

## РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ БРЕНДОВ

Одно из направлений успешной реализации программы «Комплексное развитие сельских территорий» – брендинг территории. Это инструмент, который помогает поселениям выделиться на фоне других, привлечь целевую аудиторию. Он создает образ места, который живет в воображении людей и мотивирует посетить это место, переехать туда или инвестировать в его развитие...



Именно через создание бренда видит развитие своего поселения выпускник экономического факультета Костромской сельхозакадемии, глава Сандогорского сельского поселения Костромского муниципального района Костромской области Александр Абдуганиевич Нургазизов. «Экотуризм сегодня очень востребован», – за этой фразой главы кроется большая кропотливая работа и ценный опыт. Вроде банально. Но, по сути, правильно.

Поселок Мисково сейчас по праву можно назвать одним из успешных примеров Костромской области в данном направлении.

Стало доброй традицией проведение здесь гастрономического фестиваля «Клюквенный СОК», во время которого огромное количество туристов из разных уголков нашей страны съезжается на родину Клюковки и деда Мазаля, желая посмотреть, как растет северная ягода, как ее собирают, ознакомиться с продукцией,



узнать много интересного об истории поселка и просто повеселиться.



Сегодня фестиваль – это одна из активных форм досуга населения, направленная на активизацию культурной жизни территории, он служит укреплению творческих связей между муниципальными районами, регионами, даёт возможность жителям поселка и гостям познакомиться с местными традициями и обычаями. Каждый такой фестиваль – это не только угощения, веселье, эмоции, но и новые возможности для костромского села, для его успешного развития.

Как все начиналось и какие планы намечены на будущее, рассказал Александр Нургаизов.

**– Расскажите, как возникли плантации для промышленного выращивания клюквы, а также идея создать свой бренд?**

– Что касается плантаций, они появились в 2004 году в поселке Мисково, на месте бывших торфяников, а с 2014 года клюкву здесь стали собирать механическим способом. Предшественником ягодных плантаций было Мисковское торфопредприятие, которое со временем утратило свою актуальность. А вот торф, конечно, остался. Запасы на сегодня составляют более 30 млн тонн. Это ценный природный материал, и грамотное его использование открывает большие возможности и перспективы.

На должность главы администрации я пришел в 2016-м. С чего начал? Изучил существующие проблемы, главными из которых были отток населения (2016-2019 гг.), старение населения (больше 50% жителей) в возрасте 55+, отсутствие дорог, газа, много других проблем. Посмотрел масштабы терри-

**Положительные результаты видны там, где есть заинтересованность людей, и в первую очередь руководителей на местах, их видение, как и в каком направлении можно и следует добиться успеха. Когда есть заинтересованность на местах, то эффект получается значительный.**

тории, оценил, какие предприятия расположены здесь и что мы можем вовлекать, как развивать территорию нашего поселения.

Поскольку места способствуют выращиванию северной ягоды, здесь же находится и предприятие «Кремь», тогда и возникла идея создать бренд – фестиваль «Клюквенный СОК». Изначально мы говорили, что есть предприятие, куда можно людей привозить на экскурсии, а бренд у нас уже вырос позже и стал называться «Сочный Осенний Колоритный» – СОК.

В 2017 году состоялся первый фестиваль «Клюквенный СОК», на проведение которого мы выиграли грант «Культурная мозаика». Нашу идею поддержали власти района и администрации области. Первый год, первый фестиваль – блин комом не вышел. Вдохновленные успехом, мы решили сделать клюкву брендом всего Сандогорского сельского поселения, в состав которого входят поселок Мисково, село Сандогора и ряд окрестных деревень. В 2017 году мы получили 700 тыс. рублей через фонд Тимченко на развитие агротуризма. В перспективе решили расширить программу и заниматься вопросами благоустройства. Нам стали оказывать помощь

и администрация района, и администрация области. Всё закрутилось, как юла. Помощником в делах стал хороший, здоровый авантюризм. Когда появлялись новые идеи, мы хватались за них, как за звенья цепи, а результаты уже сами складывались в успешный итог. Перефразируя известную поговорку «Результат – цепь, а мелочи в нем – звенья», мы использовали предоставляющиеся нам возможности и получали новые витки в развитии.

Стало поступать финансирование, а вместе с ним, мы начали благоустраивать дороги, проводить интернет, заниматься ремонтом и реконструкцией культурных объектов поселка, строить планы на будущее. Подали заявку на участие в федеральной программе, благодаря которой организовали общественную территорию и выполнили ремонтные работы в Доме культуры, дальше больше – вошли в программу по устойчивому развитию сельских территорий, благодаря чему сделали подъезд к детскому саду, которого раньше не было.

**– Прошло несколько лет, затея оказалась успешной, а мисковская ягода попала в список брендов Костромской области...**

– Да, затея оказалась

успешной, но для этого пришлось приложить максимум усилий, а также и большую фантазию. С нуля был создан новый костромской бренд – «Клюковка из Сандогорья», стали проводить экскурсии, не только этот бренд выделяет нашу территорию, есть еще и всем знакомый дед Мазай....

– **Оглядываясь назад, все ли шло гладко, какие основные проблемы препятствовали реализации задуманного?**

– Конечно, проблемы были. Отсутствие развитой инфраструктуры. У предприятия были свои проблемы, у них не была развита транспортная система, не была развита логистика. Проблему с логистикой решили через программу «Комплексное развитие сельских территорий», где предусмотрено делать дороги до сельхозпредприятий, мы сделали им дорогу в лесу, сейчас там домик стоит туристический, его сдают гостям-экскурсантам, которые могут сами приехать вне сезона, работает сайт, и люди могут посмотреть и заказать поездку...

Еще одна важная проблема – это влияние июньских заморозков на урожай клюквы. Клюква цветет в июне, а в нашей зоне в это время случаются поздние заморозки. Прихваченные морозцем цветки опадают, это потеря ягод. Два последних года подряд клюква замерзала, ягоду мы теряли. Поэтому мы помогли с электричеством – протянули линию электропередачи протяженностью 6 км и мощностью до 150 Кв, и предприятие сделало противозаморозковую систему. То есть в случае возникновения негативных погодных условий клюкву можно зато-

**В данный момент развитие внутреннего туризма определено губернатором в числе приоритетного роста региональной экономики. В прошлом году Костромская область присоединилась к реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Регион привлек свыше 60 миллионов рублей из федерального бюджета на поддержку сферы.**

пить, чтобы она не замерзла. И ягода сохраняется.

Еще проблема была с теплицами – черенки выращивают в теплицах, затем их надо пересадить в само болото и через пять лет получим урожай ягод, это длительный процесс, но потом 100 лет будет клюква плодоносить. Этот период, 5-10 лет, самый сложный для предприятия. Оно было неконкурентоспособным, были большие финансовые затраты на доставку, обработку, переработку и сохранение сырья.

– **Сегодня костромская плантация клюквы – самая крупная в России. Можно ли ягодные поля назвать градообразующим предприятием? Как проделанная работа отразилась на жизни и развитии села?**

– Несомненно, для Мискова ягодные поля стали градообразующим предприятием. Когда к нам стало поступать финансирование, мы взялись за облагораживание поселка, как обозначил выше, начали ремонтировать, благоустраивать, строить... Интернет пошел к нам, газификация. Территория поселения до этого была развита слабо. Что мы имеем сейчас? Существуют два

храма, строится третий – в Мисково, школа со своим тиром, садик в Мисково, два Дома культуры, фапы и одна амбулатория, открыли салон красоты, точку «Озон», свой музей, создается единственный в области молодежный центр с круглосуточным пребыванием. Здесь будут пребывать молодые люди с 14 до 35 лет, молодые семьи, студенты, дети, школьники, чтобы определиться с дальнейшей профессией. Деньги федеральные у нас уже поступили на этот центр, реконструкция школы с тиром... Не сказать, что это только для наших школьников, для ребят района, области – победителей олимпиад и т.д.

У нас не только федеральные средства, очень хорошо работает предприятие «Кремь», мы им помогли через программу «Комплексное развитие сельских территорий», которую организывает Минсельхоз, они помогли, построили дорогу к болотам и можно теперь в «тапочках ходить» по болоту, логистические цепочки им сократили, снизили нагрузку, провели электричество, холодильники поставили и они стали конкурентоспо-



собными с нашими основными конкурентами из Белоруссии.

Работают на предприятии не только местные жители, приезжают горожане, не хватает рабочих рук, их всегда не хватает.

Создание благоприятных условий для жизни наших земляков – вот главное, к чему надо стремиться. У нас много проблем, но мы стараемся решать их. Системно, точно. Жители не всегда понимают, что сразу вопросы все не решить, но когда видят, что работа в этом направлении ведется, развивается поселение, то уже появляется и заинтересованность, желание жить здесь.

Есть большое количество заявлений на сегодняшний день от желающих получить земельный участок у нас, построить свой дом. Это и понятно. Молодые люди хотят жить на селе.

Важно, чтобы люди, которые хотят жить на селе, имели условия для полноценной жизни, работы, отдыха, имели возможность провести к своим домам газ, электричество, воду, чтобы рядом были школа, детский сад, спортивные, танцевальные секции, чтобы развития была инфраструктура. Социальная сфера для нас в приоритете.

**– Успех окрыляет и вдохновляет на новые достижения... Наверняка появились задумки и планы на расширение дея-**

**тельности и реализацию новых проектов?**

– Да, задумки есть. Вот, например, на нашей территории расположены небольшие пруды, поскольку клюква затапливается, планируем в это время организовать рыбалку...

Хотелось бы решить вопрос по переработке нашей ягоды. В цикле работ есть небольшой промежуток времени, который не можем вовлечь в процесс. Хочется, чтобы продукцию не вывозили, а перерабатывали на месте, поэтому и тянем газ, здания есть старые, но всё же хоть какая-то база существует, есть возможность поставить еще и дополнительное здание по переработке. Конечно, с нуля придется запускать комплекс, но он себя окупит.

Есть задумка и возможность создать тепличный комплекс по выращиванию роз, мы можем делать это ничуть не хуже наших соседей из Ярославля, где расположен аналогичный, вместе с учеными Костромской ГСХА обсудили рабочие моменты и перспективы в этом направлении. Вместе с сотрудниками из эколого-биологического центра «Следово» имени Ю. П. Карвацкого прорабатываем экологическую составляющую вопроса по созданию карбонового полигона...

Комплекс решает все. Одно цепляется за другое, если проанализировать,

замечаешь, что без «этого не было бы этого, без вот этого не было бы того», следующего этапа. Поэтапно решается вопрос, но в принципе он решается. Сейчас клюква наша широко известна. И даже известный бренд «Архангельская клюква» – получил начало из нашей, сажены для архангельской плантации подбирали и выращивали в Костроме, где находится единственная в стране опытная станция, на которой изучают и выводят новые сорта лесных ягод клюквы, брусники, голубики, княженики.

Если дела так хорошо пойдут, то одним домиком в лесу не обойтись (*улыбается*)...

Планы у нас большие, не совсем все получается, но стараемся, участвуем в конкурсе Минэкономразвития на предоставление грантов в сфере туризма, пока безуспешно, принимаем обязательное участие в грантовых программах.

Я считаю, что необходимо выстраивать взаимоотношения, участвовать в многочисленных программах, развивать сельские территории. Не мной замечено, что грамотно сделанный территориальный бренд генерирует финансовый поток за счет продажи местных товаров, привлечения туристов и создания рабочих мест.

**Н. Владимирова,  
Костромская ГСХА.  
Фото взято из открытых источников**