника. Новые технологии предъявляют жесткие требования к кадрам. Эти технологии, например, не сочетаются с алкоголем. Сегодня сотрудник сельхозпредприятия должен отслеживать важные технологические моменты, связанные с производством и уровень его подготовки, радикально отличается от того, который имело скотник, дворник, доярка – профессии, которые были востребованы раньше. Сегодня это специалист, который имеет соответствующее образование – как минимум среднее специальное. Либо это

должен быть практик, который уже имеет навыки работы с таким оборудованием.

Сегодня мало произвести, в условиях рыночных отношений важнее суметь хорошо продать продукцию. Причем продать ее надо не в Ковернино, где потребление невелико. Нужны выходы на большие рынки – как минимум на нижегородские. Но в Нижнем Новгороде рынок забит и нужны новые маркетинговые решения, нужны эффективные маркетинговые кадры, хорошо ориентирующиеся в маркетинге, в рыночных отношениях, имеющих рыночное мышление. Старшее поколение управляющих продолжает функционировать и в своем большинстве не имеют необходимых рыночных качеств. Они убеждены: главное – произвести, а уж продать сумеем. Это мышление периода дефицита. К сожалению, такой подход сохраняется и в большей мере наблюдается именно в российской глубинке. Многие бизнес проекты гибнут именно потому, что не продуман конечный результат, проект не доведен до основания – до сбыта. А это означает, что нужно овладевать маркетинговыми технологиями.

Эти технологии, на наш взгляд, следует осваивать на практике, сочетая теоретическое освоение предметов в этой области с практическими наработками. Это означает, что следует осваивать эти предметы с помощью проблемно-проектного метода. Практически это может выглядеть следующим образом. Молодые люди поступают в магистратуру, учатся там, но параллельно проводят исследования в интересах района или конкретных предприятий. Студент оставляет после себя научно-практический результат, который ему же позднее придется осуществлять на практике. Такого рода образовательные программы могут носить очень конкретный локальный характер и иметь различную протяженность – от нескольких месяцев до нескольких лет. Важно, что все эти программы оставляют после себя материальный результат. В принципе и процесс написания данной книги – тоже такой образовательный проект, в котором мы и сами обучаемся и создаем некоторый научно-практический продукт. Данная книга – это только начало работы по созданию и продвижению бренда территории. Если эта работа будет продолжена, то она неиз-

бежно обрстет людьми, равнодушными к этой проблеме и люди в процессе этой работы значительно повысят свою квалификацию. Важно, чтобы к этой работе привлекалась молодежь, в первую очередь – студенты, получающие образование в Нижнем Новгороде.

Такая работа осуществляется на основе проектного метода – с использованием временных коллективов. Привлеченные к работе ученые могут возглавить такие исследовательские коллективы. Эффективность такого проблемного обучения состоит в том, что учащийся целиком погружается в проблемное поле и, осуществляя исследование, учится и использованию методов, и обретает аналитические навыки, и практически осваивает исследуемое проблемное поле.

§ 2.4. Интернет и социальные технологии

Одним из важнейших ресурсов развития известности района и развития его кадрового потенциала является Интернет. Функционирование этого ресурса решает, по меньшей мере, две задачи:

- формирование известности района и создание ряда элементов туристической инфраструктуры;
- повышение уровня квалификации молодежи.

Третьей задачей может стать помощь в продвижении местного бизнеса, ибо известность района, его бренда и его атрибутов неизбежно будет иллюстрироваться и дополняться возможностями успешного местного бизнеса, показа того, что район умеет и может.

Проблема известности района состоит в том, что он малоизвестен: как уже отмечалось выше, по рейтингу 2007 года он занимал двадцать шестое место из тридцати четырех возможных. Интерес к российской глубинке растет, немало самодеятельных путешественников делится своими впечатлениями от посещения заповедных мест. Посещают и Ковернинский район.

В прошлые выходные решили съездить куда-нибудь в область, посмотреть как живут в деревне сейчас. Долго выбирали между югом области и севером, в итоге все же

сошлись на заволжье, да не просто на заволжье, а решили съездить на самый север области, почти на границу с Костромской губернией, в село Белбаж. Почему именно в Белбаж? Ну, во-первых, это относительно далеко от Нижнего и я надеялся, что там все дома не раскуплены дачниками, как это дело обстоит в радиусе 50 километров от города. Во-вторых, само село было основано беглыми старообрядцами, которых очень много селилось в этих местах ...

К сожалению, не получилось сделать полноценной истории из этого всего, но сама идея мне нравится, так что я продолжу снимать такие репортажи и дальше, но уже в теплое время года. Кстати, меня ... назвали уже фотографом унылой России, а по-моему это не унылость, это то, какая она есть на самом деле...¹

Проблема заключается не только в том, что район очень слабо представлен в Интернет, сколько в том, что эта культура (новая, но быстроразвивающаяся) не освоена общественностью района. Освоение этой культуры позволит сделать второй шаг – осуществить ...

Повышение уровня квалификации молодежи. Дело в том, что создание большого числа сайтов и различных сообщений не требует сверхвысокой квалификации. Нужны определенные навыки, которые оттачиваются в процессе работы с компьютером. Этим могут заниматься совсем молодые люди, в том числе школьники. Существование в социальных сетях, затем создание сайтов, блогов, написание статей в Википедию – все это требует определенной квалификации, причем по мере работы в этом пространстве растет и квалификация людей, причем не только с точки зрения роста пользовательских навыков, но и формирования литературных, журналистских навыков. Таким образом, более важными свойствами для успешной работы в Интернет являются литературные навыки, знание русского языка, умения выражать свои мысли, широкий кругозор, общая культура,

¹ Цитата с: <http://lj-top.ru/post/cheger/406735>

знание предмета о котором пишутся статьи и материалы, чем специальные знания в области компьютерного программирования.

Можно говорить о формировании новых образовательных программ, причем программ нестандартных, целевых – новых именно в этом смысле. Кроме государственных образовательных программ, требующих большого специального финансирования, могут создаваться целевые программы, цель которых – не получение сертификата, а получение некоторого результата. Этот результат может быть двойким: в процессе обучения обучающийся может принести ощутимую пользу.

Приведем пример. Есть такой ресурс – информационный – и в нем большое и растущее место занимает Интернет. Формируем запрос в любой поисковой системе (например, Гугл) – «Ковернино». Получаем 256 тыс. откликов. Теперь посмотрим на своих соседей: «Городец» – 2 млн. 250 тыс. откликов, «Семенов» – 8 млн. 950 тыс. откликов. О Городце в Интернет информации почти в 9 раз больше, чем о Ковернино, о Семенове – в 35 раз больше. Открываем Википедию: статья о Рабочем поселке Ковернино очень лаконична. О Семенове в Википедии большая статья. В оглавлении этой статьи представлены разделы: история, население, геральдика, полезные ископаемые, торговля, культура, достопримечательности, музеи, знаменитые уроженцы. О Городце статья еще больше. Научиться работать в Интернет на уровне продвинутого пользователя нетрудно и осваиваются эти навыки довольно быстро. При этом люди, которые учатся писать статьи в Википедию, осваивают не только интернет, но и вникают в содержание создаваемых ими статей.

Для того, чтобы научиться работать в Интернет, надо начать это делать. И когда мы говорим, например, о программах повышения компьютерной грамотности, в компьютерном классе школы создается кружок. Начальные консультации могут дать студенты и преподаватели университета, а затем необходимые сведения школьники могут почерпнуть из Интернет. Например, в Википедии есть правила написания статей для Википедии. Освоить эти правила нетрудно – надо только начать это делать. И так может быть создана в Коверни-

но уникальная структура, интернет-лаборатория. Для создания такой лаборатории особых средств не надо: компьютеры и Интернет есть в каждой в школе, но эти ресурсы не используются в полной мере. Это все не требует больших средств, но дети, которые начали работать в Интернет, будут развиваться в направлении освоения этой информационной культуры. Параллельно с этим будет расти информационная насыщенность Интернета о районе, его людях, городах и селах.

Нарастание насыщенности информационного пространства сведениями о районе возможно только в том случае, если этот процесс освоют сами жители района. Они должны научиться сами делать сайты – молодежь каждого села, каждой деревни должна быть включена в этот процесс и все они должны иметь такую структуру. Проблема развития компьютерной грамотности не является исключительной проблемой российской глубинки: этому не учат нигде, но в крупных городах это пространство быстрее осваивается молодежью просто в силу того, что там есть энтузиасты, вокруг которых более энергично создаются такие самодеятельные структуры. Надо чтобы уже сейчас к сайту «Родина Хохломы» присоединились ковернинцы и чтобы они писали тексты для этого сайта. Чтобы они к этому приобщались, нужно уже сейчас им рассказать, что такое социальная сеть и зачем она существует, и какую роль сыграет присутствие человека в сети для всего района и лично для каждого пишущего в Интернет человека. А для молодых людей это важно потому, что они лично будут известны и специалисты отделов кадров продвинутых компаний интенсивно работают в сетях и видят людей, которые им могли бы подойти. Они (handhunters) ходят в социальные сети и видят – человек активный, интересный, пишет, умеет – этот человек берется на заметку. Профессионалы просматривают таких людей регулярно, просматривают их резюме, их действия, работы, отчеты. Такая социальная активность должна сегодня иметь конкретное выражение, а это, в частности, может быть связано с тем, что люди постепенно включаются в сети. Форма включения различна – это, например, может быть детский конкурс.

Возвращаясь к вопросу об образовательных программах, существенным вопросом является не проблема получения молодыми людьми профессионального образования (нередко дело сводится только лишь к получению диплома), а проблема их желания получить высокую квалификацию и желания работать в районе и для района. В рамках наших целевых программ мы можем в стенах университета готовить целевым образом молодых людей по любому профилю.

ГЛАВА III. ПУТИ КАПИТАЛИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИИ

Важнейшим показателем успешности любого экономического объекта является величина его рыночной капитализации. Величина рыночной капитализации являются важнейшими характеристиками успешности компании. Впрочем, речь может идти не только о компании – большой или маленькой – но и о любом экономическом объекте, например, о районе. Экономист С.Б. Чернышев говорит о необходимости повышения капитализации всей России и эту задачу он рассматривает как основную для страны на сегодняшний день.¹

Можно производить сырье, можно производить полуфабрикаты, а можно – конечный продукт. Производство конечного продукта является самым рентабельным. Но на этом можно было остановиться в условиях плановой, распределительной экономики, когда цена определялась плановыми органами и рассчитывалась от реальных затрат – от себестоимости. В условиях рыночной экономики цена определяется процессом конкуренции и выигрывает тот, кто имеет меньше затрат и может предложить меньшую цену. Но, в конечном счете, в выигрыше всегда будет тот, кто занимается реализацией продукции, ибо он берет на реализацию только тот товар, который обеспечивает ему гарантированную рентабельность. Сегодня проблема заключается не в том, чтобы что-то произвести – в современных условиях можно произвести что угодно и в любом количестве; сегодня очень важно выгодно продать произведенную продукцию.

Именно с этих позиций – производство сырья, полуфабрикатов, готового продукта и его реализации – попробуем рассмотреть вопрос о направлении и путях повышения капитализации Ковернинского района.

¹ Чернышев С.Б.. Россия суверенная: как заработать вместе со страной. М., Изд. «Европа», 2007, 304 с.

§ 3.1. Интенсификация производства

Как отмечалось выше, основными отраслями района являются сельскохозяйственное и лесное производство. **Интенсификация сельскохозяйственного производства** заключается, прежде всего, в развитии молочного производства. Интенсификация молочного производства начинается с модернизации технологии. Технология современного животноводства позволяет все корма скармливать животным, не выходя за стены фермы. Поэтому пастбищный период повсеместно сокращается и животноводы предпочитают, чтобы животные находились на территории комплекса и давали как можно больше молока и привеса, чтобы меньше было стрессов. Стрессы для животных вызывают летом и жара, и дожди, и овод, и слепень. Понятно, что трава, которую животные скушали непосредственно на пастбище, самая полноценная. Но современная наука показывает, что экономически целесообразно, чтобы корма животным подвезти непосредственно на комплекс, где они будут скормлены животным. И так везде, поэтому экологически чистые районы, строго говоря, сравниваются в своих возможностях с территориями не очень чистыми.

Рентабельность молочного производства зависит от уровня развития хозяйства, от наличия в нем высокопродуктивных пород скота, оснащённости хозяйств новейшим оборудованием и технологиями. Сегодня есть современные комплексы, которые позволяют при меньшем использовании людских ресурсов получать большее количество продукции. Технологии с молокопроводом, где доярка ходит от одной коровы к другой, переносит тяжелые бачки, где очень высоки человеческие трудозатраты, устарела. Сегодня есть другая технология, с доильным залом, где животное подходит к месту дойки и оператор, стоя на одном месте, просто подключает оборудование, баки, компьютер. И на ферму в 400 голов, где раньше нужно было тридцать человек персонала, то сегодня там уже пять человек. И именно такие комплексы есть в Ковернинском районе. Это СПК «Семи́нский», акционерное общество агроплемзавод «Мир». Над проектом таких комплексов работают племзавод им. Ленина и другие.

Как сельхозпроизводители наши молочные фермы производят молоко, которое является сырьем для перерабатывающей промышленности. И это сырье, к сожалению, в подавляющем большинстве по объемам уходит на переработку за пределы Ковернинского района. Молоко идёт, в основном, в Городецкий молочный завод, что-то уходит во Владимирскую область, молоко забирают и другие заводы, которые приезжают на своих молоковозах и забирают молоко с ферм хозяйств нашего района.



Коровник в Ковернино: новые технологии
в животноводстве. СПК «Ковернино»

Это вызывает существенные потери от налоговых поступлений в район: мы теряем значительную часть добавленной стоимости. Трудно определить эти потери в процентах, хотя экономисты могли бы оценить возможные варианты увеличения налоговых поступлений при переходе к производству конечного продукта. Учитывая, чтоточные объемы производства молока в районе составляют свыше 70 тонн, то это загрузка достаточно крупного молокоперерабатывающего завода. **Следует помнить, что каждый рубль зарплаты, выпла-**

ченной в районе, ежемесячно делает обороты: на зарплату покупаются продукты, одежда, мебель, стройматериалы, бытовая техника. Эти обороты средств развивают, например, малый бизнес, который, в свою очередь, платит налоги. Поэтому сырье, ушедшее на переработку из района будет давать обороты средств в других местах.

Молокопереработкой внутри района занимается только племзавод им. Ленина, у которого есть свой завод по переработке молока производящий довольно большой ассортимент молочной продукции. В Ковернино был молочный завод, но он закрылся. Итак, **только из-за отсутствия собственной переработки молока район недополучает существенные налоговые поступления.**

Животноводство, кроме молока, имеет и другое направление своей деятельности – мясное производство. Здесь также есть выраженные черты модернизации. В мясном направлении применяется принцип беспривязного содержания скота. Нормы выдачи и скармливания животным контролирует компьютер в зависимости от состояния каждого конкретного животного и ему выдается оптимальное количество зерна и всех необходимых элементов для его роста. И здесь также требуется меньшее количество людей для обслуживания большего поголовья скота. Принцип тот же самый – все корма выводятся к месту нахождения животных непосредственно на комплексе.

Итак, и здесь мы имеем выраженное движение в направлении модернизации производства, однако и мясо, как и молоко, в основном уходит за пределы района, увозится живьем, а первичная переработка, забой, разделка мяса осуществляется уже за пределами Ковернинского района. Можно отметить, что мясопереработка в Ковернинском районе осуществляется: есть два небольших предприятия по переработке мяса. Это племзавод им. Ленина и частное предприятие Н.С. Андреевой. Но перерабатывается незначительная доля произведенного мяса – не более четверти от общего объема мясного производства. **Соответственно создание и развитие собственной переработки мяса также даст дополнительные поступления денег в бюджет в виде налогов. Кульминацией производства и перера-**

ботки в районе молока и мяса должна стать фирменная торговля продуктами питания, произведенными в КОВЕРНИНО.

Существенной частью деятельности ковернинских СПК является работа племенных хозяйств. Выше отмечалось, что из восьми СПК шесть имеют собственные племзаводы. Любое племенное предприятие имеет задачу, выведения чистых по крови животных, относящихся к категории высокопродуктивных. Это молодые телки, которые впоследствии становятся высокопродуктивными коровами. Они дают большое количество хорошего молока и, соответственно, рожают здоровых молодых телят. В хозяйствах Ковернинского района есть стадо, имеющее необходимый процент чистокровного поголовья, которое позволяет ему получить статус племенного предприятия. Статус племенного предприятия дает два преимущества: во-первых, при продаже за племенной молодняк дают более выгодную цену, а, во-вторых, существует государственная поддержка племенных хозяйств. В таких хозяйствах есть и молочное производство, и мясное производство, но главным является племенное.

Племенные хозяйства имеют клиентуру и постоянно поставляют этот молодняк. Имея статус племенного завода, они внесены в статистику, и через министерство сельского хозяйства Нижегородской области они обретают общероссийский статус – информация о них есть в министерстве сельского хозяйства Российской Федерации. Попав в общефедеральную статистику, племзаводы включаются в систему и все, кто интересуется этим товаром, может получить сведения о том, где, что и по какой цене, продают, возраст скота, порода и другие данные. Когда племенной скот продается, это как раз продажа конечного продукта.

Система племенных заводов давно выстроена и все селекционеры, зоотехники включены в рыночные отношения, выезжают в другие хозяйства, знают, где и у кого есть такие хозяйства и что за ними стоит. Этот рынок уже давно сложился, это достаточно выгодное производство и здесь создается и, главное, продается конечный продукт. Но объемы на этом рынке стабильны, сравнительно невелики: это в основном личные продажи.

Интенсификация лесного производства. Необходимо продолжить тему недоиспользования ресурсов, связанных с лесом и древесиной. Здесь ситуация является более благополучной, чем в сельскохозяйственной отрасли. Большинство арендаторов, потребляющих лес, доводят производство до конечного продукта. Есть предприятия и предприниматели, которые используют лес в качестве сырья для своих производств, для своего бизнеса, они не имеют полной глубокой переработки древесины. Есть предприятия, изготавливающие цилиндрованное бревно для строительства, либо просто распускают лес на доску и продают доской. Эта доска может выступать и в качестве товара, когда, например, крышу надо делать – и нестроганная, и сухая. Доска идет на стропила, опалубку делают. Но в большинстве предприятий лес используют в качестве сырья для производства разных видов изделий – столярных изделий, окон, дверей, погонаж, вагонка, плинтус – много всего. Но на сегодняшний день в Ковернинском районе еще много сырья уходит не до конца переработанное, то есть не в качестве готового продукта, полуфабриката. В первую очередь это относится к лесам, относившимся раньше к ведению межхозяйственного лесхоза (межколхозного лесхоза). Эти леса распределены через аукцион среди сельскохозяйственных предприятий района – их использует несколько арендаторов.

На одном предприятии доработка осуществляется до конечного продукта. Это мощное, крупное, эффективное предприятие, на аукционе выкупившее все бывшие государственные делянки – компания «Рось». Основное направление деятельности предприятия – производство фанеры. Они сейчас занимаются и производством топливных гранул в пеллетах и топливных брикетах: идет монтирование оборудования и запуск этой линии. Достоинство производства пеллет и топливных брикетов в том, что здесь осуществляется переработка отходов лесного производства, того, что раньше выбрасывалось. Используются опилки, коры, хвоя, листья. Результат – получается высококалорийное топливо со сгоранием до 97%, а пеллеты марки премиум – до 99% сгорания. Экологически чистое топливо. Белый пеллет производится из стружки и опилок, у него КПД выше и он

дороже, поскольку в нем нет таких составляющих, как кора, листья и сгорание более полное. А серый и коричневый пеллет, в котором применяется все остальное, вплоть до корней несколько дешевле. Сегодня эти производства начинают конкурировать с газовиками, поскольку существует оборудование, которое способно в автоматическом режиме работать именно на пеллетах, на брикетах.

Но и здесь мы можем отметить некоторое недоиспользование ресурса, связанного с лесом и древесиной. Компания «Рось» производит пеллеты и брикеты, но и они в конечном итоге будут являться сырьем для топливной промышленности. И в этом у района есть определенный ресурс. Дело в том, что Ковернинский район не весь газифицирован. В районе много котельных, в которых это сырье может использоваться, они обслуживают социальную сферу – школы, административные учреждения, детские сады, дома культуры – всего, что связано с социалкой. Есть и некоторое количество отапливаемого жилья, которое мы стараемся переводить на индивидуальное отопление – это более практично. А смысл этого в том, чтобы топливный рынок, где у нас еще нет газа, забирать под себя – это самый близкий им рынок по логистике. И для района, и для предпринимателя было бы выгодно, если бы С.В. Борякин взял на себя котельные, поставил бы туда котлы и продавал бы нам тепло, а не пеллеты.

Говоря об интенсификации, обычно отмечают, что это прежде всего связано с внедрением новых технологий и, соответственно, с инвестициями. Однако покупка новых технологий и нового оборудования это еще не все. Во-первых, здесь нужен иной персонал, имеющий определенную культуру. Но главное нужны активные, предприимчивые люди, способные создать и возглавить новое дело. Такие, например, как Сергей Викторович Борякин.

Проблемы интенсификации существуют и в народных промыслах. И проблема в том, что это дело требует новых форматов. Традиционные промыслы, когда создается и расписывается деревянная посуда, которая поступает затем в продажу, испытывают определенный кризис. Несколько ничем не связанных между собой колхозных цехов росписи, включая даже ООО «Промысел», продолжают вариться в

собственном соку, прибегая зачастую к дорогостоящим услугам продвинутых столичных посредников, которые обводят наших мастеров вокруг пальца, как слепых котят, отбирая у них львиную долю прибыли. При относительно низкой себестоимости рукодельной продукции у действующих в районе предприятий народных промыслов, её продажная цена в сетевых магазинах запредельная! Бывает, что предприятие, отгрузив магазинам товар, месяцами не может получить за него деньги, ибо продукция не находит своего покупателя из-за искусственно накрученных цен, либо из-за низкого покупательского спроса.

Несмотря на трудности и проблемы, дело сдвигается с мертвой точки: такие предприятия народно-художественных промыслов, как ООО «Промысел» сегодня уделяют много времени технологическим и маркетинговым инновациям, внедряя современное оборудование (прототайпинг, принт) и осваивают новые рыночные ниши.

§ 3.2. Проблема развития туристической инфраструктуры

Новым и очень перспективным направлением развития района является туризм – совершенно новая для наших мест отрасль, которую придется выстраивать заново. Дело это новое и весьма сложное: туризм – та редкая отрасль, которая работает не просто на конечный продукт, но на экспорт, при этом ничего не вывозя за пределы территории. Выгодность этой отрасли в том, что люди хотят путешествовать и получать впечатления; туризм – это индустрия впечатлений, за которыми люди приезжают в то или иное место, оставляют деньги и уезжают, увозя впечатления, фотографии и сувениры.

Но создавать эту отрасль – дело непростое и довольно затратное. Большие сложности связаны с тем, что по сути этой отрасли в нашей стране никогда не было и до сих пор нет ни развернутой национальной инфраструктуры, ни кадров. В советское время была большая фирма «Интурист», организовававшая показ иностранцам достопримечательностей.

мечательности Советского Союза и преимуществ советского образа жизни. Интуристов возили в основном по Москве и Петербургу – остальные территории были закрыты. Вывозили во Владимир, в Суздаль – и тут же назад, в Москву. А сейчас речь идет о необходимости развития туристической отрасли до европейского уровня в масштабе уже всей страны.



Участники международной социологической конференции с большим интересом осматривают ассортиментный кабинет хохломской продукции ООО «Племзавод им. Ленина»

Массовый туризм, приносящий доходы, сравнимые с доходами, например, автомобильной отрасли, во всем мире развивается по трем основным направлениям: обустройство зон отдыха, экскурсионных маршрутов и туристических троп. В России обустроенных и привлекательных зон отдыха немного – черноморские пляжи и горнолыжные курорты на Кавказе и Урале. Известных исторических и куль-

турных мест тоже немного – Москва и Санкт-Петербург. Для России наиболее перспективными являются туристические тропы для пеших, горных или лыжных прогулок, которые требуют сравнительно небольших вложений. Это перспективно именно для России, Нижегородской области и Ковернинского района. В России нет ни одной туристской тропы европейского класса, через нее не проходят транснациональные тропы. Поэтому создание данного турпродукта является перспективным делом особенно для тех, кто начнет делать это первым.

Территорий, на которых можно обустроить туристские тропы, у нас больше, чем в любой другой стране. Создание общероссийских и региональных пешеходных троп поможет защитить уникальные ландшафты России. Не сохранив их, россияне потеряют большую часть тех зрительных образов, которые формируют у человека понятие Родины. Пешим туризмом в мире увлечены миллионы людей. Это один из самых доступных и полезных для здоровья видов досуга. И самый доходный для экономики.

Первой в мире специально оборудованной пешеходной тропы, навеки изъятой из хозяйственного пользования для пешего туризма является знаменитая Аппалачская тропа в США, которой почти 90 лет. Протяженность тропы в Аппалачских горах более 3500 км. Большая часть пути пролегает в глуши, хотя иногда тропа пересекает города, крупные дороги и реки. В 1923 г. был размечен первый небольшой участок, после чего длина тропы постоянно росла и окончательно сформировалась только к концу XX в. Круглый год этот путь (или его часть) проходят миллионы туристов.

Аппалачская тропа обустроена силами туристских клубов на общественных началах. Каждый клуб придумал маршрут, по которому интереснее идти, а потом участки состыковались. Впоследствии клубы получают доходы от продажи карт на обслуживаемый участок, описаний, буклетов, значков и другой атрибутики. Сегодня за состоянием тропы следят 30 туристских клубов, за каждым из которых закреплен свой участок. После прохождения каждого участка турист получает значок, а по окончании маршрута становится полным кавалером.

лером тропы. Походы по Аппалачской тропе очень популярны. Круглый год этот путь (или его часть) проходят миллионы туристов. Одолевшие ее за один раз заносятся в Почетную книгу тропы. А местный бизнес зарабатывает на туристах более 200 млрд долларов в год. Аппалачская тропа как единый хозяйственный комплекс — самое доходное предприятие в США. И самый крупный работодатель.



Посетители из Нижнего Новгорода осматривают экспозицию МВЦ «Отчина»

Потребителями туруслуг становятся жители развитых стран, привыкшие к сервису. Поэтому делать тропу “как-нибудь” не стоит, иначе проект провалится. Если турист столкнется с низким уровнем сервиса, то благодаря Интернету и у маршрута, и у региона появится черная метка. Тропы в Нижегородской области надо создавать, опираясь на опыт туристских троп Европы и США. По мнению нижегородца С. Мартова, руководителя самого большого в стране клуба ту-

ристов, наша область ежегодно может принимать миллион туристов из Европы, если проложить 1500 километров пешеходных туристских троп по ее районам и грамотно обустроить их.

Пешеходные тропы прокладывают туристские клубы, работа занимает несколько этапов. Первый этап – экспедиция по будущей трассе. Провести экспедицию в регионе можно за один год. Второй этап – маркировка тропы. Маркировка – это указатели, помогающие двигаться по тропе. Становится ясно: далеко ли до конца маршрута, до воды, до привала. Также должны быть обустроены места для привалов и очагов, иначе туристы нанесут урон природе. Третий этап – издание на пешеходную тропу карты, описаний, буклетов.



Социологи с удовольствием позируют:
«Фото на память с Радостью»

Любая тропа начинается и заканчивается экипировочным центром и это берут на себя власти и бизнес, который впоследствии и будет на этом зарабатывать. Приехав, туристы останавливаются в центре на

один-два дня для подготовки к походу – переночевать, принять душ, пообедать, купить продукты, сувениры и снаряжение.

Очевидно, в нашем районе следует подумать о создании необходимой инфраструктуры, начать осваивать опыт развитых стран. Возможно, представителям района стоит съездить в Европу и пройти по какой-нибудь туристической тропе. Очевидно, следует создавать свой филиал туристического клуба.

Работу в этом направлении мы начинаем уже сейчас, в частности, обдумываем со специалистами строительного университета вопрос обустройства места проведения фестивалей, строительства и функционирования этнодеревни, выбор места для строительства гостиничного комплекса, места стоянки, парковки, палаточного лагеря – все это в районе Трех сосен, в Ковернино. С гидротехниками обсуждаем вопрос по плотине и месту отдыха – пляжи, увеличения зеркала водной глади для создания возможности катания на лодках и организации рыбной ловли. Это еще не туристическая инфраструктура, но начало формирования новой культуры и нового отношения к своему поселению у местных жителей.

Важным ресурсом, который необходимо начать использовать с местными нижегородскими туристами – это наша история, памятники архитектуры, наша культура и промыслы. В этом плане особенно интересно развитие музейного дела, которое, получив первоначальный импульс, интенсивно развивается в районе.

§ 3.3. Музейное дело в развитии культурной инфраструктуры

Музеи иногда называют хранилищами бренда соответствующего региона – и это совершенно справедливо. Музей – это место, где можно получить наиболее полное представление о географическом маркетинге территории в историческом, экономическом, природном и культурных контекстах, об особенностях территории, выгодах и

преимуществах, ценностях ее бренда, особом имидже. В этих учреждениях, нередко создаваемых усилиями энтузиастов, музейщиков, местных историков, учителей и отраслевых специалистов, во всей полноте представлен тот самый разнообразный и уникальный музейный контент, который может быть востребован при умелой подаче для туристов и иных посетителей, сыграть значительную роль в продвижении бренда региона, в формировании его образа.



Музей истории колхоза "Мир" в Гавриловке.

С прискорбием приходится констатировать, что он сгорел

Не всегда и не везде приходится сталкиваться с адекватным отношением к музейному делу и за примерами далеко ходить не надо. Так, в областном центре, в Нижнем Новгороде многие музеи находятся в сложном положении. Погибает музей архитектуры и быта народов Поволжья, старинные памятники на грани разрушения. Когда-то их приезжали смотреть толпы туристов, среди этих строений знаменитые режиссеры снимали фильмы, например, в уникальном доме XVIII века была снята сцена фильма «Сибирский цирюльник».

Сегодня здесь полное запустение. Серьезные трудности испытывает музей Нижегородской радиолaborатории. Был закрыт на длительное время Нижегородский краеведческий музей – в то самое время, когда открывали закрытый город Горький. Под угрозой музейный комплекс в Большом Болдино, который намереваются перевести на муниципальное финансирование. К счастью, ситуация с музеями в Ковернинском районе не столь трагична.



Краеведческий музей в Скоробогатово.
Открыт решением руководства Колхоза им. Ленина
(председателем тогда был М.Г. Вагин)

Первый музей, тогда еще на общественных началах, был открыт в Ковернино в 1963 году, первого августа, основателем и руководителем которого считается наш земляк кавалер ордена Великой Отечественной войны второй степени В.В. Осипов. Располагался он в здании Дома культуры пос. Ковернино в небольшой комнатке на втором этаже. Можно сказать, что это событие и послужило началом развитию музейной деятельности в районе. В 1996 году за активную рабо-

ту по изучению, сохранению и пропаганде исторического наследия музеем был присвоен статус народного.

Одним из первых в январе 1966 года открылся музей при Шадринской школе. Инициатором его создания стала учитель истории П.М. Чугунова. В те же годы появился школьный музей в с. Белбаз, основателем которого являлся В.В. Колесов. В д. Сухоноска благодаря бывшему заведующему Хрящёвской начальной школой П.А. Кудряшову начал работу краеведческий музей, интересный своими экспонатами и располагающий значительной базой данных по истории окрестных деревень и их жителях. Большой вклад в его развитие внёс Ф.П. Китаев. В 1970-х годах открылся музей в колхозе «Ковернино». Основал его А.М. Смирнов. Впоследствии им руководил краевед И.М. Леонов. Не менее интересен краеведческий музей в СПК «Колхоз им. Кутузова» в д. Анисимово, где экспонируются не только предметы быта, но и представлена информация о нашем земляке Герое Советского Союза Шашкове Викторе Григорьевиче. Музей был создан в 90-х годах, заведовала им З.И. Сычёва. Музей в АПК «Мир» в д. Гавриловка был открыт по инициативе руководителя колхоза М.В. Тарарина в 2001 году накануне празднования Дня Победы и грядущего 70-летия колхоза. У истоков его создания стоял В.И. Макаров. В последующие годы музеем на общественных началах руководил А.А. Балдин.

В 1997 году по многочисленным просьбам районного совета ветеранов, краеведов, населения, по инициативе заведующего отделом культуры, кино и спорта И.С. Харичева и при поддержке администрации Ковернинского района был открыт музейно-выставочный центр «Отчина». Первым его директором была Л.М. Пряничникова. В 1998 году бывший музей колхоза «Ковернино» реорганизовали в филиал МВЦ «Отчина». Заведовал филиалом долгое время Г.В. Третьяков. С 2004 года музей приобрёл статус юридического лица. МВЦ «Отчина» – единственный на территории района муниципальный музей, в котором все предметы и коллекции входят в состав государственной части Музейного фонда РФ.

На территории Ковернинского района организованы также небольшие музеи при школах и домах культуры. В 2009 году был открыт музей в Ковернинском профессионально-техническом училище (руководитель О.А. Глухова).



Экспозиция музея в д. Анисимово

Сегодня большая краеведческая деятельность ведётся не только музеями, но и школами, библиотеками, Домами культуры.

Концепция музея хохломы обсуждается у нас с Лушиной Надеждой Александровной. Под этот музей в райцентре есть хорошее здание – бывшее здание милиции, старинный купеческий особняк с очень красивыми наличниками. Конечно, это здание нуждается в восстановлении. Музей мыслится как учреждение нового типа. Здесь предполагается не просто прикасаться к некоторым экспонатам, но и, возможны показы работы мастеров, мастер-классы, консультации и курсы. Здесь же можно предусмотреть и гостиничные номера.

§ 3.4. Благоустройство места жительства

Интересные контакты завязываются у нас с учеными и студентами строительного университета, с которыми мы обсуждаем вопросы разработки концепции центра поселка. Это очень актуальная тема: в центре Ковернино много зданий, отработавших свое и которые, по всей видимости, должны идти под снос. Нужно понимание того, как использовать киноконцертный зал, который девять лет отапливается, но никак не используется. Здесь же будет и здание музея. Все это в одном месте, в центре, выстраивается на одной линии. Нам необходимо с помощью науки воспринять, как же мы видим развитие центральной улицы и самого центра Ковернино.



Виды Шаранги

Но дело не только в дотациях. Важно на основе начала этой работы поднять интерес у жителей поселка и у остальных населенных пунктов района к вопросу благоустройства. Ковернино – районный центр, и 12 сельских населенных пунктов, которые являлись в советское время, центральными усадьбами колхозов – прежде всего Сухоноска, Семино, Хохлома, Гавриловка, Анисимово. И чтобы они, глядя на то, как можно привести в порядок свои дома и улицы, стремились обустроить свои поселки. Тема благоустройства на первый взгляд ничего доходного не несет, но по сути своей, создавая нормальную среду, мы создаем оптимистичное восприятие жилого пространства всех людей, которые здесь находятся. А это неизбежно приведет к позитивным изменениям в общественной психологии.

Этот вопрос является отдельным и перспективным направлением работы и связано это направление с благоустройством населенного пункта. Этим очень удачно – в Шаранге. Следует сказать, что в Шарангском районе таких производств, как в Ковернино – промышленных, сельскохозяйственных, таких сравнительно крупных, объемных – нет. Но там есть глава местного самоуправления, председатель Земского собрания Виктор Иванович Бахтин, который много лет там работает и очень большое внимание уделяет именно благоустройству. Шаранга преобразилась, и во многом это произошло потому, что они начали первыми прорабатывать этот вопрос и в связи с этим получают дотации из областного центра.



Новая улица в Ковернино для специалистов социальной сферы:
ресурсы для благоустройства

За примером далеко ходить не надо: Шаранга не имеет железной дороги, она, как и мы, в стороне, но там люди обустривают место своего проживания, начиная с собственного дома – забор, палисадник, цветники, сам дом, наличники. Естественно, то, что принадлежит муниципалитету – дорога и прилегающие территории – они тоже обустриваются. Выкладывается бордюрный камень вдоль дорожки,

дальше выравнивается земля, засеваются газоны, трава постригается, высаживаются деревья. Все приводится в порядок и это все поддерживается – подкашивается, подкрашивается, улучшается. Поддержка – это главное. Нельзя однажды сделать, а потом забросить, чтобы все заросло репейниками. Лучше ничего и не начинать: ведь важнейшей целью этой работы является формирование новой психологии жителей, формирование у них интереса, любви к своей малой родине. В Ковернино, как и в большинстве русских городов и сел, эти социально-эстетические установки были сильно развиты и в старые времена: люди украшали дома, пространство перед ним. Результаты этих стараний можно и сегодня увидеть: резные наличники, карнизы, фронтоны. Эстетика жилого пространства оживает и сейчас: многие ковернинцы приводят в порядок придомовую территорию, ставят красивые ограды, мостят двор и пространство перед домом.

Такие работы в советское время велись, например, в Литве, в городе Бириштонас (это маленький поселок недалеко от Каунаса) ежегодно проводился конкурс на лучшую усадьбу – такая форма организации благоустройства. Комиссия из обычных жителей города, но наиболее авторитетных, присваивает места и награждает людей, лучше всех обустроивших свою усадьбу. Проводится такое небольшое соревнование, используются социальные технологии. Вообще-то в России было это – стремление украсить свое здание, и следы этого стремления мы наблюдаем и в Ковернино, и в Городце. В центре Городца стоят покрашенные, отремонтированные чистенькие дома – традиционная русская постройка. Иностранцы с удовольствием осматривают этот район: они деревянную архитектуру редко видят. Например, в Германии деревянные дома уже не сохранились. А сами дома, сами эти улицы, сама фактура очень интересны. Таким образом благоустроенный город может работать и на въездной туризм.

Благоустройство является важным ресурсом развития, оно несет в себе очень важный социальный аспект – потребность, желание населения благоустраивать свое жизненное пространство. Важным моментом благоустройства является социальное предпринимательство,

обеспечивающее самозанятость. Благоустройство порождает инициативу у взрослого населения и необходимо поддерживать это стремление, сделать его социально значимым. И это уже присутствует в деятельности администрации, ежегодно объявляются конкурсы, подводятся результаты, и на центральном празднике, на День поселка, на День района, торжественно вручаются призы. Возможно что-то надо изменить, усовершенствовать. Сейчас уже появляются компании, которые не только продают кустарник, рассаду или комнатные растения, но они пытаются продавать полную услугу – по оформлению, ландшафтному дизайну, привозят камни, кованные решетки.



Искусная резьба по дереву украшает дома ковернинцев и поныне

В советское время было немало новаторских школ и одна из них (в Московской области, где директором школы был биолог) специализировалась на изучении биологических наук и дети увлеченно занимались практической ботаникой – разведением всевозможных цветов, и в школе у них были богатейшие цветники. Когда цветы расцвели, местные жители стали воровать эти цветы, выкапывать их по ночам. Директор школы собирает детей на линейку и говорит, «Нам должно быть стыдно, что мы рассадили растения и не подумали о

том, что такие растения должны быть во всем нашем поселке. Детям было дано поручение брать в школе рассаду и сажать ее в своих палисадниках и в палисадниках соседей. Вот так со школы началось движение по благоустройству. Они начали с цветов, потом они деревья сажали, боролись за то, чтобы парки были особенно красивыми осенью, когда одни растения желтеют, другие краснеют, а третьи остаются зелеными. Таким образом к делу благоустройства надо привлекать и школу, включать ее в это дело.



Благоустройство ковернинцами придомового пространства

В конечном счете необходимо сформировать у людей понимание, представление о том, что благоустройство – это большой ресурс раз-

вития поселения. Этот ресурс начинает работать уже тогда, когда человеку приятно, удобно находиться в этом месте, где все красиво, аккуратно, и жизнь становится интереснее. Среда воспитывает. Важно, что мы активно начали сотрудничать со строительным университетом. Приезжали сотрудники кафедры ландшафтного дизайна, и кафедра гидротехников. Приезжали преподаватели со студентами, пишущими дипломные работы.

ГЛАВА IV. НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Бренд – понятие для нас новое, сложное и многогранное. Но мы знаем, что новое – это хорошо забытое старое. Мы понимаем, что скрывается за словом репутация, догадываемся, что означает слово имидж, а понятие бренд нас нередко пугает своей непонятностью. Многочисленные определения этого понятия сводятся к тому, что это яркий, компактный и исчерпывающий образ объекта в представлении его потребителя. Забота о бренде связана ныне с воссозданием в России рыночных отношений, возникновением конкуренции, в том числе и между территориями. Этот процесс актуализировал вопрос о необходимости новых подходов к рекламной деятельности, в том числе и территориальной. Бренд – это не цель, а средство, способное помочь привлечению туристов, инвестиций. Это средство формирования положительного имиджа территории, ее привлекательной репутации. Бренд территории не сводится лишь к созданию логотипа и слогана. Это не значок, а прежде всего целостная база, основа позиционирования. Его идея и концепция – начало и смысл продвижения территории. Отличие, своеобразие региона является здесь важнейшей чертой. Бренд требует вложений в свое формирование и развитие, однако со временем он будет давать прибыль, происходит взаимонаполняемость бренда и бюджета. Этот момент тесно связан с вопросами участия жителей района в формировании, поддержании и развитии бренда.

Сила брендинга хорошо видна в событиях, происходящих ныне на киевском майдане. Люди, собравшиеся там, поверили бренду Европы и убеждены, что акт вступления в Евросоюз означает и обретение всех благ европейской цивилизации. И вот уже из этого бренда вырастает лозунг: «Украина – це Европа!», оживляющий и одухотворяющий обещание интересной и безбедной жизни в составе Европы. Правда, болгары и румыны, вступив в Евросоюз, поняли, что в Европу им попасть не удалось, и с ностальгией вспоминают минувшие времена. Но бренду Европы, как средоточию достоинств цивилиза-

ции, это не вредит, просто появляется понимание того, что в Европу берут не всех подряд.

Нередко отмечается, что бренд – это обещание, но это обещание обязательно должно быть реализуемым. Обман в брендинге недопустим, это антиреклама. Бренд формируется последовательно, от одной рекламной кампании к другой. Основная задача брендинга – создание того самого ключевого обещания, которому хочется верить и которое отложится в сознании потребителя и будет связано именно с этим объектом, этой территорией.

Не очень компетентные люди считают, что бренд разрабатывается в первую очередь для инвесторов и туристов. Но актуальные жители постоянно живут в пространстве существующего бренда. Поэтому бренд следует позиционировать прежде всего в направлении актуальных жителей. Это необходимо делать уже потому, что они являются самыми активными агентами по его продвижению. Среди актуальных жителей присутствуют и потенциальные. Прежде всего это молодежь, которая живет в городе, но она еще не решила, где она будет жить в будущем. Проблема малых городов России сегодня – в интенсивном оттоке молодежи. Им не нравится свой город. Почему? Обычно называют две причины: здесь негде работать и здесь скучно, неинтересно жить. Вторая причина не просто связана с брендом, это собственно и есть реальный бренд: «Скучный город». В таком городе не захотят жить и те потенциальные жители, кто подыскивает себе новое место для жительства.

§ 4.1. Хохлома и прикладное искусство

Работа по наполнению бренда Ковернинского района так или иначе пересекается с наличием феномена хохломы. Давно известно, что в районе есть что показать: например, он является родиной хохломы. Но хохлома как туристический ресурс нуждается в основательном переосмыслении.

Первоначально хохлома имела однозначно утилитарную функцию: это была простонародная посуда. Высшие классы России уже в XVII–XVIII веке освоили металлическую (в т.ч. серебряную) и фарфоровую европейскую посуду. Простой российский народ ел деревянными ложками из деревянных или из глиняных плошек и металлических чугунов – если это была горячая пища. В повседневности российских деревень традиционная деревянная посуда сохранялась до середины XX века. Эстетический запрос русского человека удовлетворялся тем, что посуду для красоты расписывали узором, приятным русскому глазу, привыкшему к русской культуре. В советский период прикладное искусство поддерживалось государством, к тому же высокий престиж России на международной арене формировал интерес за рубежом ко всему национально русскому, хохлома имела спрос и в нашей стране и за ее рубежами.

Ныне в народном искусстве потеряны ориентиры, у мастеров нет прежней искусствоведческой поддержки, весьма вероятной стала опасность скатывания русских промыслов в массовую культуру, а это, по мнению экспертов, одна из причин, приводящая предприятия народных промыслов к банкротству. Но главная причина в том, что с развалом Советского Союза одночасье рухнули налаженные торговые связи, а новых создать не успели, да и просто не смогли, – не было ни опыта, ни знаний.

Возрождение массового производства хохломских изделий в том формате, в котором они существовали к началу XX века невозможно в силу того, что деревянная посуда потеряла спрос: сегодня мы полностью перешли на европейскую посуду – металлическую, фарфоровую, пластмассовую и хохломская посуда окончательно потеряла свою утилитарную функцию, за ней сохраняются только эстетическая и историческая функции – функции украшения и памяти. В городах нередко на стены вешают панно и подносы, ставят расписные столики и стульчики, на полках раскладывают ложки, блюда, расписные бокалы. Вся эта посуда не изнашивается и потребность в хохломских изделиях невысока. К тому же национальные русские эстетические запросы постепенно утрачиваются, нивелируются, вы-

тесняются образцами массовой культуры – западной и восточной. Многие горожане, приобретя хохлому в советское времена, когда это было дефицитом, сейчас вывозят эту посуду на свои дачи, украшают этим уже не квартиры, а дачи. Поэтому, очевидно, хохлома как элемент культуры, должна обрести какое-то новое свойство. Хохлома сегодня может существовать как фантом, как некая идея, как некий элемент сохранения и развития русской культуры.

Следует вспомнить, что туризм – это, прежде всего, индустрия впечатлений. Люди приезжают куда-то за впечатлениями, за воспоминаниями, оставляют деньги и уезжают и в этом уникальность туристической отрасли, которая является экспортной, но экспортируются не вещи, а впечатления. В этой связи хохлома является как раз тем, что может создавать впечатления, формировать настроение, однако остается открытым вопрос о том, в каком направлении она может и должна сегодня развиваться.

1. *Хохлома сувенирная* – традиционная функция еще с советских времен. В основе этого направления – продажа авторских хохломских изделий, изделий дорогих. Очевидно, что это направление должно подкрепляться знанием – о мастерах, их творческих находках и приемах, о стилях, об элементах росписи. Это означает, что каждое изделие, продаваемое в Ковернино, должно быть хорошо упаковано и сопровождаться хотя бы небольшим текстом, лучше небольшой брошюрой или своего рода паспортом изделия, обязательно содержащем сведения об авторе.

2. *Хохлома концептуальная*. Литература о хохломской росписи – многообразие популярных и научных изданий. Здесь главным является ориентация на многообразие целевых групп. Это означает, что литература должна быть не только на разных языках, но и для людей разного интеллектуального уровня и с разными ценностными и эстетическими установками.

3. *Хохлома творческая* – школа хохломской росписи различного уровня. Это могут быть пробные курсы – один-два сеанса и продажа необходимых инструкций, пособий, заготовок и красок, а может быть и более продолжительные курсы – вплоть до размера учебных про-

грамм существующих ныне ссузов, в том числе выездных курсов и филиалов.

4. *Дом (храм) Хохломы.* Музей хохломы, построенный на принципиально новых, нетрадиционных для музея основаниях.

5. *Хохломские мотивы* – изготовление товаров широкой номенклатуры (одежда, бижутерия, предметы быта) с наличием ненавязчивых хохломских сюжетов. Для развертывания этого направления необходимо тщательный искусствоведческий и маркетинговый анализ. Здесь особенно важно сохранить высокие требования к искусству росписи, которая должна органично вписываться в каждое изделие.

Все эти направления могут плотно пересекаться, и каждый из них нуждается в тщательном концептуальном и маркетинговом анализе. Так, хохломские мотивы уже сегодня присутствуют не только в росписи настенных часов, самоваров и тарелок, но и, например, самолетов. В связи с этим возникает несколько вопросов. Во-первых, очевидно необходима сертификация товаров или стилей росписи. Во-вторых, некоторые полезные для хозяйства (и недорогие) товары могут широко выпускаться под эгидой ковернинских предприятий, причем роспись может наноситься промышленными способами.

Авторские хохломские изделия уже сегодня продаются, однако сами авторы малоизвестны публике. Очевидно, что для развития этого дела следует осуществлять популяризацию атрибутов хохломы – истории, авторов, стилей, подходов. Возможно следует начать разработку Хохломской энциклопедии (с копирайтом общества «Родина хохломы») и разместить ее в интернете.

Энциклопедия является уже элементом концептуальной хохломы, элементы которой уже заложены: есть по меньшей мере три издания, одно из которых может рассматриваться как начало работы над энциклопедией (см. приложение 1). Характерно, что два издания из трех написаны и составлены местными авторами. Это означает, что база для развертывания оснований хохломы концептуальной в районе уже есть. В книге В.Б. Аветисяна концепция хохломы развернута наиболее мощно. Здесь присутствуют несколько кругов – солнечный, родословный, церковный, калачный, пряничный, петушинный, трав-

ный, цветовой, торговый, плясовой, мастеровой, артельный. В этой книге подробно описывается смысл и история различных узоров и на этой основе уже можно писать соответствующие методички и брошюры.

Творческая хохлома может начать осуществляться в рамках развертывания человеческого потенциала и наполнения важнейшего атрибута местного бренда – хохломской росписи. Надо уже сейчас делать попытку прививать интерес к хохломе у местных детей. Бренд начинается с персонала фирмы или территории. Персоналом территории являются актуальные ее жители. Необходимо чтобы персонал верил в свой бренд, принимал его символику, знал бы его. Если актуальные жители принимают бренд, тогда появятся и потенциальные жители, которыми являются не только приезжие жители и туристы, но и молодежь – в той ее части, которая стремится уехать из родных мест в большие города. Если эта любовь к родным очагам и гордость за родной край будет выстраиваться на базе хохломы, то эта любовь и гордость может возникнуть только на основе знания смысла росписи и умения воспроизводить ее хотя бы в какой-то пусть небольшой части. Если человека научить неким законам, например, что должно быть пять лепестков и два завитка, он сможет всегда это воспроизвести. А если он сможет что-то воспроизвести, то он уже эту культуру будет тиражировать, размножать. Это один из путей сохранения культурного наследия предков и этому, очевидно, целесообразно начинать учить в школах.

Значит, сначала мы можем развивать такую культуру у себя в школах, потом в учебных заведениях более высокого уровня, а затем мастер-классы устраивать не только у себя, но и в Нижнем Новгороде. То есть мы приглашаем людей на два-три дня, научим их рисовать какие-то элементы, подарим книжку, набор красок, кисточек и т.д., и этот человек может уже рисовать какие-то элементы. Может быть, он захочет приехать еще, погулять, отдохнуть, посидеть в студии (или в музее нового типа). На каком-то этапе можно вручить человеку сертификат общества «Родина хохломы», удостоверяющий, что человек имеет такой-то уровень хохломского умения, а потом и

некоторый уровень мастерства. Красивый сертификат в рамочке, который и на стенку будет приятно повесить. Итак, речь идет о новом продукте – не просто о традиционном хохломском изделии, а некоторых навыках хохломы.

Такой опыт уже имеется в соседнем районе – в Сокольском, где Дмитрий Зотиков, большой энтузиаст своего дела, устроил школу плотницкого мастерства и к нему едут со всего мира учиться плотницкому искусству, причем не только наши, русские мастера, но приезжают и норвежцы, и финны. Интересно, что раньше он имел бизнес по изготовлению деревянных домов, но продал его и оставил себе только эту школу. Возможно эта школа не более выгодный бизнес, но очевидно более продвинутый, более интересный. Школа плотников – это предмет образовательного туризма и этот туризм живет и растет в Сокольском. Следует отметить, что школы хохломы, в которую бы приезжали посетители, а может быть художники и мастера со всего мира посмотреть и научиться русской росписи нигде нет вообще. Это очень интересная идея и тоже является предметом образовательного туризма. Кроме того это может стать элементом развития человеческого капитала через культуру хохломы, через местный патриотизм, через патриотизм русский. (Центры компетенции).

Хохлома – не единственный промысел существовавший в Ковернинском районе: здесь делалась валяная обувь, изготовлялась деревянная ермиловская игрушка. Все это в прошлом. Деревянные игрушки из прессованных в форме опилок, как и ложки мало кому нужны сегодня, хотя это были довольно милые игрушки. Фабрика валяной обуви прекратила свое существование еще и потому, что в Ковернинском районе поголовье овец, раньше очень большое, в последние годы сильно сокращено. Все это ушло, ничего сейчас уже нет, даже мастеров не осталось. Остается только хохлома, но реализация у этих производств падает как в Ковернино, так и в Семенове – соответственно общей тенденции.

Стабильные заказы сохраняются только у предпринимателя Сошникова, который развивает предприятие за счет того, что у него широ-

кий ассортимент. Он производит сувенирную, подарочную, презентационную деревянную упаковку с фирменным логотипом – шкатулки для крупных производителей чая, для ресторанов, делает изящные деревянные коробки для дорогих конфет. Интересным направлением является производство уникальных деревянных футляров для дорогих подарков. Устойчивым спросом пользуются шкатулки, расписанные хохломскими узорами. Постоянно растет спрос на шкатулки, оформленные в новом стиле «ЗИМНЯЯ ХОХЛОМА», созданном коверницами, работниками компании «Промысел». Этот предприниматель распознал одну из рыночных ниш и успешно движется в правильном направлении.

§ 4.2. Бренд района: целевые группы и направления поиска

Бренд и Хохлома. Работа над брендом района подразумевает разработку концепции бренда на основе архетипов. Когда речь заходит об атрибутах бренда – здесь возникает необходимость концептуального осмысления концепции хохломы. Эта концепция атрибута бренда наиболее мощно развернута в монографии Аветисяна.¹ Осмысление ресурсов хохломы в рамках бренда, а также хохломы как туристического ресурса, его необходимо будет переосмысливать и переосмысливать именно в направлении этой концепции.

Хохлома – это один из элементов бренда – возможно, его атрибут. Всякий бренд начинается с персонала и пока персонал не поверит в свой бренд, не полюбит его, не захочет функционировать в его пространстве, бренд будет мертв. Это относится не только к бренду фирмы, но и в еще большей мере к бренду территории. В этом случае персоналом являются актуальные жители, люди, живущие здесь и сейчас. После того как актуальные жители поверят в свой бренд, примут его и начнут его пропагандировать, появятся и потенциаль-

¹ Аветисян В.Б. Славянский круг. – Н. Новгород: РИ «Бегемот», 2003. 408 с. с ил.

ные жители, если есть любовь к бренду есть у актуальных. Значит одной из задач развития бренда является распространение понимания сути этого явления прикладного искусства. Возможно, начинать следует с ремесла и возможно надо уже делать попытку прививать интерес к хохломе у детей. Если мы эту любовь на базе хохломы будем культивировать, то, скажем, будем учить детей рисовать травку с кудринкой – с одной, с двумя кустиками. Если мы можем этому детей научить, то сможем подходить к проекту в основе которого – мастер-классы для детей и взрослых. А если кто-то сможет воспроизвести элементы хохломской культуры, значит эта культура находит новые каналы своего распространения.

Развитие бренда. Единый районный бренд может помочь местному бизнесу, может стать для всего местного бизнеса зонтиком. Для районного бренда может подойти и имя района – Ковернино, ковернинский, ковернинское. Бренд может учитывать и продуктовую составляющую, и возможность производства на территории. Продукция сельского хозяйства у нас не символизируется происхождением. А это большой символический резерв и если продукт позиционировать как деревенский, простой, качественный, национальный, исконный – он имеет большие перспективы.

Большие возможности появляются при использовании места происхождения товара, его бренда. Регистрация товарного знака по месту имеет некоторые сложности, но они просто нуждаются в прояснении и в этом ничего невозможного нет. Защитить марку происхождения можно. То есть защитить марку можно и можно извлечь из нее выгоду – это надо думать как. Если мы назовем предприятие, марку, под которой мы будем производить даже сельхозпродукцию, как «Хохлома», то ее уже никто не будет иметь право использовать, потому что наше все производство сосредоточено на этой территории, мы тут можем защититься.

Возможности такого расширения могут быть и в ресторанном бизнесе, причем этот бренд может иметь статус федерального. У нас существуют сегодня голод на национальный бренд. Представители

власти, занимающиеся олимпийской тематикой, отмечают явный дефицит национального бренда.

Надо готовить проект, заниматься поиском стратегического инвестора либо обращаться в какие-то федеральные агентства, которые этим занимаются. Крупный национальный бренд – Калашников. Но очевидно бренд на продукт не убивающий, а, наоборот, творящий, продукт, который каждодневно присутствует на столе. Есть надо три раза в день и это может стать ключевой фразой. «Три раза поесть – конечно же, в нашем ресторане». «Где поесть? Конечно же, в нашем ресторане!»

Бренд под новый бизнес. Бренд важен и при создании нового бизнеса. Так, в районе следует создавать свой собственный молокозавод и очевидно это дело следует начинать с бренда, причем не только и не столько молокозавода, сколько торговой сбытовой фирмы, компании розничной торговли, торгового дома. Возможно, такую компанию следует создавать уже сейчас, немедленно и начинать торговлю в областном центре ковернинскими товарами. И в данном у случае бренд района (это может быть родина Хохломы или какой-то другой бренд) как зонтиком, будет накрывать всю ковернинскую продукцию. В районе уже сейчас есть разнообразная продукция, например, мясная, молочная, овощи, лесные продукты, изделия НХП и уже сейчас можно начать работу по концепции и продвижению такого магазина.

На первых порах в процессе создания такого магазина неизбежны убытки, но со временем это дело перспективное. В сети со своими товарами внедряться поздно и они сильно прогибают производителей по цене. Кстати, у нас в Нижнем нет магазина с местной продукцией. Ни одного гипермаркета, где продавалась бы местная продукция. Ни рынка нет с местной продукцией, ни магазина с местной продукцией. Есть слоган «Покупай нижегородское», но программа кроме этого слогана ничем больше не показана. Вот под эгидой «Покупай нижегородское» первый магазин под названием «Ковернино» в таком месте, где есть стоянка. Магазин с дорогими товарами – это деревенские

товары, хорошие, добротные. Качественные, экологически чистые деревенские товары.

Продвижение бренда и его перспективы. Продвижение бренда осуществляется постоянно и частью такого продвижения за пределами района может стать районный магазин сначала в областном центре, а потом и в других городах, в том числе и в столичных. И там же может лежать книжка «Перспективы развития Ковернино», журналы со статьями о районе, разнообразные проспекты, которые люди могут брать с собой, чтобы знакомиться с Ковернинским районом. Сейчас Ковернинский район даже в областном центре не очень-то известен.

Несколько лет назад было проведено исследование, показавшее, что в области есть три областных туристических центра – Большое Болдино, Дивеево и Городец. Большое Болдино – федеральный проект, там не только музейный комплекс, но вся инфраструктура – и аэродром, и гостиница, все было построено. И этот весьма перспективный туристический центр сейчас уже гибнет. Дивеево – федеральный православный проект – большой и старый монастырь, со своей историей, мощи Серафима Саровского. А Городец – это местный проект, но количество людей, приезжающих туда из областного центра на экскурсии, соразмерно с этими двумя федеральными центрами. То есть Городец удалось раскрутить, он интересен нижегородцам. Таким должен стать и Ковернинский район.

Развитие бренда следует выстраивать сейчас и начинать со школы. Могут быть разные проекты – «Свой род», «Брендомания», «Нескучный патриотизм». Для этого нужно с музеем, с Ковернинским РОНО решить вопрос о проведении таких работ силами школы. Проект «Свой род» был осуществлен в одном районе Нижнего Новгорода и назывался «Поклонись до земли своей матери» – словами песни. Но по мере его реализации стал нарастать интерес школьников к своим предкам, к своей родне. Это оказалось очень увлекательным для них занятием. В заключение был издан сборник работ школьников, в которых они рассказывали о своей семье до третьего-четвертого колена. Проект «Нескучный патриотизм» разрабатывался

в Доме детского творчества им. Чкалова. Дети с интересом описывали истории интересных людей нашего города, их открытия, разработки, писали об их творчестве.

Сейчас иницируется проект под названием «Брендомания» по поводу любви к родному городу, к родному краю. Тема приложения усилий – это бренд города, что мы знаем о городе, как мы его любим, как мы его рекламируем. Это может быть туристический маршрут. На выходе должны быть песни, театральные постановки, литературное творчество, может быть, рэп, может быть ролик.

Развитие бренда безусловно следует осуществлять и с помощью создания школьных структур Интернет. Сегодня Ковернинский район очень слабо представлен в Интернет, гораздо слабее, чем, например, Семеновский район. Дети могут создавать сайты – района, поселка, деревни, своей школы, писать статьи в Википедию, создавать виртуальные журналы, газеты. Это принесет пользу не только продвижению района, но и самим детям: они получают известность как авторы Интернет-публикаций, получают навыки в очень важной сфере компетенции.

Бренд ориентируется на целевые группы, которых у района несколько: во-первых, это актуальные и потенциальные жители, во-вторых, туристы, в-третьих, потребители ковернинских товаров. Одной из важнейших целевых групп является администрация области. Если представители правительства поверят в район, заинтересуются им, увидят перспективы, то будет у района поддержка и моральная, и финансовая.

В фокусе целевых групп находятся референтные группы. В рамках местного населения – это общественность, равнодушная к делам района, это интеллигенция, бизнесмены, представители. Для понимания целей и задач нашей работы представителями референтных групп района следует систематически проводить конференции, осуществлять издания, поясняющие суть концепции наших преобразований. На такие конференции необходимо приглашать с докладами и презентациями ученых, прежде всего тех, с кем у нас налажен контакт – сотрудников классического и строительного университетов.

§ 4.3. наброски по формированию бренда Ковернинского района

Каждый известный бренд связан с набором ассоциаций. Эти ассоциации могут быть у каждого свои. Каждый потребитель запоминает ту информацию относительно бренда, которая по причинам, только ему понятным оказалась для него важной. Однако феномен социальных ассоциаций связан с наличием у человека свойства, определенного философом и психологом Карлом Юнгом как коллективное бессознательное. Смысл этого феномена в том, что человек в процессе своей социальной деятельности обретает некие социально-психологические метки, позволяющие ему быстро ориентироваться в сложном социальном мире. Совокупность таким меток составляет собою миф – такое системное описание и объяснение окружающего мира, которое позволяет легко ориентироваться в социальном пространстве и по этим меткам распознавать важные элементы социума.

Ассоциации формируются в том числе и через рекламу, и не обязательно могут быть увязаны с конкретными характеристиками товара, компании или территории. Пример – сигареты «Marlboro», в рекламе которых активно эксплуатируется тема ковбоев, лошадей, свободы, простора и мужественности. Или рестораны «McDonalds», с которыми ассоциируются семья, дети, клоун, веселье. Современная трактовка понятия бренда нередко сводится к простой фразе «бренд – это обещание». Причем, бренд формируется последовательно, от одной рекламной кампании к другой, причем потребитель часто даже не помнит суть рекламных акций, у него просто формируется отношение к бренду, тот самый набор ассоциаций. И основная задача брендинга – создание того самого ключевого обещания, которое отложится в сознании потребителя и будет связано с этим брендом.

Бренд «Родина Хохломы» способен вдохнуть уверенность и новое содержание в деятельность на территории, создать иррациональные мотивы для более пассионарного поведения экономических и художественных субъектов, объединить участников процесса улучшений и воздействовать на организационное развитие, на качество муници-

пального управления. Предварительный анализ позволил определить некоторые черты бренда для Ковернинского района. Разработка бренда предполагает несколько этапов.

1. Определение архетипа бренда (основные черты содержания мифа, лежащего в основе бренда)
2. Выявление атрибутов (физических характеристик) бренда
3. Поиск преимуществ или выгоды бренда (физические результаты использования бренда)
4. Формирование ценностей бренда (какие эмоция потребитель получает)
5. Формулировка концепции бренда

Архетип бренда Ковернинского района пока еще не определен. Бренд должен быть легко узнаваемым, вложенным в определенный ассоциативный ряд, поэтому в его основу обычно закладывают распространенные жизненные образы. Можно предположить, что ковернинский архетип – это прежде всего творчество. Гостеприимство, хлебосольство – это архетип заботы. С помощью уточняющих тестов будет адекватно определен архетип Ковернино, архетип всей приуольской местности. Собственно архетип и определяет собой общее сюжетное описание содержательной истории объекта, его миф.

Атрибуты бренда Ковернинского района. Этот этап включает поиск физических, реально существующих характеристик бренда.

1. «*Ковернино – родина хохломы*». Тема, заявленная на гербе района, является ключевым, но не единственным атрибутом бренда. Эта ассоциация важна для района и Нижегородской области в целом. Село Хохлома, предприятия по производству хохломских изделий — мощный пласт, который может стать основой для строительства бренда.

К сожалению, первенство по данной ассоциации пока у Семеновского района. У большинства нижегородцев выстроена связь: хохлома – это Семенов. За пределами Нижегородской области, тем более за рубежом образ Хохломы ассоциируется со всей Россией. Поэтому прикладывать усилия и развивать исключительно

это направление в плане продвижения бренда – слишком затратная и не очень эффективная задача.

2. *«Ковернино – центр экотуризма»*. Крайне важный аспект в программе построения бренда. Богатый заповедными лесами район может предоставить туристу возможность охоты, рыбалки. Четких ассоциаций у потребителя с этой темой пока не выстроено не в одном из районов Нижегородской области. Поэтому разработка этого атрибута может быть перспективной
3. *«Ковернино — центр сельскохозяйственного туризма»*. Еще один атрибут, пока не использованный ни одним из центров туризма Нижегородской области. Нетронутая природа в сочетании с русским гостеприимством — отличный акцент в выстраивании бренда.
4. *«Ковернино – район с богатым религиозным наследием (старообрядческие скиты и православные монастыри)»*. Обращаясь к духовному наследию можно найти отклик в отдельной категории туристов. Это могут быть и как паломники, так и люди интересующиеся истории одной из самых загадочных ветвей христианства — старообрядчество. Православный аспект туризма активно используется в настоящее время в Дивееве. Ковернино может предложить иной аспект развития этого атрибута с акцентом на старообрядческие скиты и православные монастыри.
5. *«Ковернино – район с развитыми сельскохозяйственными и лесозаготовительными предприятиями»*.

Качественная (и на первых порах недорогая) продукция из Ковернинского района должна продвигать во вне бренд своего региона. Единый районный бренд, в свою очередь, может помочь местному бизнесу, может стать для всего местного бизнеса зонтиком. Продукция сельского хозяйства у нас не символизируется происхождением. А это большой символический резерв и если продукт позиционировать как деревенский, простой, качественный, национальный, исконный – он имеет большие перспективы.

Кстати, у нас в Нижнем нет магазина с местной продукцией. Ни одного гипермаркета, где продавалась бы местная продукция. Ни

рынка нет с местной продукцией, ни магазина с местной продукцией. Есть слоган «Покупай нижегородское», но программа кроме этого слогана ничем больше не показана.

Ценности и выгоды бренда. Каждый атрибут несет свою ценность. Ценности определяют выгоды и затем суть бренда. Отметим, что будет получать потребитель от использования атрибутов бренда:

1. *Родина хохломы.* Только здесь я увижу настоящую хохлому, такую, которая была 400 лет назад. Здесь я познакомлюсь с людьми, которые придумали и сохраняют этот промысел, который стал лицом России.

2. *Заповедные леса.* В Ковернино есть заповедник, поэтому здесь можно и поохотиться и порыбачить (есть речка). Это выгодно для большой компании, среди которой есть и охотники и рыболовы.

3. *Гостеприимные жители.* Здесь есть где остановится и пожить в атмосфере русской семьи.

4. *Храмы, монастыри.* Восстановленные центры духовной жизни привлекательно расположены в одном месте. Интересная и забытая тема старообрядчества. Хотелось бы больше узнать на эту тему, может быть посетить музей или скит.

5. *Экологически чистые продукты.* Можно на месте отведать и купить с собой эти продукты. Они вкуснее и дешевле именно здесь. Но приобрести их можно и в других местах – вопрос о создании собственной торговой сети под единым брендом.

Последний этап в построении бренда на основе «колеса бренда» – выявление сути бренда. Для формирования ключевого обращения к потребителю (сути бренда) определяют целевую аудиторию и анализируют конкурентов.

Целевая аудитория. Бренд ориентируется на целевые группы, которых у района несколько: во-первых, это актуальные и потенциальные жители, во-вторых, туристы, в-третьих, инвесторы, способные проявить интерес к достоинствам нашей территории, в-четвертых, потребители ковернинских товаров. Особенности целевой аудитории не имеют выражения в социально-демографических характеристиках: это и молодые люди (школьники, туристы), и предприниматели,

и одинокие, и семейные люди. Особенностью потребителей нашего бренда являются социально-психологические установки и ценностные ориентации людей, ориентированных на наш бренд. Выявление этой специфики целевой аудитории нуждается в углубленном профессиональном социологическом анализе.

Анализ конкурентов.

1. Городец.

Преимущества: расположен ближе к городу-миллионику (Нижний Новгород). Есть целый музейный район и комплекс. Имеется уникальные предприятия с народными промыслами – городецкая роспись, городецкая золотошвейная фабрика. Популярен городецкий пряник. Организованы туристические потоки, активно поддерживаются на государственном уровне.

Недостатки: место, где все можно осмотреть за 1 день. Возвращаться можно только в рамках фестивальных дней, которые тоже организованы достаточно однообразно.

2. Семенов.

Преимущества: Известен как центр хохломской росписи. Организованы туристические потоки. Яркий пример мононаправления.

Недостатки: Те же проблемы, что и в Городце.

Предложения по сути бренда Ковернинского района или формулировка ключевого обещания.

Проанализировав приведенные выше элементы колеса бренда, конкурентов и целевую аудиторию предлагается следующая формулировка, отражающая суть бренда места — Ковернино.

КОВЕРНИНО – ЗАПОВЕДНИК РУССКОЙ ДУШИ

Описание смысловых значений:

1. *Русская душа. Загадочная, таинственная.* Один из самых известных за рубежом стереотипов о русских. Русскую душу не понять, но ее можно изучать, любоваться. Только любознательным могут открыться некоторые загадки русской души.

Русская душа может широко распахнуться и принять в свои объятия.

2. *Заповедник – место охраняемое.* В нем сохраняется в первозданном виде истина.

3. *Духовность и душевность все это свойственно русским.* Русская духовность находит свое отражение в вере. Монастырь и храм – символ русской души.

Ковернино – место, где сохраняется все, что есть ценного в русской душе.



В ковернинском районе восстанавливаются старые храмы, строятся новые. Церковь Казанской Божьей Матери в селе Гореве

Уточнение сути бренда по основным атрибутам.

1. Хохлома – воплощение русского за рубежом. Ковернинская хохлома – это народная роспись, пронизанная фольклорным русским символизмом. Ковернинская хохлома – живописное воплощение русской души.

2. Заповедник (экотуризм). В Ковернино сохраняется и охраняется русская природа в первозданном виде. Заповедник русской природы. Темные заповедные леса как таинственная русская душа открывают свои богатства только терпеливым и доброжелательным гостям.

3. Гостеприимство (сельскохозяйственный туризм). Всемирно известно русское гостеприимство. Русские умеют и любят приглашать к себе гостей. Странник всегда будет накормлен, согрет теплом очага и русской души. Русская душа любит праздник. Только русские умеют так веселиться. Гостям Ковернино будет где отдохнуть, насладится тишиной, но будет где и с кем повеселиться.

4. Храмы и монастыри. Русская душа всегда найдет успокоение в стенах храма. Ковернинские монастыри наполнены русской духовностью. Они возрождаются и приглашают посетить поклонников русской веры. Ковернинские храмы лишены помпезности, они душевные, одухотворенные. Это не Дивеево, это воплощение возрождающейся русской духовности.

5. Ковернинская продукция.

Русская душа щедра и честна. Ковернинские продукты от чистого сердца и щедрой русской души качественны и доступны.

Варианты визуальной интерпретации концепции бренда «КОВЕРНИНО — ЗАПОВЕДНИК РУССКОЙ ДУШИ»

Самый яркий визуальный символ души — это образ птицы.

Но почему именно птицы? Петушок это древний славянский символ Солнца, а Голубь (особенно в христианской традиции) это всегда Дух (Святой Дух), Душа. В деревнях русского Севера подвешивали перед иконами щепную птицу с тем же значением.

Райские птицы украсили алтарь и стены Киевской Софии. Крылья – символ духовного, божественного. Из поколения в поколение передается легенда о мастере, который превратился в большую красивую птицу, но не отдал секрет хохломской росписи царю и целый день перед этим учил мастерству простых мужиков. И сейчас к талантливым мастерам, художникам является эта красивая птица и не теряется связь времен.

Есть и такая легенда (см. книгу В. Аветисяна «Славянский круг»). Однажды Жар-птице удалось вырваться из золотой клетки и облететь мир... Пролетая над лесной рекой Узолой, она обронила в воду перо! И этот случай вдохновил здешних мастеров на создание золотой хохломской росписи.

В хохломской росписи птицы — особая лирическая и философская тема. Часто встречается на хохломской чашке скворец, лесная сойка, кукушка. Кукушка — тоже образ души. В Ковернинском районе даже есть обряд крещения кукушек.

В гербе Ковернинского района присутствует ковш-утица, логотипе ОАО «Хохломский художник» – птица с кисточкой рябины.

В формах хохломской посуды много лебедей, петухов, глухарей. Много дичи и в заповедных ковернинских лесах.

Но птица и символ сохранности домашнего очага, уютного гнездышка, семьи. Птица идеальный образ гостеприимства.

Развитие бренда.

В краеведческой литературе часто пишется о гостеприимстве ковернинцев. Описаны специфические блюда. Можно восстановить старинные рецепты: белых пирогов с мазанным луком, зеленых щей, кокурок, блюда из дичи.

Очень много писалось о ковернинских трактирах. Имеет смысл что-то восстановить в этом стиле. Например, зеленый трактир Бодуна. Данный подход будет интересен, прежде всего, местным жителям. Они могут принимать участие в сборе рецептов и поставке продуктов. Они же могут первыми дегустировать и потреблять эти тур. продукты. В дальнейшем можно устраивать праздники по соответствующим кулинарным направлениям: от меда до праздника пирогов. **Ковернино должно развивать свои гостеприимные традиции и продвигать свои праздники.**

Возможности расширения бренда могут быть и в ресторанном бизнесе, причем этот бренд может иметь статус федерального. Крайне привлекателен гастрономический туризм. Гастрономические предложения, в сочетании с праздниками – это лучший акцент, для развития бренда района.

Нужно четко сформулировать предложение по каждому атрибуту бренда. Каждый атрибут может быть отдельным направлением для туризма, а праздник – объединяющим.

Способы развития бренда

1. Всякий бренд начинается с персонала и пока персонал не поверит в свой бренд, не полюбит его, не захочет функционировать в его пространстве, бренд будет мертв. Это относится не только к бренду фирмы, но и в еще большей мере к бренду территории. В этом случае персоналом являются актуальные жители, люди, живущие здесь и сейчас. После того как актуальные жители поверят в свой бренд, примут его и начнут его пропагандировать, появятся и потенциальные жители, если любовь к бренду есть у актуальных. Кулинарный праздник может стать объединяющим для местных жителей. Выявление кулинарных талантов, поиск старинных рецептов – важное и интересное для всех занятие. Праздник объединит местных жителей и гостей, он может объединить или сделать привлекательными все атрибуты бренда.
2. Сегодня Ковернинский район очень слабо представлен в Интернет, гораздо слабее, чем, например, Семеновский район. Нужно создавать разные сайты и не только официальные.
3. Самый простой и не затратный способ выстраивания бренда – это сотрудничество со школой. Нужно привлекать детей для участия в различных проектах. Развитие бренда безусловно следует осуществлять и с помощью создания школьных структур Интернет.
4. Не боги горшки обжигают. Нужно готовить себя к разработке туров и на их основе создать ряд четко сформулированных предложений для турфирм Нижнего Новгорода (в виде проспекта и интернет-ресурса). Каждый туристический продукт должен иметь четко прописанные условия и предложения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Родина Хохломы: социальный ландшафт территории и ориентиры культурного возрождения

Еще раз о культурной политике... Анализ сложившейся ситуации на территории района и ряд всем известных фактов, приведенных, в том числе, в данном исследовании, позволяет утверждать: район добьется богатства и процветания лишь при условии, что параллельно с другими важнейшими делами мы безотлагательно займемся культурной проблематикой, а точнее культурным возрождением данного региона.

Почему мы отводим одно из первостепенных мест именно культуре и проблеме ее возрождения?

Выдающийся российский культуролог Л.Б. Переверзев (1930-2006), теоретик дизайна и образования XX века писал: «Культура это не “надстройка”, не украшение и не роскошь. Для полнокровной экономической жизни культура столь же важна, как воздух для жизни биологической. Культура это совокупность идеалов, конечных целей и основных ценностей человеческого существования. Иными словами она составляет тот инструментарий личности, то духовное оснащение человека, без которого нам не построить ни передовой промышленности, ни уважаемой народом торговли, ни устойчивой финансовой системы. Культура есть исходная предпосылка и залог успеха любой здоровой предпринимательской деятельности, рассчитанной на длительную перспективу».¹

Культурной политике на территории стоит уделить первостепенное значение по целому ряду причин, связанных с необходимостью принципиально нового подхода к организации деловой жизни в районе. Эти причины связаны с появлением новых экономических вызовов, новых форм управления, с необходимостью освоения новых видов деятельности, новых форм функционирования социальной сфе-

¹ Переверзев Л.Б. Ориентиры культурного возрождения (Свободная экономическая зона в Калининграде. Дизайн-концепция). Рукопись. 1996, с. 5.

ры. Новые экономические вызовы носят глобальный характер, но проецируются на локальном уровне, в том числе на уровне жизни района:

- ✓ Резкие сдвиги в характере современной экономики;
- ✓ Экспортная ориентация экономики территории (на вывоз продуктов и услуг), в том числе туризма;
- ✓ Появление новых видов активов капитала территории – бренда места, способного повлиять на известность района и его продуктов, и как следствие на рост экономического богатства и культурного многообразия, включенности в контекст глобального мира.

Эти вызовы требуют новых форм управления, в частности, формируется потребность в новом качестве муниципального управления в условиях движения к бережливости. Необходимость освоения новых видов деятельности проявляется прежде всего в следующих обстоятельствах:

- ✓ Необходимость освоения новых, нетрадиционных для района видов деятельности, например, туризма;
- ✓ Усиление роли знаний и творческой активности населения в конкурентной гонке территорий;
- ✓ Возросшая цифровая экспансия и усиление роли информационных технологий в экономической и культурной конкуренции;
- ✓ Влияние ландшафта территории и благоустройства населенных пунктов на привлекательность туристских услуг, и образ гостеприимства.

Новые формы жизнедеятельности социальной сферы проявляются прежде всего в росте общественной активности через создание гражданских союзов, а также в негативных глобальных изменениях – демографическом кризисе и кризисе нравственности, которые активизируют меры по укреплению института семьи.

Сложность новой политики заключается в том, что в связи с упущенным временем и возможностями, обусловленными политической неопределенностью в районе в течение последних пяти лет, отсутст-

вием необходимой воли и знаний, способных привести к изменениям и улучшениям, нам нужно все проблемы решать параллельно и одновременно. Но, тем не менее, среди всех аспектов культурной политики стоит выделить сегодня приоритетную и междисциплинарную проблему, т.е. проблему, решение которой пронизывает, увязывает, оптимизирует решения по всем вышеперечисленным причинам. Это проблема, так называемого цифрового разрыва, которую еще год назад квалифицировали как техническую, связанную с физической доступностью интернета и всей широкополосной связи.

Операторы, использующие стандарт третьего поколения мобильной связи (3G – от англ. third generation – третье поколение) предоставляют услуги быстрого Интернет-доступа, видеозвонки, мобильное телевидение. Операторы 3G видимо скоро появятся и в Ковернино. Но в связи с этим возникает не менее сложная задача, связанная с отсутствием пользовательских навыков и умений, которые нужны как для целей экономики района, так и для решения задач в области доступного образования и творческого развития населения. В связи с этим возникает необходимость формировать эти навыки, прежде всего, у подрастающего поколения, которому необходимы современные знания и специалистов, от работы которых зависит экспорт продукта за территорию района. Недостаток таких знаний присущ не только Ковернинскому району. Проблема повсеместная, но пилотный проект для сельского района целесообразно начать здесь. Это можно реализовать отчасти силами специалистов ННГУ (ИНИГО, Лаборатория ИНФОКОМ ННГУ).

Особый характер исторического формирования территории дает основания предположить, что выдающиеся проявления творческого духа ковернинцев, всемирно известные промыслы и бренд хохломы появились благодаря мобильному населению, высоко ценившему свою духовную независимость и культурную самобытность. Поэтому художественные традиции народных промыслов должны поддерживаться, развиваться и умножаться. Особенно в молодежной среде. Это дает уникальную почву для создания ценностно-ориентированной платформы для туризма и обеспечивает ему уни-

кальную привлекательность. Но, для этого необходимо решить задачу взаимопроникновения, конвергенции туристских маршрутов и посещений самих промыслов. Все это требует понимания, выделения времени и места, некоторых организационных решений, например создания мастер-классов, учебных комплектов и пособий, которые посетители смогут увезти с собой.

Однако основная трудность реализации такого проекта не в отсутствии желания собственников и менеджеров отрасли НХП, а скорее в недостатке необходимых компетенций, специалистов, способных актуализировать реалистичные сценарии (например, музейно-исторические) посещения. Проблема в отсутствии арт-менеджеров, аниматоров, умеющих вовлечь посетителей в действие, в народное шоу. Индустрия восторга, как часть экономики, построенной на впечатлениях, требует и таланта, и инноваций.

Последние четыре года на территории обнаруживаются ростки гражданского самосознания, что проявилось в создании гражданских союзов: сначала Нижегородской региональной общественной организации «Родина Хохломы», а затем и начала формирования Ковернинского Землячества, призванных стать хорошей социальной базой наметившимся преобразованиям. Такой опыт гражданской активности и обретения самостоятельности в решениях собственных проблем появился не случайно, он вызван движением граждан района и бывших его жителей, земляков к осознанию собственной, территориальной идентичности, гордости за землю своих предков, всемирную известность Родины Хохломы. Такие организации некоммерческого (третьего) сектора призваны сыграть немалую роль в движении граждан к улучшениям, поиску ресурсов для необходимых позитивных изменений, расширению влияния бренда территории и росту лояльности потребителей к бренду Родины Хохломы. **Землячество же способно, при достаточной активности его членов, являющихся агентами влияния, формировать благоприятный климат отношения к бренду и территории Ковернинского района.** Гражданские традиции родились не на пустом месте, и связаны они с особым, свобододолюбивым характером местного населения, состав которого

формировался в течение продолжительного периода из людей, способных совершать поступки и принимать непростые решения под действием обстоятельств. Недаром жители района говорят о нем, как о **Ковернинской народной республике**.

Потребности развития, дефицит бюджета, дефицит рабочих мест подталкивают предпринимательское сообщество и власти района к поиску новых деловых активностей. Туризм может стать таким бизнесом, который создаст новые рабочие места и пополнит бюджет района. Однако для этого предстоит решить немало проблем, среди которых главная – это подготовка необходимого персонала, способного создать и реализовать качественную программу гостеприимства. От создания информационной системы для туристов (туристского информационного центра, сайтов, карт, буклетов, указателей) до гостиниц и хостелов, транспортной логистики и мер обеспечения безопасности туристов, центров экипировки пеших туристов. Пока район не готов качественно обслуживать гостей, значит, средний чек посещения туристом территории будет минимален, а основную прибыль получают турагенты из других мест, способные организовать и доставить сюда гостей. Но основная масса может приехать без посредников, и к этому надо быть готовым. В этом случае мы сможем рассчитывать на более серьезный доход.

Известность бренда хохломы подталкивает нас к поиску таких решений, которые бы существенно повлияли на увеличение капитализации территории, стоимости ее продуктов и услуг. Бренд территории, как актив, способный влиять на брендовую наценку к основным продуктам должен быть не только защищен, но и широко известен. Для этого мы должны обратить особое внимание на разработку фольклорных праздников, связанных с обычаями и обрядами, бытующими на нашей территории. Таким, например, как фестиваль «Камешки», который должен вырасти из местного события, в федеральный народный праздник. Такой праздник станет реализацией программы событийного туризма, мероприятия, где мы можем серьезно поторговать нашими промыслами и другой продукцией. Нет нужды доказывать какое значение такой этнографический фестиваль

(ЭтноФест), подкрепленный этномузыкой, этнотеатрами, может иметь для улучшения известности бренда территории и местных продуктов.

Событийная ориентации в продвижении бренда места способна иметь значительные последствия не только для туризма, но и существенно обогатит инновациями местное сообщество, будет способствовать включенности территории в контекст глобального мира, как самобытной русской местности, несущей в своем ядре национальную идентичность, воплощенную в материальных объектах – произведениях русских народных художников, предметах НХП.

Реализация программы столь глобальных изменений на пространстве района потребует новой культуры муниципального управления, включенности местного самоуправления на всех уровнях в процесс качественных преобразований, в реализацию экономических и культурных задач. Это небыстрый путь, **сознание людей меняется медленно, сказывается всегдашняя инерция. Промышленные корпорации прошли такой путь в условиях жесточайшей конкуренции, и нам его тоже предстоит пройти в конкуренции уже не компаний и продуктов, но в конкуренции территорий и их брендов. Поэтому мы возьмем на вооружение у корпораций то лучшее, что создано в области менеджмента для улучшения нашего муниципального управления чтобы улучшать обслуживание населения, поднять качество услуг для гостей и туристов, качество иной продукции, производимой на нашей территории.**

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Духовное развитие Ковернинского района: основные пункты программы о. Алексея

СЕМЬЯ

В христианской системе ценностей семья по праву считается одним из важнейших институтов. Семья является малой церковью, а значит таинством, и лишь по духовному микроклимату в ней можно судить насколько общество благополучно, здорово и в правильной ли парадигме развивается. Семья в своём социальном проявлении составляет самую значимую часть общества, и потому в первую очередь считаю необходимым задуматься о её духовном, нравственном состоянии.

На сегодняшний день мы с вами видим, что семьей, практически во всех её проявлениях, не занимается никто. С семьёй мы имеем дело лишь на стадии становления (регистрация брака, свадьба) и в момент когда семья не получилась – развод. Те небольшие пособия которые выделяет государство например на рождение ребёнка, совершенно недостаточны (и все это понимают), за исключением разве что материнского капитала, да и направлены они не на изменение скажем качества внутрисемейной жизни, а скорее попыткой показать видимость заботы!!! Здесь семья создаётся, здесь рушится, и что происходит внутри этого периода между двух определяющих событий в жизни семьи, никого не интересует. Если мы посмотрим статистику заключений и расторжений браков она ужасающая – больше 80 % трагедий.

Причина такого положения вещей совершенно очевидна – к семейной жизни сегодня молодых людей никто не готовит! Никто не объясняет молодому человеку какими качествами он должен обладать чтобы стать отцом семейства, зачем и почему он должен им стать, молодой девушке никто не объясняет её священного предназначения. На свадьбах мы слышим жизнеутверждающие пожелания счастья, любви, детей, здоровья и т.д., но никто не объясняет зачем всё это и где это искать, на каком дереве оно растёт и с чем его едят.

Вы скажете, семья это не ваше дело, и будете абсолютно правы, но попытаться повлиять на факторы предшествующие краху, поделиться богатейшим духовным опытом церкви, образом, укладом жизни наших благочестивых отцов, научить этим богатством пользоваться, – наша святая, священная обязанность!

Вот несколько опорных пунктов где, на мой взгляд: церковь, государство и семья могут попытаться изменить ситуацию в сторону улучшения:

1. Внутрисемейные отношения – здесь мы должны понять какими ценностями мы руководствуемся. Если христианскими, – то необходимо совершенно чётко и честно изложить отношение к браку как единичному случаю для обоих супругов, разъяснить понимание и отношение к фундаментальным понятиям – любви, жертвенности, верности, служению, терпению (без него никуда), забота друг о друге и многих другим. Важно отношение к рождению детей, их планированию, зачатию, – одним словом, изложить и сделать доступной некую концепцию семейной жизни православного христианина, и на её основании вести просветительскую деятельность с молодыми людьми. Возможен разговор по поводу тиражного издания скажем небольшой но практичной и полезной брошюрки, которая бы освещала наш подход к этому вопросу, на Ковернинской земле.
2. Попытаться создать условия при которых стало бы возможным на стадии подачи заявления молодых людей в ЗАГС, проведение беседы или ряда бесед со священником. Где бы затрагивались вопросы не только внешние касающиеся брака, но и внутренние духовные, сакральные. В ЗАГСе же можно было бы попытаться попробовать исправить ситуацию при подаче уже другого заявления – о разводе. Может причиной стала ситуация духовного характера, или может ещё не все усилия были приложены на алтарь спасения семьи. И здесь помощь церкви, священника могут помочь спасти брак.
3. Особое внимание уделять многодетным семьям, где детей трое и больше. Попытаться перестроиться, и научиться говорить о

- многодетности как о норме а не как о чём-то ужасном, опасном и граничащим с умопомешательством. Здесь можно опыт уже существующих многодетных семей, в разумных рамках, делать доступным для других, сомневающихся людей. Возможно устроение некоего опыта как „один день в многодетной семье”.
4. Попробовать наладить опыт работы с беременными девушками и женщинами. Сопровождение их на протяжении всего этапа беременности по таким направлениям как – духовная составляющая беременности, как церковь относится к внутриутробному периоду ребёнка, консультации специалистов по вопросам здорового вынашивания ребёнка, период кормления, опыт у же состоявшихся мам в том числе многодетных, научиться использовать опыт гимнастики для беременных и многие другие аспекты. Можно составить комплексную программу.
 5. Особое внимание уделять также малоимущим семьям, организовывать помощь как физическую так и финансовую, например найти благотворителя который возьмётся решить ту или иную их проблему. Помочь с досугом – паломнические поездки, участие в акциях. Может элементарно помочь продуктами. Составить список знать количество и действовать.

Начать можно с этого, если случится что число моментов соприкосновения в этом направлении, других идей, станет больше только в радость. Например, появится молодёжный семейный волонтерский центр или движение, скажем из числа участников молодёжной палаты.

ОБРАЗОВАНИЕ

В этом направлении деятельности человека главное понять сам смысл слова образование – воспитание в человеке (ребёнке, взрослом) какого-то образа. И здесь огромное значение какого именно человека, какую личность мы хотим воспитать. Если хорошего христианина, то надо опираться на опыт церкви. В этом направлении мы не первопроходцы, огромный опыт в данном направлении у Нижегородской Митрополии и они готовы им делиться, существует масса программ в том числе одобренных министерством образования, ка-

сающихся всех возрастов начиная от яслей заканчивая университетом, нам необходимо лишь набраться храбрости и принять этот опыт в работу. У нас на федеральном уровне одобрен в школьной программе курс основ православной культуры, но уже здесь на местах родители детей, или без их ведома, пытаются загубить это благое начинание, и выбирают для своих детей основы светской этики. **Конечно в какой руке держать вилку а в какой нож знать важнее чем основы культуuroобразующей религии нашей великой страны, наших великих предков! Стыдно до слёз.**

Не надо забывать и об уникальном опыте наших соседей на поприще построений учебных заведений чисто духовного ориентирования, но имеющих государственную аккредитацию – Семёновская православная гимназия. Если мы сравним результаты полученные ими и то что получаем сегодня в своих школах мы, мы будем просто поражены на сколько сильно чувствуется разница. И их опыт у нас во всех отношениях может быть прекрасно реализован.

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

С сожалением приходится констатировать, что на сегодняшний день здравоохранения в Ковернинском районе как такового не существует, вся медицина сводится к процессу лечения обратившихся. Человек обращается в больницу или к доктору лишь в случаях крайней нужды. Что ж, его лечат, причем не всегда качественными препаратами, да и профессиональность а порой и компетенция врачей вызывает мягко говоря сомнения, и он уходит. Мы напрочь забыли о системе реабилитации, о способах и видах предупреждения болезней, так называемая профилактика здоровья как таковых. Не ведётся абсолютно никакая пропаганда здорового образа жизни, мы не видим системы профилактического посещения больницы, нет и учёта того, как население следит за своим здоровьем, какая направленность его – на улучшение или ухудшение.

Если и начинать в этом направлении какие-то действия то опять нужен комплексный подход:

КУРЕНИЕ. Необходимо говорить и показывать наглядно какими могут быть последствия курения по отношению к здоровью, говорить

о распространенных заблуждениях как то – курение успокаивает нервы. Каков вред приносит курильщик окружающим, в том числе своей семье, близким, детям. О не качестве табака, о том, что это не более чем пагубная привычка, и бросить не может лишь не решительный слабый духом человек. О не маленькой статье расходов связанной с курением – раз мы курим значит не плохо живём, значит есть лишние деньги. А на наших страстях кто-то строит свои баснословные состояния. Сейчас введена система штрафов за курение, поддержать её в том числе в СМИ.

ПЬЯНСТВО. В России и в нашем районе в том числе напрочь утеряна культура употребления алкоголя. Да мы зачастую и не задаёмся вопросом, что мы употребляем и когда. Алкоголь сегодня настолько разнообразен и доступен, что его себе не только могут позволить все, в том числе и дети, но и могут позволить по любому поводу и без него. Да, хороший и качественный алкоголь в малых дозах очень даже полезен, улучшает качество сосудов, благоприятно влияет на клетки крови – вино красное например, но чтобы выпивать в малых количествах должна быть культура, и чёткое понимание последствий в случае злоупотребления оным. Священное Писание говорит, что вино веселит сердце человека, значит для веселья должен быть повод, особый случай – свадьба, проводы в армию, особый семейный праздник как то день рождения и т.д. Но писание предупреждает и о последствиях злоупотребления алкоголем – не упивайтесь в нем бо есть блуд.

По-хорошему надо бы напрочь запретить продажу и употребление алкоголя детям и юношам до 21 года, а крепкие напитки до 23 лет. Строго следить за нарушениями в системе продаж алкоголя не по возрасту и в нарушение временного режима установленного государством, а по отношению к нарушителям применять серьёзные санкции. Вести постоянный разговор о пагубности в особенности для молодого организма так называемых слабоалкогольных напитков, которые доступны как никогда, и к сожалению пользуются у подростков огромной популярностью. В думу уже внесён законопроект касающийся этого момента, дай бы Бог что бы он был принят и должным

образом осуществлён. Моменты нарушения не только пресекать, но и делать их достоянием общественности. Запретить продажу алкоголя в радиусе полукилометра от школ и молодёжных заведений. Сотрудничать в сфере предупреждения случаев продаж табака и алкоголя с активистами района, создавать движения направленные на борьбу с ними.

НАРКОМАНИЯ. В этой сфере разговор должен быть вообще коротким, особенно с теми кто изготавливает, и продает наркотики. В Китае, например, почти нет наркоманов, там словили с запрещённым препаратом на каждом углу виселица – полезай. У нас в Ковернино не только все знают кто наркоманы, знают даже где они собираются и принимают их, но складывается ощущение что до них никому нет дела, а в особенности органам которые обязаны этим вопросом заниматься. Здесь необходимо разработать программу, которая бы вмещала и мероприятия по противодействию распространения уже существующих наркоманских логов, так и пропагандистскую деятельность основывающуюся на примерах негативного финала в жизни человека или людей подверженных наркоманской страсти.

АБОРТЫ, по имеющимся на сегодняшний день данным в 2012 году по всей России было совершено около 930 000 абортов. Это ужасающие данные, страна лишилась почти миллиона своих граждан. Какая картина складывается в Ковернино касательно этого вопроса не известно, но думается, что гордиться здесь особо нечем. Здесь вижу необходимым в первую очередь при фиксации желания женщины или девушки сделать аборт, установить некий период назовём его „период раздумий”, для того чтобы она могла ещё и ещё раз подумать над своим решением, взвесить все за и против. Чтобы не складывалась ситуация, когда аборт делается сразу же после обращения, и похож на что-то вроде вырвать больной зуб. А в этот период попытаться провести с мамой духовные беседы, где бы могли быть выявлены все страхи и опасения, предложена помощь и поддержка. Где бы совершенно чётко было сказано, что это убийство, а отношение Церкви к этому вопросу именно такое.

Дальше вижу возможным и необходимым создать в ЦРБ молитвенную комнату, где бы можно было вознести молитвы людям, находящимся в тяжёлой жизненной ситуации. Также можно говорить об освящении больницы, тем более что совсем недавно там завершился ремонт. Также важно осветить отношение Церкви к болезни как следствию греховности и греховного образа жизни, при таком подходе становится совершенно недостаточным врачевание лишь физического тела – то есть последствий, но также прибегнуть к исцелению души – то есть причины. Огромное внимание и усилия необходимо предпринимать на поприще культивации здорового образа жизни.

КУЛЬТУРА

К сожалению, в виду доступности и разнообразия сегодняшних телепрограмм, интернета и других средств массовой информации, у человека складывается ошибочное и опасное мнение, что культура это то, что показывают и о чем рассказывают там. Что культура это небольшой отдел в структуре муниципального управления, задачи которого изредка организовывать и проводить какие-то массовые мероприятия по различным поводам.

Культура наравне с религией являет собой всеобъемлющий фактор человеческого бытия. В семье – культура уклада жизни, культура, а значит нормы, поведения человека в обществе, культура в области творчества, культура народа, нации в целом – и то, в чем эта культура проявляется – в музыке, живописи, кинематографии, зодчестве, политике и т.д. Одним словом все сферы деятельности человеческой личности являют собой, если это духовно богатый народ, культурную его ценность для истории, предков и мира. В этом отношении российскому народу поистине есть чем гордиться, ведь нет ни одной сферы где бы русский человек не раскрыл свой талант, и не просто раскрыл, а достиг вершин до селе не виданных. Ковернинцам в этом отношении тоже есть чем гордиться – это и успехи нашей земли как родины хохломы, это и не плохие успехи в области культуры сельского хозяйства, прекрасные по своей красоте и чистоте природные богатства, сохранённые и преумноженные нашими предками. Ковернино в культурном плане очень богато, интересно и раз-

нообразно, но как я уже сказал во многом благодаря нашим предкам, нам же сегодня необходимо предпринять титанические усилия как минимум по сохранению, а где-то по восстановлению утраченных ценностей. Но это один путь из которого следует следующий – это обогащение этого опыта духовной составляющей. Здесь в первую очередь необходимо задуматься, кем же были наши предки что за собой оставили такие великие святыни как Белбажский женский монастырь, Высоковский монастырь, Белбажский СТАРИННЫЙ ХРАМ, деревянная церковь 17 века в деревне Понурово, ПОЧЕМУ НА ТЕРРИТОРИИ Ковернинского посёлка раньше были целых три церкви, Старинный храм в Сухоноске и многие другие святыни. Почему наши отцы не видели своего будущего, в том числе культурного, без Бога? Нам необходимо понять их, и попытаться вернуться к ценностям, которыми они так дорожили, ценностям которых у нас нет, и без которых нам так трудно жить.

Срочно необходимо составить пособие которое бы вмещало в себя весь культурный и духовный потенциал и богатство Ковернинского района. На базе этого пособия ввести в школах и детских садах уроки краеведения, в которых целью было бы не только ознакомление с изложенными в пособии материалами, но и самостоятельная работа скажем реферат или эссе, на тему мой род, мой посёлок, мои предки, мой район и многие другие. С обязательными выездами и физическим знакомством на местах с вышеперечисленными святынями особыми и просто красивыми местами. По возможности проводить восстановительные работы в этих святынях, ну хотя бы в плане консервации их для остановки процесса разрушения. Такие работы уже ведутся в районе, но они крайне недостаточны.

ОБРАЗ ЖИЗНИ. Проводить мероприятия которые бы носили духовный характер а не просто увеселительный. **Например, установление престольного праздника посёлка**, традиционное ежегодное проведение фестиваля пасхальный перезвон, начало которому уже положено, Рождественская Благочинническая ёлка – которая в этом году в таком формате будет проводиться впервые, она должна стать традиционной. И многие другие например привязанные к церковно-

му календарю. Организовывать турпоходы, православные семейные лагеря и так далее. Возродить национальные ансамбли, ансамбли народной песни. Можно составить план и попробовать его реализовать.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

В здоровом теле здоровый дух, спорт источник силы и здоровья, – эти лозунги знакомые нам с детства, как нельзя полно выражают смысл и роль спорта в нашей жизни. Спорт является не только источником долголетия, но и чудесного самочувствия. Он может быть также прекрасной формой досуга и времяпровождения населения, также примером гордости и примером подражания. Поэтому вижу в спорте и физической культуре особое значение. Да в Ковернино нет достаточной базы для занятий спортом на высоком уровне, но при желании достичь хороших положительных результатов их может хватить.

И пока в чистом поле ржавеет заложенная под ФОК капсула, мы попытаемся порассуждать о том, что можно сделать, чтобы сдвинуть спорт в районе с мёртвой точки.

Справедливости ради необходимо сказать, что он не умер совсем, есть очень много талантливых и одарённых детей и молодых людей в районе, есть и люди которые готовы вкладывать в спорт в том числе и собственные средства, но без поддержки администрации и остального большинства предпринимателей, их усилия ничтожны.

Есть твёрдое убеждение, что району нужна команда по большому футболу, попечением которой бы занялась администрация. Она де факто есть, но складывается ощущение, что никому не нужна. Если раньше попасть в состав районной команды считалось честью, и требовало огромных усилий и успехов, то сегодня не всегда собирается один состав на игру!!! Эта ситуация исправима и не требует огромных затрат и титанических усилий – нужно только захотеть. Нет и команды района и по хоккею. В этом году проведена эстафета посвящённая памяти Св. Бл. Князя Александра Невского в ней участвовали команды из четырёх школ района, предваряли же эту эстафету открытые уроки посвящённые этой теме, – в итоге и духовная польза, участники понимали в честь кого соревнования и какова цель его, и

польза для здоровья и развития детей. Надеемся, что подобный опыт будет признан успешным и его можно будет проводить ежегодно. По такой же схеме можно проводить разные мероприятия, думаю, что достойных событий и прекрасных людей в Ковернинском районе для этого достаточно.

Проведено соревнование по мини футболу также в честь Александра Невского. Практика показала, что подобные соревнования проводить необходимо чаще, к ним просто огромный интерес и желание в них участвовать. Надо лишь показать, что они проводятся не ради себя самих, а что они важны для района.

ЭПИЛОГ

Откровенно говоря, предусмотреть и изложить какую-то уникальную или даже всеобъемлющую программу практически невозможно, нужно начать с малого, опираясь на то, что уже получается – лишь видоизменив форму или содержание. Те пункты которые предложены могут быть дополнены, могут быть урезаны, но они имеют право на жизнь и я уверен принесут достойные плоды. Необходимо по каждому направлению создать единую программу и попробовать её реализовать скажем в рамках одного года, обязательно создав попечительский совет, который будет болеть за неё и работать не жалея себя, а жизнь опыт и Господь в итоге подскажет, что надо убрать, а где доработать и подтянуть. Но совершенно ясно, что браться за неё надо во – первых честно, во-вторых с самопожертвованием и поддержкой епархии и администрации причём поддержки открытой. Также важно, что бы те кто будет стоять во главе программы, да и все участники, показывали личный пример жизни по духовным ценностям, заложенным в эту программу. Нужно без лишнего пафоса отметить, что у неё будут как сторонники, их будет в начале не много, так и противники, так и те, кто затаится в ожидании результата, и здесь крайне важно, что мы получим, поэтому первый год может решить всё, потом уже только можно говорить о долгосрочной программе и о конкретных очевидных результатах.

Очень важна также кропотливая работа с Ковернинской газетой, если освещать все события и действия в ней наша аудитория увели-

чится, да и газета станет значительно интересней. Создать сайт Ковернинского благочиния, где бы можно было выйти с населением на прямой контакт, где бы освещались церковные праздники, события из жизни приходов, появилась бы живая колонка вопросов и ответов. Установить время для телефона доверия, скажем с 12.00 до 15. 00 каждый день, где вопросы бы получали ответы в режиме онлайн. **Обязательно установить на всех четырех въездах в Ковернино, а потом и на въездах в район поклонные кресты – символ победы над злом и оружие защиты от всякой пагубы.** Возможно установление традиции раз в год идти крестным ходом вокруг посёлка Ковернино всем народом дабы испросить заступления на нашу землю и на весь народ, а у этих крестов делать остановки для молебнов. Символично, что дороги на въезд в Ковернино расположены точно по всем четырём сторонам света, мы как бы всем ветрам и врагам со всех сторон даём духовный бой.

*Отец Алексей (Павлюк)
Благочинный Ковернинского округа*

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Литература по хохломе: ковернинские издания

Немногие районы могут похвалиться наличием солидных изданий, посвященных родному краю, его истории, культуре, его достижениям. В Ковернино есть такие монографии.

Родина Хохломы. Очерки истории Ковернинского края. Нижний Новгород: Литера, 2000.

Наиболее полное издание, посвященное Ковернинскому краю. Составитель книги (В.Б. Аветисян) привлёк к участию работников музеев, краеведов, педагогов, руководителей предприятий и предпринимателей. В итоге получилась «малая энциклопедия» Ковернинского края. Вторая часть книги «Гнездовье хохломской жар-птицы» посвящена истории хохломской росписи, зародившейся в Ковернинском крае.



АВETИСЯН Владимир Борисович. Славянский круг Н. Новгород: РИ «Бегемот», 2003.

Книга краеведа и журналиста, жителя Ковернинского района В. Аветисяна рассказывает о нижегородском самородке, старейшем потомственном мастере хохломской росписи Степане Веселове. Автор написал книгу образным народным языком от лица самого Степана Веселова, основываясь на автобиографических рассказах героя. Кроме того, в книге содержится научная информация о прочтении символов, технологии, истории хохломской росписи.

ЕМЕЛЬЯНОВА Татьяна Ильинична. Искусство хохломской росписи. Монография. – Н.Новгород, Музей ННГУ, 2008.



Книга заслуженного работника культуры РФ, специалиста по народному искусству, кандидата искусствоведения Т.И. Емельяновой (1940-2004) подготовлена к печати сотрудниками университетского музея на основе ее кандидатской диссертации. Цель монографии – раскрыть художественное своеобразие хохломского промысла, его самобытность, жизненную силу традиций, главные тенденции и направления развития.

Книга Т.И. Емельяновой принадлежит к числу уникальных исследований, имеющих не только научное значение. Публикация имеет большое практическое значение для мастеров хохломской росписи различных поколений, даёт необходимые знания для дальнейшего развития местного искусства.



Число публикаций о Ковернинском районе растет. В этой связи несомненным интересом обладают большие статьи в журналах «Нижегородский музей» (№ 25 за 2013 г.) и «Нижегородская коллекция» (№ 2 за 2013 г.), где рассказывается об исторических, архитектурных и природных достопримечательностях наших мест.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ АВТОРА ИДЕИ	3
ВВЕДЕНИЕ	7
ГЛАВА I. КОВЕРНИНСКИЙ РАЙОН: СТАРТОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	11
§ 1.1. Природные ресурсы района.....	12
§ 1.2. Экономический потенциал	15
§ 1.3. Культурно-исторические ресурсы	21
ГЛАВА II. ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ	30
§ 2.1. Ковернинская земля: лидеры сельскохозяйственного производства	31
§ 2.2. Традиции района и его лидеры	52
§ 2.3. Образовательные программы и проблема развития личности.....	76
§ 2.4. Интернет и социальные технологии	79
ГЛАВА III. ПУТИ КАПИТАЛИЗАЦИИ ТЕРРИТОРИИ.....	84
§ 3.1. Интенсификация производства	85
§ 3.2. Проблема развития туристической инфраструктуры.....	91
§ 3.3. Музейное дело в развитии культурной инфраструктуры.....	96
§ 3.4. Благоустройство места жительства	101
ГЛАВА IV. НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ.....	107
§ 4.1. Хохлома и прикладное искусство	108
§ 4.2. Бренд района: целевые группы и направления поиска.....	114
§ 4.3. наброски по формированию бренда Ковернинского района	119
ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Родина Хохломы: социальный ландшафт территории и ориентиры культурного возрождения.....	128
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Духовное развитие Ковернинского района: основные пункты программы о. Алексея	134
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Литература по хохломе: ковернинские издания	145

Ковернино – территория перемен:
развитие бренда района

ISBN 978-5-93116-162-4

Компьютерный набор и верстка: НИСОЦ

Обложка: дизайн-студия ООО КБ «Деловая Тактика»

Подписано в печать 10.01.2014.

Формат 60×84 1/16. Печать офсетная. Бумага офсетная.

Тираж 500 экз. Усл. печ. л. 7,6.

Издательство НИСОЦ

г. Н. Новгород, Казанское шоссе, д. 10/1, к. 6.

Отпечатано в типографии «ДТ-принт»

г. Н. Новгород, ул. Агрономическая, д. 134, к. 105а.