

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет» 0 0 0»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

**Проблемы и перспективы развития туризма  
в Южном федеральном округе**

**Problems and prospects of tourism development  
in the Southern federal district**

Сборник научных трудов  
Collection of Scientific Works

Севастополь – 2017

Sevastopol – 2017

УДК 338.48(470.45/.47+470.61/.62)  
ББК 65.433(2Рос-13)  
П 781

*Рекомендовано к печати Ученым Советом Севастопольского экономико – гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», протокол № 11 от 02 октября 2017 г.*

Коллектив авторов.  
П 781 **Проблемы** и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе : сб. науч. тр. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. – 300 с.  
ISBN 978-5-906962-61-4

УДК 338.48(470.45/.47+470.61/.62)  
ББК 65.433(2Рос-13)

П 781 **Problems** and prospects of tourism development in the Southern federal district : collection of Scientific Works. – Simferopol : PP «ARIAL», 2017. – 300 p.  
ISBN 978-5-906962-61-4

В сборнике размещены статьи, в которых обобщены результаты научных исследований работников высших учебных заведений России, академических и отраслевых научных организаций, сотрудников международных, государственных и региональных организаций, коммерческих организаций, предприятий туристской отрасли, которые занимаются проблематикой и оценкой перспектив развития туристской индустрии на территории Южного федерального округа.

Редакционная коллегия не всегда полностью разделяет точки зрения авторов, тем не менее считает их интересными и поддерживает их начинания.

В рукописи сборника сохранена авторская позиция каждого автора, внесенные изменения носят исключительно редакционный характер.

Сборник предназначен для учёных, специалистов, изучающих актуальные вопросы туристской индустрии, преподавателей, аспирантов, обучающихся.

Сборник сформирован при поддержке Главного управления культуры города Севастополя, Управления развития туристической индустрии, Государственного автономного учреждения города Севастополя «Центр развития туризма».

Все статьи, изложенные в данном сборнике, были получены редакционной коллегией с 1 августа по 01 октября 2017 года.

УДК 338.48(470.45/.47+470.61/.62)  
ББК 65.433(2Рос-13)

ISBN 978-5-906962-61-4

© Севастопольский экономико – гуманитарный институт  
(филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный  
университет имени В.И. Вернадского», 2017  
© Коллектив авторов, 2017  
© ИТ «АРИАЛ», Симферополь, 2017

#### **Редакционная коллегия:**

<b>Юрченко Сергей Васильевич</b>	Проректор по международной деятельности и информационной политике ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», д.полит.н., профессор
<b>Лазницкая Наталья Федоровна</b>	Директор Севастопольского экономико- гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского», к.геогр.н
<b>Екимова Зульфия Залетдиновна</b>	Заместитель директора по учебно- воспитательной и научной работе Севастопольского экономико – гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
<b>Рябцева Елена Евгеньевна</b>	Заведующий кафедрой правоведения Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» д.полит.н., профессор
<b>Цыбульская Людмила Алексеевна</b>	Заведующий кафедрой менеджмента Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» к.э.н., доцент
<b>Трегулова Ирина Павловна</b>	Заведующий кафедрой туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» к.э.н., доцент
<b>Никифорова Мария Павловна</b>	Доцент кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» к.геогр.н.
<b>Парубец Ольга Викторовна</b>	Доцент кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» к.геогр.н.
<b>Мироненко Виктория Владимировна</b>	Доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиала) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского» к.пед.н.

#### **Секретари редакционной коллегии сборника:**

<b>Зелинская Елена Львовна</b>	старший преподаватель кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
<b>Смирнов Дмитрий Валерьевич</b>	старший преподаватель кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
<b>Заричная Анна Алексеевна</b>	преподаватель кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»

## Оглавление

Айдаралиева М.С., Безуглова М.С., Кожеуров Д.Б. РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА КАК ОСНОВНОГО ВИДА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	10
Акберова Я.С., Безуглова М.С., Борзова А.С. СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ И ЗДОРОВЬЯ В ТУРИСТСКОМ КЛАСТЕРЕ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ .....	11
Ангелина И. А., Дорошилова Я.В. МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....	13
Ангелина И. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	15
Арифиллин М.В., Симонова М.М. КУМЫСОЛЕЧЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКИРИЯ И РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ.....	19
Арпентьева М.Р. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ООПТ .....	23
Бедаш Ю.М. РАЗРАБОТКА И ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЛЕКСНЫХ СЕРВИСНЫХ СТАНДАРТОВ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЯ.....	30
Белозерова Н.И. Борзова А.С., Корнев А.Н., Романова А.А., Чурсина Е.А. СОСТОЯНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ В ЦЕЛЯХ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ.....	32
Борзова А.С., Корнев А.Н., Романова А.А., Чурсина Е.А. СОСТОЯНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ В ЦЕЛЯХ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ.....	36
Борисенко И.В., Григорьева Г. Б.-К. ГОСТИНИЧНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	39
Буланова М.А., Парубец О.В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	42
Булыгина И. И. ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСКУРСИЙ В ПРАКТИКУ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА .....	45
Быстров С.А. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ, КАК ПРИЧИНА СТАГНАЦИИ СПРОСА СО СТОРОНЫ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА .....	47
Васенина А.А., Екимова З.З. РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА.....	51



Гапонов М. А., Трегулова И.П. РАЗВИТИЕ СПЕЛЕСТОЛОГИИ КАК ОДНОГО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ .....	55
Гарагонич А.А. ФЛУКТУИРУЮЩАЯ АССИМЕТРИЯ БИЛАТЕРАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ МОРСКОГО ЕРША Scorpaena porcus L., КАК ИНДИКАТОР ЭКОЛОГИИ ПРИБРЕЖНЫХ АКВАТОРИЙ Г.СЕВАСТОПОЛЯ.....	59
Глущенко М.С. ИНДУСТРИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	60
Голдин О.О., Арвеладзе В.Г. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМА.....	64
Голикова Е.С., Трегулова И.П. ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СЕВАСТОПОЛЬСКОМ РЕГИОНЕ.....	67
Градинарова А.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ .....	69
Гречко М.В. К ВОПРОСУ ОБ АДАПТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ .....	73
Гусев В.И., Крюков Н.А. СВЯТОЕ ПАЛОМНИЧЕСТВО И РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ .....	77
Добында М. К. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЁЖНЫХ СПОРТИВНО-ПАТРИОТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ .....	79
Егоркина Т.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТЬЮ БЮДЖЕТА И ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ.....	82
Елисеева О.В. МЕХАНИЗМ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО СВОЕОБРАЗИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПОЛЕЙ.....	86
Журко Е.М. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭНОТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ.....	89
Зайцев О.Н., Степанцова Н.А., Егоров С.А., Кунский М.В. ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ СИСТЕМ ЕСТЕСТВЕННОЙ ВЕНТИЛЯЦИИ В ГОСТИНИЦАХ.....	90
Заремба П.А., Охременко С.И. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КРЫМУ .....	94
Заричная А.А., Денисенко О.Э. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....	99
Зелинская Е.Л. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ КРЫМА В ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIX ВЕКА .....	103

Зозуля В.М., Смирнов Д.В. ТЕНДЕНЦИИ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	105
Золотовский В.А. СПЕЦИФИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РФ.....	108
Зяблова А.А. РАЗВИТИЕ ТУРИНДУСТРИИ РЕГИОНОВ ЗА СЧЕТ ВВЕДЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СБОРА....	112
Ибрагимов Э. Э. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ .....	115
Кирова Т.А., Пилко Е. Д. РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО И ВИННОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ.....	119
Китаева А.Г. ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....	120
Колесниченко Л.В. ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	122
Колесова Ю.А. ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	125
Кондрух А.В. СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ Г. СЕВАСТОПОЛЬ: НОВЫЙ ПОДХОД .....	126
Коньшев Е.В. ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	129
Коршунова М., Белая М.Н., Кравцова С.Е. ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КАЧЕСТВА В СИСТЕМАХ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ УСЛУГИ РАЗМЕЩЕНИЯ .....	134
Кулик В.В. АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА ..... НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	137
Куценко Е.В. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЦ .....	139
Лазицкая Н.Ф., Бровцына В.С., Екимова З.З., Фурникова А.А. БОЛЬШАЯ СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ТРОПА – НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ.....	144
Лазицкая Н.Ф., Фурникова А.А., Орлов А.Ф. МОРСКОЙ КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	148
Лебезова Э.М., Овчаренко Л.А., Семичастный И.Л. УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДНР НА ОСНОВЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ.....	151

Ли Э.В., Юзвенко Д.Р., Смирнов Д.В. ГОРНОЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СЕЗОННОСТИ ТУРИЗМА В КРЫМУ .....	156
Логвина Е.В., Лобас К.В. БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ И ЕЕ ГОРОДОВ.....	158
Лукьяненко Е.А., Одарюк Е.В., СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г.СЕВАСТОПОЛЕ .....	163
Любовцева А.В.Смирнов Д.В. ОСОБЕННОСТИ РОМАНТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ .....	167
Любчик В.Н., Голубова Т.Ф., Дусалеева Т.М. ЧАСТОТА ПОГОД, БЛАГОПРИЯТНЫХ ДЛЯ БЛИЖНЕГО ТУРИЗМА, ПО МЕСЯЦАМ ГОДА НА ЕПАТОРИЙСКОМ КУРОРТЕ .....	169
Люсова Е.С.,Лимарь Т.Н. ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ТЕНДЕНЦИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГА .....	172
Матвеевская А.С.,Погодина В.Л. АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ БРЕНДОВ КАК СРЕДСТВО ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕСТИНАЦИИ .....	175
Матушевская Е.А., Поддубная Е.С. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА НА КРЫМСКОМ ПОЛУОСТРОВЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ .....	179
Мишечкин Г.В.,Голубничая С.Н. АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ СЕВЕРНОГО ПРИАЗОВЬЯ: ПОТЕНЦИАЛ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ .....	182
Морозова В.В.,Кондакова Т.Ю. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ: ИЗ ОПЫТА ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫХ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ.....	186
Нагай Н.Г.,Шитова Е.С. МАРШРУТ «СЕРЕБРЯНАЯ ПОДКОВА ДОНА» КАК БРЕНДОВЫЙ МАРШРУТ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ .....	188
Недина М.Н. МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД.....	190
Никифорова М.П. ВОЛНЫ ТЕПЛА КАК ФАКТОР ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА .....	194
Измайлов А.Т. ИСЛАМСКИЕ ФИНАНСЫ И ТУРИЗМ ДЛЯ МУСУЛЬМАН КАК КИНЕМАТИЧЕСКАЯ ПАРА В МЕХАНИЗМЕ РАЗВИТИЯ ГОРОДА-ГЕРОЯ СЕВАСТОПОЛЯ .....	197
Одарюк Е.В., Парубец О.В. ПРОБЛЕМЫ НЕКАЧЕСТВЕННОЙ РЕКЛАМЫ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ КРЫМА.....	200
Патрикеева П.А. «БОЛЬШАЯ СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ТРОПА» – РАЗВИТИЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕШЕХОДНОГО ТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ (КРЫМУ).....	203

Пахомова О.М. ОЦЕНКА ЛАНДШАФТНО-ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ГОРНОГО КРЫМА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА.....	205
Печерица Е.В. ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ РЕСУРСЫ ЮФО И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ .....	207
Полякова А. В. К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ .....	212
Полянская Н.М., Занданова О.Ф. КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА .....	215
Родин А.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ООПТ В РАЗВИТИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ .....	219
Рожкова М.Г. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА .....	223
Романова А.А., Тимовкина Л.Ю. ВИДЫ ТУРИЗМА В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ.....	225
Сабирзянова И.В. МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА.....	227
Сагайдачная М.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАРАВАНИНГА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	230
Старкова И.И. ТИБЕТСКАЯ МЕДИЦИНА КАК ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС .....	233
Страшко Е.В. «ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ: СПРАВЯТСЯ ЛИ ВИНОГРАДАРИ?» .....	235
Тавакалова М.М. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ .....	240
Тишков А.А., Белоновская Е.А., Титова С.В. ЗАПОВЕДНИКИ ЮГА ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИЗМА .....	243
Топольник В.Г., Крылова Л.В. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ВЫПОЛНИТЬ ЗАКАЗ НА БАНКЕТ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ» .....	247
Трегулова И.П., Белая А.А. АНАЛИЗ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В КРЫМУ .....	251
Трегулова И.П., Моисеева Л.Н. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ.....	253

Тропина Е.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРИРОДНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА КРЫМА .....	257
Туголукова Е.Ю. ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ И ИНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И Г. СЕВАСТОПОЛЕ .....	260
Хистева Е.В КОРПОРАТИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ: ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ.....	264
Цыбульская Л.А., Христенко Л.С. КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛЬЮ КРЫМА И СЕВАСТОПОЛЯ.....	267
Чеглазова М.Е. РОЛЬ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....	270
Шарова И.С., Шведова И.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ QR-КОДОВ В ТУРИСТИЧЕСКОМ КЛАСТЕРЕ АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА .....	273
Шахова Е.С., Белая М.Н. ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА .....	274
Шушпанова Ю.Д., Парубец О.В. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ НА ПРИМЕРЕ ПАРУСНОЙ РЕГАТЫ «ПАРУСНАЯ НЕДЕЛЯ СЕВАСТОПОЛЯ»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ .....	276

## РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА КАК ОСНОВНОГО ВИДА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Айдаралиева М.С., Безуглова М.С., Кожеуров Д.Б. Региональная специфика развития экскурсионного туризма как основного вида туристической деятельности в Астраханской области.** В работе рассматриваются современные вопросы развития основных направлений регионального экскурсионного туризма. В последние годы экскурсионный туризм региона пополнился большим количеством новых направлений и инновационных подходов в организации. Астраханская область предлагает туристам разнообразную экскурсионную программу по разным темам и направлениям.

**Aidaraliev M. S., Bezuglova M. S., Kozheurov D. B. Regional specificity of development of excursion tourism as the main form of tourism in Astrakhan region.** The paper discusses modern issues of development of the main directions of the regional excursion and tourism. In recent years, sightseeing tourism in the region has gained a lot of new trends and innovative approaches in the organization. Astrakhan oblast offers tourists a variety of sightseeing tours on different topics and areas.

**Ключевые слова:** экскурсионная деятельность, экскурсионный туризм, экскурсия, экскурсионный потенциал Астраханской области.

Основной **целью исследования** является изучение региональных особенностей современного экскурсионного туризма как основного вида туристической деятельности в Астраханской области.

**Изложение основного материала исследования.** Экскурсионная деятельность – это деятельность по организации ознакомления экскурсантов с туристскими, природными и культурно-историческими ресурсами в стране временного пребывания, которая не предусматривает предоставление услуг размещения [3]. Термин «экскурсия» происходит от латинского «excursio» поездка. Экскурсии зародились на основе поездок познавательного, образовательного, научного характера. Экскурсия длится не более 24 часов. Экскурсионная деятельность и экскурсионные организации способствовали более широкому развитию туристского движения в России [6]. В настоящее время экскурсия – это методически продуманный показ природных (водопады, тропы, пещеры и др.) и культурных объектов (музеи, памятники культуры, предприятия, местность и др.), способ и метод приобретения знаний. Проводится, обычно, группе экскурсантов под руководством специалиста-экскурсовода. Экскурсионный или познавательный туризм напрямую связан с экскурсиями, посещением достопримечательностей городов, выставок, памятников архитектуры, храмов, музеев и т.д.

Кратковременные поездки продолжаются, не дольше одного дня, а путешествие, целью которого является ознакомления с местными достопримечательностями определенного региона длятся несколько дней или недель, их называют экскурсионными турами. Любой экскурсионный туризм независимо от его вида и продолжительности характеризуется насыщенностью и экзотичностью времяпровождения. Для того чтобы больше узнать о конкретном интересующем городе, изучить его исторические и культурные достижения, так же необходимо отправиться в обзорную поездку [5].

В Астраханской области экскурсионный туризм достаточно развит. В городе проводятся экскурсии по главным архитектурным и музейным достопримечательностям. Это в первую очередь Астраханский кремль, торговые подворья, купеческие особняки, музеи и выставочные залы и др. Большое количество музеев, выставок, ремесленных и этнографических центров, разнообразие природных ландшафтов привлекают российских и иностранных туристов. Наиболее популярными региональными экскурсиями являются: Экскурсия по астраханскому кремлю, Пешеходная экскурсия по городу Астрахани, Обзорная экскурсия по городу Астрахани (пешеходная и автобусная), Экскурсия в культурно-туристский центр - столица Золотой Орды – Сарай-Бату, Экскурсия на каспийское взморье дельты Волги, Экскурсия на лotosовые поля, Экскурсия в Богдинско-Баскунчакский заповедник, Экскурсия в Астраханский биосферный заповедник, Экскурсия в астраханскую пустыню, Экскурсия на осетровую ферму, Экскурсия в культурно-этнографический центр им. Курмангазы Сагырбаева «Там, где слышна домбра Курмангазы» и др. [1,2].

Экскурсионный туризм тесно связан с экотуризмом. В настоящее время в Астраханской области действует Астраханский государственный природный биосферный заповедник, в котором в 2016 году была открыта экологическая тропа, которая включает в себя пешую и водную экскурсии. Студенты Астраханского

государственного университета каждый год посещают данный заповедник в научных и познавательных целях. Открытие экологической тропы в АГПБЗ позволило студентам лучше познакомиться с природой заповедника. Для привлечения экотуристов в заповедник необходимо развивать туристскую инфраструктуру заповедника, но этот процесс должен проходить без причинения ущерба природе в целом. Осенью 2017 года в АГПБЗ расширилась экскурсионная программа, появилась возможность сплавления по реке на каноэ и тримаранах. Это новшество позволит привлечь большое количество туристов и любителей данного вида спорта. Введение инноваций позволит привлечь не только старых, но и новых экотуристов. Такие новшества можно вводить в природные парки, с целью привлечения большого числа туристов [4].

Меняется и подход к работе городских экскурсоводов. Так, местный гид и блоггер называющая себя Гид-хулиганка, устраивает творческие прогулки по городским дворам Астрахани. Эти экскурсии сопровождаются песнями под гитару, интересными историями, забавными заданиями и дегустациями местной рыбной продукции. Проходят экскурсии по не типичным для городских экскурсий местам, по астраханским дворикам и улочкам старого города. Такие экскурсии становятся всё более популярными и востребованными.

**Выводы.** Выполнение комплексного анализа экскурсионных программ региона поможет выявить те ниши экскурсионного бизнеса, что пока слабо развиты или не развиты совсем. Итогом исследования станет создание комплексной кратосхемы отражающей все имеющиеся экскурсионные маршруты региона.

#### Список использованных источников

1. Галактионова Я.В., Безуглова М.С. Основы астраханского экскурсионного туризма / Географические науки и образование : материалы X Всероссийской научно-практической конференции, г. Астрахань, 25 марта 2017 г. / сост.: В. В. Занозин, А. З. Карабаева, М. М. Иолин, А. Н. Бармин. – Астрахань : Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2017. – 198 с. С. 117-120.
2. Еритенко А.П., Малыгина М.О., Безуглова М.С. Роль памятников в развитии экскурсионного туризма г. Астрахани / Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии [Текст]: материалы VII Международной научно-практической конференции (г. Астрахань, 22-23 мая 2015 г.) / сост. И.В. Бузякова. – Астрахань. Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2015. – С. 137-141.
3. Особенности организации экскурсионного вида туризма [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://bibliofond.ru>. (Дата обращения: 28.09.2017)
4. Рудометова Н.П., Безуглова М.С. Краеведческие экскурсии как метод изучения региональной географии / Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии [Текст]: материалы XI Международной научно-практической конференции (г. Астрахань, 26-27 мая 2017 г.) / сост. И.С. Шарова, М.М. Иолин. – Астрахань: Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2017. – 100 с. С.38-41.
5. Ухтинская, М.В. Туристско-экскурсионная деятельность в организации досуга подростков [Электронный ресурс] / М.В. Ухтинская // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2012. - № 3. – С. 51 – 58. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-ekskursionnaya-deyatelnost-v-organizatsii-dosuga-podrostkov#ixzz42VWoRcoR>. (Дата обращения: 28.09.2017)
6. Шаповал Г.Ф. История туризма. [Текст] – Экоперспектива, 1999 г., С. 193-237.

УДК 908

**Акберова Я.С.,**

обучающаяся кафедры географии, картографии и геоинформатики  
АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»

**Безуглова М.С.,**

к. геогр.н., доцент кафедры географии, картографии и геоинформатики  
АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»,

**Борзова А.С.,**

ассистент кафедры географии, картографии и геоинформатики  
АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»,

г. Астрахань, Российская Федерация

#### СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ И ЗДОРОВЬЯ В ТУРИСТСКОМ КЛАСТЕРЕ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

**Акберова Я. С., Безуглова М. С., Борзова А.С. Современные особенности развития индустрии красоты и здоровья в туристском кластере Астраханской области.** В работе рассматриваются актуальные вопросы развития туристских объектов города Астрахани, работа которого направлена на реализацию запросов по сохранению и восстановлению здоровья и красоты.

**Akberova Y. S., Bezuglova M. S., Borzova, A. S. Modern features of development of the industry of beauty and health in the tourism cluster in Astrakhan region.** The work examines topical issues of development of tourist facilities

in the city of Astrakhan, which is committed to the implementation of queries for the preservation and restoration of health and beauty.

**Ключевые слова:** индустрия красоты и здоровья, лечебно-оздоровительный туризм, СПА процедуры, туризм и рекреация.

**Постановка проблемы.** Основной проблематикой изучаемого вопроса является тот факт, что на современном этапе развития регионального туризма, учреждения, работающие в сфере оказания услуг по сохранению и восстановлению красоты и здоровья отстают от мирового уровня и не могут предложить широкого ассортимента услуг. Индустрия красоты и здоровья на сегодня является весьма прибыльной сферой деятельности в туризме, поскольку с каждым годом растёт количество людей, желающих выглядеть и чувствовать себя как можно лучше. Помимо этого, со временем состояние здоровья населения ухудшается, возникают различные неизученные и трудноизлечимые заболевания. В связи с этим, конечно, спрос на подобного рода услуги растёт. Отметим тот факт, что в процессе туристских поездок люди часто позволяют себе дополнительные траты на услуги массажистов, СПА - салонов и т.д. [2].

**Изложение основного материала.** Вопросам развития такого кластера туризма, как индустрия красоты и здоровья сегодня посвящают все больше исследований специалисты многих стран мира, что вызвано многообразными возможностями, создаваемыми современными условиями развития туристского рынка. Однако эксперты всего мира отмечают, что рост индустрии красоты и здоровья сегодня так стремителен, что появляющиеся публикации по проблемам его развития не успевают за темпами его постоянного роста. Индустрия красоты и здоровья — понятие не совсем научное, так как охватывает большое разнообразие объектов, учреждений и комплекс услуг, и на эту отрасль работают производители косметических средств, косметологические клиники, санатории, оздоровительные СПА комплексы, учреждения здравоохранения, бальнеологические терапевтические виды процедур и т.д. На протяжении всей истории туризма люди путешествовали с оздоровительными целями. Лечебно-оздоровительный туризм - это одновременно и традиционная, исторически сложившаяся практика, определяющая цель путешествия, и современная индустрия красоты и здоровья мировых масштабов. Она располагает широкими возможностями и услугами, привнесенными новыми технологиями в результате медицинского прогресса и развития социальных средств связи. В регионе находится множество объектов и учреждений, работающих в этой сфере, но эти данные разрознены, фрагментарны. В данных условиях возникла необходимость комплексного исследования потенциала Астраханской области в сфере индустрии красоты и здоровья, определения его региональной специфики и перспектив использования. Логичным продолжением такого исследования является проведение ранжирования административных районов Астраханской области, которое позволит наглядно проанализировать имеющийся потенциал региона.

**Цель исследования** обобщить и проанализировать имеющиеся данные по развитию регионального комплекса услуг в сфере индустрии красоты и здоровья. В настоящий момент на территории Астрахани действуют 43 комплекса СПА – процедур. Один из них СПА клиника «Исида», включающая в себя такие виды услуг, как косметология, иглорефлексотерапия, физиотерапия, релакс-программы, СПА-процедуры (уходы по телу, пилинги, обертывания, массажи, термопроцедуры, гидропроцедуры). Так же в это число входят СПА-отели, одним из которых является «Баден-Баден», он оснащен тремя саунами и бассейнами разной температуры воды, в связи с чем обильно набирает рост посетителей и развивается в туристическом бизнесе [3].

Наибольшей популярностью в регионе пользуется Центр реабилитации-санаторий «Тинаки». Это многопрофильное медицинское учреждение, которое помогает сотням гостей со всех уголков России справиться с недугами, пройти профилактические процедуры и повысить уровень здоровья. Процедуры насчитывают несколько десятков наименований, основными среди которых являются медикаментозные и физиоаппаратные назначения, бальнео-, термо-, водолечение, климато-, ароматерапия, массажи и физкультура. В здравнице используются природные целебные факторы в виде бромной минеральной воды «Тинакская», которую назначают как в качестве питья, так для ванн и орошений, илово-сульфидной грязи местного озера «Лечебное».

Не менее известен Санаторий-профилакторий «Баскунчак». Целебные компоненты - иловая грязь и рапа - являются главными природными факторами, применяемыми для улучшения самочувствия гостей здравницы, берут из бессточного соленого озера «Баскунчак» на севере Астраханской области (Ахтубинский район). Здравница является многопрофильным медицинским учреждением, где за здоровьем гостей следит профессиональный медицинский коллектив. Мощная материальная база позволяет точно поставить диагноз, прописать курс лечения с учетом общего самочувствия гостя, противопоказаний, пожеланий. Наряду с медикаментозными, физиоаппаратными назначениями могут быть прописаны процедуры лечебного массажа, физкультуры, бальне-, тепло-, климатотерапия [1].

Отметим, что медицинский туризм аналогично активно развивается в регионе. Например, в течении последних пяти лет Отделенческая больница на станции Астрахань 1 постоянно наращивает объёмы приёма пациентов из других регионов. В 2017 году их число достигло двух тысяч человек [4].

**Выводы.** В настоящее время ведётся работа по созданию комплексной картосхемы в которой будут отображены основные объекты и учреждения, работающие в региональной индустрии красоты и здоровья. Анализ картосхемы позволит выявить основные закономерности по развитию данного кластера. Развитие данного кластера позволит вывести индустрию туризма региона на новый уровень.



#### Список использованных источников

1. Безуглова М.С. Геоэкологическая характеристика Волжского понизовья и особенности астраханской лечебно-оздоровительной рекреации [Текст] Астраханские краеведческие чтения: сборник статей / под ред. А.А. Курапова, Е.И. Герасимиди, Р.А. Тарковой, Астрахань: Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2014. Вып. VI. – С. 42-47.
2. Лечение за рубежом - Косметология [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://medtur-gid.com/lechebnyye-kurorty/spa-kurorty/spa-kurorty-mira.html> (Дата обращения 16.09.2017).
3. Луцева А.А., Безуглова М.С. Особенности развития лечебно-оздоровительного туризма на территории Астраханской области / Экологические проблемы природных и урбанизированных территорий [Текст] : Материалы VII Международной научно-практической конференции. 22-23 мая 2014 г., г. Астрахань / сост. Т.В. Дымова. – Астрахань : Издатель: Сорокин Роман Васильевич, 2014. – С. 22-24.
4. Тему медицинского туризма обсудили в Астрахани [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://astrakhanfm.ru/obshestvo/obshestvo\\_temu-meditsinskogo-turizma-obsudili-v-astrahani.html](http://astrakhanfm.ru/obshestvo/obshestvo_temu-meditsinskogo-turizma-obsudili-v-astrahani.html) (Дата обращения 16.09.2017).

УДК: 339.1

Ангелина И. А., д.э.н., профессор,  
Дорошилова Я.В., аспирант  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им.М. Туган-Барановского»  
г.Донецк, Донецкая Народная Республика

#### МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Ангелина И.А., Дорошилова Я.В., Маркетинг территорий как инструмент повышения туристической привлекательности Республики Крым. В статье рассматривается современная позиция Крыма на рынке туристических услуг. Проведен анализ привлекательности территории. Разработана маркетинговая политика продвижения региона с учетом перспектив и возможностей его развития.

Angelina I.A., Doroshylova Y.V. Marketing of territories as a tool for improving the tourist attraction of the Republic of Crimea. In the article considered the modern position of Crimea in the market of tourist services. The analysis of the attractiveness of the territory was carried out. The marketing policy of promotion of the region is developed taking into account the prospects and opportunities for its development.

**Ключевые слова:** маркетинг территорий, Крым, маркетинговая политика, продвижение, туристические услуги.

**Постановка проблемы.** Современный туристический бизнес активно развивается во многом благодаря эффективным маркетинговым стратегиям, в процессе внедрения которых используется маркетинг округов, регионов, городов и т.д. Маркетинг территорий направлен в первую очередь на создание благоприятного общественного мнения о регионе с целью увеличения потока туристов, а, следовательно, привлечения капитала и обеспечения устойчивого развития данных территорий.

**Изложение основного материала.** Страны – лидеры туристического мира используют весь доступный спектр маркетинговых инструментов для завоевания новой и удержания старой аудитории: проведение рекламных кампаний, выпуск тематических передач на телевидении, организация рекламных туров, выпуск книг, буклетов, сувениров с привязкой к территории, участие в международных туристических выставках, создание и развитие интернет-ресурсов, посвященных продвигаемому региону. Отметим, что в условиях мирового финансового кризиса маркетинговая активность основных туристических центров не только не уменьшилась, но в большинстве случаев даже усилилась.

Российская Федерация обладает огромным туристическим потенциалом, однако уступает другим странам в размерах инвестиций, направленных на маркетинг в туризме, а также в масштабе кампаний, направленных на раскрытие потенциала отдельных округов и страны в целом.

Примечательно, что в ТОП-25 наиболее предпочтительных мест для отдыха входит только российский Санкт-Петербург, занимающий 14 место. А в ТОП-10 городов по России не входит ни один из городов Республики Крым, что свидетельствует о низкой привлекательности региона. Учитывая туристический потенциал Республики Крым в целом, можно сделать вывод о малоэффективной маркетинговой политике продвижения региона.

Таблица 1 – Рейтинг посещаемости городов Traveller’s choice по версии TripAdvisor [1]

Россия			
1	Санкт-Петербург	1	Бали, Индонезия
2	Москва	2	Лондон, Великобритания
3	Сочи	3	Париж, Франция
4	Казань	4	Рим, Италия
5	Волгоград	5	Нью-Йорк, США
6	Краснодар	10	Пхукет, Таиланд
7	Ярославль	11	Стамбул, Турция
8	Суздаль	12	Ямайка
9	Воронеж	13	Хойан Вьетнам
10	Нижний Новгород	14	Санкт-Петербург, РФ

Важным условием успешного маркетинга территорий является четкая фокусировка стратегии на развитие наиболее привлекательных туристических направлений и продвижение их на тех рынках, которые смогут обеспечить увеличение объема туристических потоков в регион [2]. Также разработка маркетинговой политики должна иметь комплексный характер, то есть объединять в себе сразу несколько взаимосвязанных направлений деятельности:

**1) Формирование продукта.** Туристический продукт включает в себя основные и дополнительные услуги. К основным относят размещение, питание, транспорт, а также неотделимый от образа Крыма пляжный отдых. К дополнительным – организация досуга и обслуживание экскурсионных туров, что уже на данный момент, учитывая богатство региона природными и историческими памятниками, является достаточно привлекательным направлением отдыха. Из уже существующих видов предоставляемого турпродукта можно выделить следующие: развлекательные, экологические (зеленые), религиозные, лечебно-оздоровительные и культурно-познавательные туры. Таким образом, целесообразным считается проведение анализа предлагаемых в Республике Крым видов туризма с акцентом на определении их привлекательности, прибыльности и конкурентоспособности. Затем производится формирование портфеля наиболее перспективных продуктов с необходимостью приоритетного развития.

**2) Определение и выбор целевых рынков.** Ключевыми критериями являются наличие или возможность организации транспортного сообщения (позитивное влияние на этот фактор имеет, в первую очередь, строительство Керченского моста), популярность видов путешествий среди представителей целевой аудитории, наличие конкурирующих предложений на возможном целевом рынке, культурные особенности и прочее.

**3) Организация системы продаж.** Как правило, успех приносит охват основных каналов сбыта туристического продукта, к которым относятся туристические операторы и агентства, а также собственные интернет-порталы.

**4) Продвижение.** Основным аспектом маркетинга территорий является создание узнаваемого бренда Республики Крым. Территория Крыма, с ее богатой природой, историей и выходом к 2 морям сама по себе является мощным конкурентным преимуществом. Таким образом, регион представляет собой основу уникальности туристического продукта, который он предлагает. Однако, это всего лишь некоторые аспекты бытового имиджа [3]. Сущность же разрабатываемого (формального) имиджа должна передавать колорит полуострова, подчеркнуть уникальность региона, его богатую историю, указать на преимущества выбора Республики Крым в качестве места отдыха.

Помимо позитивного имиджа, бренд должен также включать в себя логотип и слоган продвигаемой территории, узнаваемую личность, четко определенные ключевые ценности и атрибуты, обозначенные преимущества, а также мощную базу визуальных образов.

Традиционными каналами продвижения бренда являются: ролики на ТВ; реклама в прессе; наружная реклама (щиты, растяжки, вывески); обеспечение упоминаний в различных СМИ; создание уникального события (мероприятия) на территории Крыма (в идеале - международного масштаба); рассылка по базе данных целевых клиентов рекламно-информационных материалов и выгодных предложений; распространение печатной информационной продукции в ТРЦ, аэропортах, отелях и т.д.; использование территории региона как место действия фильма, литературного произведения (как, к примеру, г. Севастополь); создание сайта для различных целевых групп, реклама в социальных сетях, фото и видео хостингах.

**Выводы.** Туристический рынок Российской Федерации характеризуется заметной специализацией отдельных регионов. Однако, рынок привлекательных для путешествий территорий испытывает дефицит конкурентных маркетинговых идей по причине недостаточного внимания к проблемам данных зон. Вместе с тем, Крым

обладает рядом свойств, позволяющих считать его уникальным торговым предложением на международном туристическом рынке. Предложенный маркетинговый сценарий и инструментарий позволит усилить конкурентные преимущества территории наименее затратными методами. Таким образом, политика повышения туристической привлекательности Республики Крым может быть сведена непосредственно к маркетингу территорий.

#### Список использованных источников

1. ТрипадвизорРоссия [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: [www.tripadvisor.ru](http://www.tripadvisor.ru) (дата обращения: 16.09.2017).
2. Панасейкина Вероника Сергеевна Маркетинг территории как инструмент повышения инвестиционной привлекательности местного сообщества // Общество: политика, экономика, право. 2011. №2.
3. Понукалина Оксана Викторовна, Логинова Лариса Викторовна Имидж территории в контексте повышения туристской привлекательности региона // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. №1 (31). С.65-72

УДК 338.48:331.101.262

Ангелина И. А., д.э.н., профессор,  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли им.М. Туган-Барановского»  
г.Донецк, Донецкая Народная Республика

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Ангелина И.А.** Совершенствование мотивационного механизма управления туристическим предприятием. В статье раскрыты основные направления совершенствования мотивационного механизма управления туристическим предприятием. Проведен анализ организационно-экономического механизма стимулирования персонала туристических предприятий. Выделены основные методы мотивации управления туристическим предприятием.

**Angelina I.A.** Improvement of the motivation mechanisms for the management of a tourist enterprise. The article deals with the main directions of improving the motivational tourist enterprise management mechanism. The analysis of the organizational-economic mechanism of stimulation of staff of tourism enterprises. The basic motivation of management practices of tourism enterprises.

**Ключевые слова:** механизм, туристический, стимулирование, предприятие, сфера, персонал, управление, экономический, труд, процесс.

**Keywords:** gear, travel, promotion, enterprise scope, staff, management, economic, labor process.

**Актуальность.** Развитие рыночных преобразований в туристической сфере России требует внедрения новых управленческих подходов, основанных на современных научных теориях, учитывают отраслевую специфику, интересы государства, ориентированных на получение конкурентных преимуществ предприятий туристической сферы и повышение качества жизни населения.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Основные положения, определяющие общие теоретико-методические основы стимулирования труда персонала, базируются на концепциях ведущих представителей экономической мысли – С. Адамса, Ч. Бернарда, М. Вольского, В. Врума, Ф. Герцберга, М. Туган-Барановского и др.

Подходы к стимулированию персонала получили дальнейшее развитие в трудах В. Герчикова, Дж. Локка, Дж. Хикса и др. Большой вклад в теорию исследования социально-экономических процессов, происходящих в туристической сфере, сделали М.П. Войнаренко, З.М. Горбылева, П.В. Гудзь, Е.М. Ильина, В.А. Евдокименко и др.

Указанная актуальность и неотложность решения проблемы стимулирования персонала предприятий туристической сферы определили тему данной работы и обусловили цели, задачи и структуру исследований.

**Целью работы** является углубление теоретических основ и разработка практических рекомендаций по совершенствованию мотивационного механизма управления туристическим предприятием.

**Изложение основного материала.** Производственные, финансовые, информационные отношения между субъектами предпринимательской деятельности в туризме требует внешнего и внутреннего стимулирования. Внешнее стимулирование осуществляется благодаря механизмам конкуренции, взаимодействия рыночного спроса и предложения на рынке, нормативно-правовым, регуляторным, институциональным и финансовым механизмами государственного регулирования. Причиной

внутриотраслевого стимулирования является финансовая и технологическая взаимозависимость предприятий туристической сферы.

Как правило, все предприятия туризма имеют линейно-функциональный тип организационной структуры. Линейная организационная структура основывается на принципе единства распределения поручений, согласно которому право отдавать распоряжения имеет только вышестоящая инстанция. Соблюдение этого принципа должно обеспечивать единство управления.

Управление персоналом предприятия может осуществляться с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления. Используя социально-психологические методы можно эффективно осуществлять духовное стимулирование, создавая благоприятный психологический климат в коллективе и чувство принадлежности к организации. В части использования экономических методов стимулирования у предприятия должны иметься резервы усовершенствования процесса управления за счет усовершенствования системы материального стимулирования персонала.

Современные научные труды указывают на серьезные деформации существующего в туристической сфере региона организационно-экономического механизма стимулирования персонала, в том числе на общую трудовую пассивность работающих; низкую значимость средств нематериального стимулирования; преимущественное определение социального статуса работающего по нетрудовым критериям; наличие у работающих желания иметь стабильную высокооплачиваемую работу, но с низкой интенсивностью труда, которая не требовала бы постоянного повышения квалификации [1].

Существующие системы материального стимулирования характеризуются учеными как непрозрачные, не всегда связанные с производительностью труда, построенные на личных отношениях между руководством и конкретными работниками, а это, в конце концов, приводит к постепенной потере ими стимулирующей функции.

Методологической основой разработки действенного организационно-экономического механизма должен стать системный подход, а целью – повышение доходности туризма в пределах конкретной территории, что характеризуется определенным организационным, кадровым, финансовым потенциалом и функциональными условиями, которые формируют способы развития туристического предпринимательства.

Базовым принципом, на котором строится механизм, является системный, комплексный, целенаправленный подход к выбору стимулов, способных повлиять на мотивацию трудовой деятельности конкретных индивидов и целых коллективов, и инструментов их внедрения в жизнь. При этом приоритет отдается именно материальному стимулированию как наиболее присущему нынешней стадии развития отечественной экономики [2].

Предложенная система стимулов не может быть статичной в условиях динамической предпринимательской среды. Изменения конъюнктуры регионального туристического рынка и рынка труда, реформирования правового поля, технологические прорывы, переход предприятия или целого туристического региона на качественно новую стадию жизненного цикла влекут за собой определенные стратегические переориентации на мезо- и микроуровне.

Основным условием создания мотивирующего механизма является обеспечение принципа справедливости, в том числе за счет адекватного стимулирования всех категорий персонала.

Учет в процессе формирования организационно-экономического механизма стимулирования персонала принципу адекватности поможет достичь максимально возможного согласования интересов всех участников системы.

Именно процедура диагностирования позволяет выделить критические точки сложившейся ситуации и предложить такую мотивационную модель, которая лучше всего отвечает современным условиям. Вариант организационно-экономического механизма приведен на рис. 1.

Ожидаемый эффект от внедрения предлагаемого механизма достигается за счет сочетания стимулирующих усилий нескольких институтов. Речь идет о нормативно-правовых, экономических и организационных регуляторах из арсенала органов государственной и местной власти, которые отвечают за развитие туризма, социальную, экологическую и правовую защиту населения, сферу образования и науки. Их действие направлено на преодоление противоречий между общественными и предпринимательскими интересами в рамках единой территории.

С другой стороны, институциональным ядром механизма остаются предприятия туристической сферы, руководство которых с помощью специфических сочетаний административных, организационных и экономических рычагов регулирует процессы взаимодействия между собственными работниками и внутренними корпоративными интересами.

Определим содержание каждого механизма в предложенной структуре.

В случае, когда реализация определенной стратегической цели требует от менеджеров временного перераспределения ресурсов, в том числе человеческих, возникает необходимость преодоления нежелания сотрудников выполнять сверхурочные. Это вновь поднимает вопрос критериев и процедуры оценки вклада всех участников.

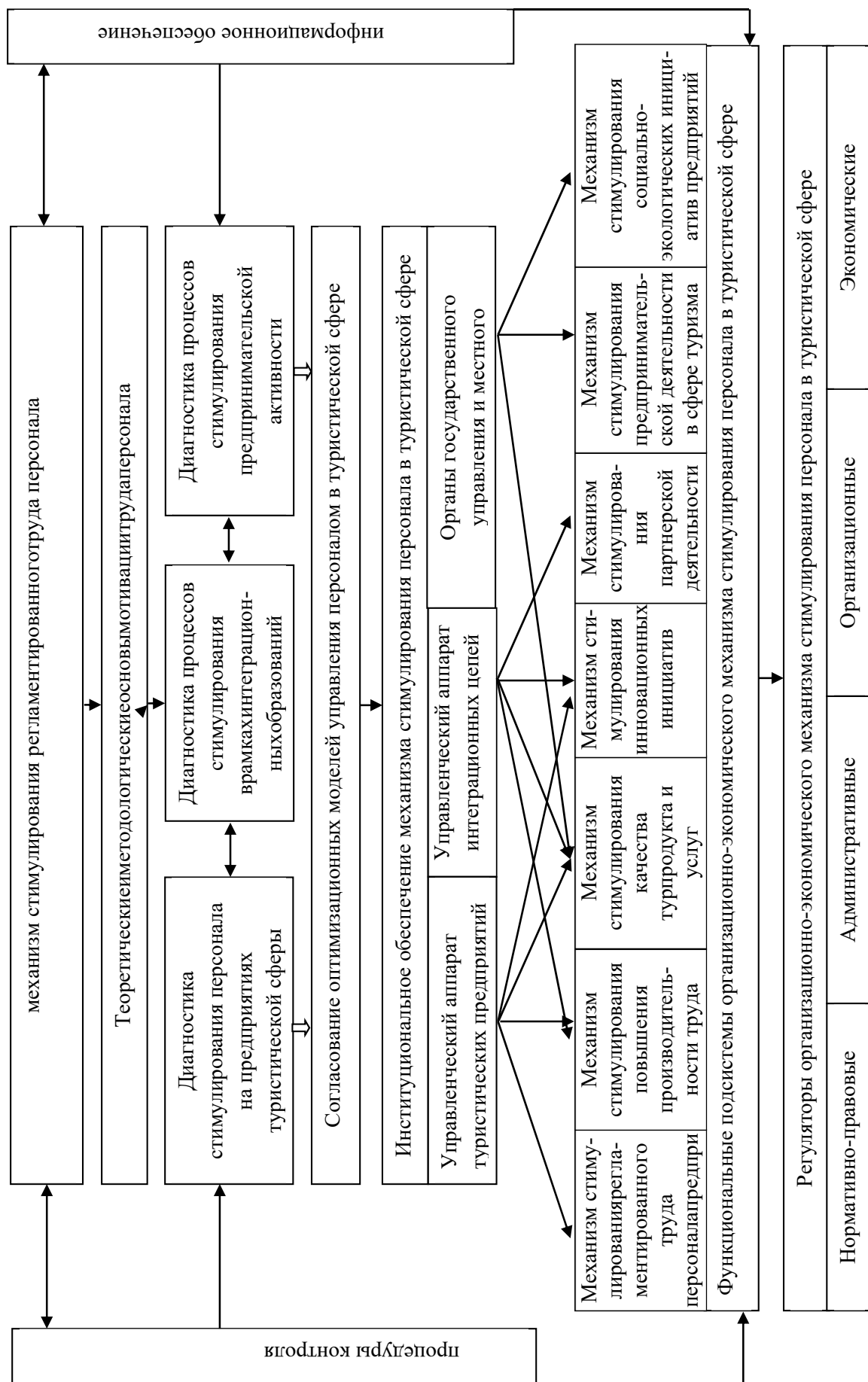


Рис.1. Организационно-экономический механизм стимулирования персонала предприятий туристической сферы [3, 4, 5]

Второй составляющей организационно-экономического механизма является механизм стимулирования повышения производительности труда персонала. Решить эту проблему можно за счет совершенствования процедуры операционного планирования. Основной целью предприятий и их объединений в этой ситуации является выделение «точек роста» в рамках действующего стратегического плана, включая направления деятельности, по которым можно добиться роста объемов продаж (или экономии расходов) и промежутки времени, в течение которых предприятию выгоден такой рост. Принципиально важным является налаживание третьего механизма – стимулирование качества туристического продукта и отдельных услуг, поэтому стоит рассматривать его на всех институциональных уровнях управления туристической сферой. По его созданию приходится на производителей услуг и туроператоров.

Предметом оценки четвертого механизма, является эффективность представленного производственного, управленческого, экономического проекта и его приемлемость для предприятия, причем материальное вознаграждение может предшествовать внедрению, а может составлять долю полученного от внедрения прибыли.

Одним из самых сложных компонентов предлагаемого механизма является пятый – механизм стимулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма. Основные аспекты взаимодействия хорошо освещены в научных изданиях, поэтому попробуем рассмотреть их сквозь призму формирования мотивационного механизма. Несмотря на существование определенных противоречий между экономическими интересами государства и предпринимателей, в настоящее время принято рассматривать взаимодействие субъектов хозяйствования и местных органов власти не с позиции приоритетности, а как координацию деятельности, создание последними благоприятной внешней среды, обеспечение ее стабильности, законности и тому подобное. Это актуально как на уровне страны, так и на уровне ее регионов, а значит, обязательным является разработка принципов сотрудничества между партнерами, в том числе через подготовку моделей правовых и организационных решений.

Механизм стимулирования социально-экологических инициатив предприятий, действительно, требуют особенной мотивации со стороны государства, ведь сейчас отсутствие условий и низкая рентабельность обслуживания людей с физическими недостатками и представителей малообеспеченных слоев населения заставляет владельцев туристического бизнеса отказаться от работы на этих сегментах рынка.

И, наконец, технологические особенности создания туристического продукта обуславливают актуальность «запуска» седьмого механизма – механизма стимулирования партнерской активности. Интеграционные процессы в туристической сфере обусловлены высокой степенью взаимозависимости предприятий в рамках технологических цепей.

**Выводы:** Действие предложенного механизма должно основываться на принципах справедливости, адекватности, иерархичности, экономической и дифференцированности целесообразности и быть направлено на формирование и внедрение эффективной модели управления мотивационными процессами в сфере туризма, обеспечения социализации туристической сферы и оптимального для региона уровня производительности труда предприятий, учреждений и заведений туристической сферы, повышение эффективности взаимодействия государственных и частных структур, рост уровня качества обслуживания туристов, создание действенного механизма межотраслевой и внутриотраслевой координации туристических предприятий, учреждений и организаций.

#### Список использованных источников

1. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-Синтез», 2010.
2. Матвеева Г.В. Экспериментальное внедрение модели профессиональной підготовки экскурсоведов // Молодой ученый. — 2014. — №17. — С. 517-521.
3. Юр'єва Г.В. Основні тенденції системи підготовки професійних кадрів і її стратегічне значення для подальшого розвитку індустрії туризму в Україні. – 2010. – С.10 – 12.
4. Юр'єва Г.В. Підвищення ефективності праці через стимулювання і формування сталих мотивів / Г.В. Юр'єва, І.В. Окоркова // матеріали всеукр. науч.-практ. конф. [«Проблеми управління підприємцтвом в сучасних умовах»], (Ялта, 9–12 листопада 2005 г.). – Ялта: Тавричеський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2005. – Ч. II. – С. 15–16. Особистий внесок автора: визначено основні методи стимулювання персоналу.
5. Юр'єва-Юрій А. В. Моделювання організаційно-економічного механізму стимулювання персоналу туристичних підприємств / А.В. Юр'єва-Юрій [Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»]. Рада по вивченню продуктивних сил України Національної академії наук України. – 2010. – № 11.

**Арифиллин М.В.,**

Канд. экон. наук, доцент  
Доцент Института туризма и гостеприимства  
Российский государственный университет  
туризма и сервиса, г. Москва

**Симонова М.М.,**

Канд. соц. наук, доцент  
Доцент кафедры «Управление  
персоналом и психология»  
Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

## **КУМЫСОЛЕЧЕНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКИРИЯ И РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**Арифиллин М.В., Симонова М.М. Кумысолечение: проблемы и перспективы развития традиционных и альтернативных видов оздоровительной деятельности в Республике Башкирия и Республике Крым.** В статье рассмотрены вопросы организации санаторно-курортного обслуживания в Республике Башкортостан и Республике Крым. Дана краткая характеристика имеющихся ресурсов. Описаны подходы, касающиеся организации отдыха и лечения граждан с использованием целебных свойств конского молока. Описан положительный опыт использования кумысолечения в «советский» период, приведены примеры использования данного лечебного метода в современной России на примерах Республики Башкортостан и Республики Крым.

**Arifullin M. V., Simonova M. M. Kumysolecheniye: problems and the prospects of development of traditional and alternative types of improving activity in the Republic Bashkiria and the Crimea.** In article questions of the organization of sanatorium service in the Republic of Bashkortostan and the Crimea are considered. The short characteristic of the available resources is given. The approaches concerning the organization of rest and treatment of citizens with use of curative properties of horse milk are described. Positive experience of use of a kumysolecheniye during the "Soviet" period is described, examples of use of this medical method in modern Russia on examples of the Republic of Bashkortostan and the Crimea are given.

**Ключевые слова:** кумыс, кумысолечение (лечение с использованием кумыса), природные ресурсы, Республика Башкирия, Крым, санаторий, курорты

**Keywords:** koumiss, a kumysolecheniye (treatment with use of koumiss), natural resources, the Republic Bashkiria, the Crimea, sanatorium, resorts

**Постановка проблемы.** Федеральный закон РФ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» определяет туризм как «временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально- деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой в стране временного пребывания деятельностью». Не случайно в этом определении на первом месте стоит оздоровительная роль. Восстановление и поддержание здоровья человека – залог продуктивной и активной жизни [2].

**Изложение основного материала.** В России существует немало перспективных в рекреационном плане территорий, к числу которых, безусловно можно отнести курорты Крыма и республики Башкортостан, где имеются необходимые ресурсы для развития лечебного и социального туризма

**Характеристика туристско-рекреационных ресурсов Башкирии.** Башкирия располагает прекрасными условиями и для отдыха. На курортах Башкирии основным природным фактором является климат. Это курорты имени Аксакова, Глуховская, имени Чехова, Шафраново, Алкино, Юматово и Якты-куль. В первых шести большое место в лечении занимает кумыс, в Якты-Куле- грязь. Поэтому указанные курорты (за исключением Якты-Куля) называют климато- кумысолечебными, а санаторий «Якты –Куль» - климатогрязевым. Курорты Красноусольский – бальнеогрязевый. Ассы и Янган-Тау – бальнеологические. Ведущие природные лечебные факторы Красноусольского – это минеральная вода и иловая грязь, в Янган-Тау – горячие пары и вода источника Кургазак [1].

Целебные свойства природных ресурсов Башкирии известны давно. Первое упоминание в литературе о Красноусольских источниках относится к 1752 году. Сведения о термальной аномалии Янган-Тау и о башкирском кумысе появились в 1770 году.

Курорты Красноустьский и Якты-Куль славятся лечебной грязью – пелоидами. Это особые вещества, которые образуются в водоемах в естественных условиях под влиянием геологических процессов. В тонко измельченном состоянии, смешанные с водой и подогреты, эти вещества применяются с лечебными целями в виде ванн или местных обмываний (аппликации).

В Башкирии насчитывается более 600 рек и речушек и свыше 1000 озер. Отдыхающие могут купаться, принимать солнечные, воздушные ванны, заниматься лечебной греблей. Все это способствует закаливанию организма. Для успешного лечения больных климатотерапия должна занимать определенное место в комплексе лечебно-профилактических факторов каждого санатория и дома отдыха. Правильное применение климатотерапии повышает эффективность лечения различных заболеваний. К собственно климатотерапевтическим процедурам относят воздушные и солнечные ванны, сон на воздухе и др.

Некоторые курорты Башкирии – Глуховская, имени Чехова – можно отнести к лесным климатическим здравницам. Различают климат лиственных и хвойных лесов. Исследователи И.Г. Габрилович, В.В. Родзимовская, Л.Я. Энштейн и другие считают воздух хвойных лесов наиболее благоприятными для лечения больных туберкулезом.

Лечебный туризм на территории нынешней Башкирии имеет очень давнюю историю: ещё с доисторических времён люди инстинктивно тянулись к источникам на реке Усолке, купание в которых исцеляло от множества болезней. Это поистине «намоленные места» - недаром именно на солёном ключе, впадающем в Усолку при Вознесенской пустыни, в 1570-х годах произошло явление иконы Казанской Божьей матери. После пожара в церкви в 1590-х годах в этом же месте случилось повторное (!) явление той же иконы, впоследствии названной Табынской, по имени рядом стоявшей крепости.

Места эти и целебные, и благодатные, и красивые, и богатые недрами: в XVII-XVIII веках Вознесенские солеварни снабжали солью всю округу; в 1752 году на Усолке в 5 км. ниже по течению уральские промышленники Твердышев и Мясников возвели Богоявленский медеплавильный завод, позднее реорганизованный в стекольный завод

В 1939 году здесь организована Красноустьская бальнеологическая станция; в 1944 – летний бальнеологический санаторий, который с 1957 года перешёл на круглогодичный режим.

Вода минеральных источников в Красноустьском применяется в виде ванн, внутрь – для питья и подводно-кишечных промываний.

По данным экспедиции М.Н. Фридмана, Красноустьский хлоридно-натриевый минеральный источник № 11 может быть использован для лечения больных с хроническими гастритами, колитами и холецистами. При лечении такой группы больных этой минеральной водой устраняются диспептические явления, улучшается аппетит. На базе источника №12 («Горький ключ») организованы внутреннее применение, субкавальные ванны и кишечные промывания для больных ожирением и нарушением обмена веществ.

Летом 1948 года экспедиция Центрального института курортологии проводила полевые комплексные геологические исследования на горе Янган-Тау и в прилегающей к ней местности в радиусе 10-15 километров. Данные, полученные этой экспедицией, подтвердили устойчивость термального явления горы Янган-Тау и показали, что термальная зона горы представляет собой полосу шириной 50-100 метров и длиной около километра, протянувшуюся по южному склону горы на абсолютной высоте 375-400 метров. Здесь имеется пять площадок, где температурные явления проявляются наиболее заметно и температура горных пород доходит до 50-95°.

В 1953 году проводится специальное изучение горы Янган – Тау геопартией Министерства здравоохранения РСФСР во главе с горным инженером В.В. Штильмарком. Он считает, что недра горы сильно нагреты (до температуры свыше 300°) и что запасы тепла, с учетом размеров термальной зоны и слабой теплоотдачи горных пород, весьма значительны.

Несколько веков известны термические явления Янган-Тау. Академик Паллас писал: «Из открытых трещин (расселин) поднимается беспрестанно тонкий, против солнца дрожащий жаркий пар, к которому рукой прикоснуться невозможно; брошенные же туда берёзовая кора или сухие щепы в одну минуту пламенем загорались; в плохую погоду и в тёмные ночи кажется он тонким красным пламенем или огненным паром на несколько аршин вышиной».

С 1922 и 1923 гг. посещаемость горы принимает уже массовый характер. Больные приходили сюда самотеком. Конечно, никого врачебного надзора не было, и наблюдений за результатами лечения не велось. Паровые ванны принимались по усмотрению самих больных. Часто больные принимали до четырёх, а иногда и шести ванн в день, вымывая ямы и садясь в них.

Курорт Янган-Тау – бальнеологический низкогорный (413 м над уровнем моря). Название переводится с башкирского языка как «Огненная гора». Со стороны реки Юрюзань Янгантау представляет собой вытянутый вдоль русла увал, который покрыт берёзовым лесом. Относительная высота горы – 160 метров. Сложена тёмно-серыми битуминозными мергелями, известково-глинистыми сланцами и песчаниками артинского яруса пермской системы. По трещинам этих пород происходит выделение горячего (100-150°С) воздуха с повышенным содержанием углекислого газа водяных паров. В XVIII веке местные жители наблюдали здесь подземный пожар.



Среди больных, лечившихся на курорте Янган – Тау, половину составляли больные с различными поражениями опорно – двигательного аппарата, главным образом суставов, в том числе с инфекционным неспецифическим полиаппаратом различной клинической формы тяжести.

Санаторий Якты-куль – климато-грязевой низкогорный (450 м над уровнем моря) курорт находится на берегу озера Банное. Местность – холмистая, окружён лесопарком лиственных пород (в основном – берёза). Расположен у подножия восточного склона Южного Урала. С запада от господствующих ветров закрыт хребтом Крыкты-Ирендык.

Лечебные факторы курорта – климат и иловая грязь, доставляемая за 20 километров из солёного озера Мулдак. Рапа хлоридно-сульфатно-натриевая. Грязь пластичная, чёрная, сероватого оттенка. Содержание воды – 70-80%. В составе твёрдой фазы: карбонат кальция -40%, тонкая глина-30-32%, органические вещества – около 15% м над уровнем моря).

**Кумысолечение в Башкирии.** Одним из наиболее эффективных и активно используемых видов лечебных процедур на курортах Башкирии является использование кумыса.

«Кумыс» в переводе с татарского языка означает «набивающий оскомину», кисломолочный напиток из кобыльего молока. Кочевым народам этот лечебный напиток известен с глубокой древности. Приготовление Кумыса в это время практиковали все кочевые народы юго-восточной части России (в т.ч. на территории Башкирии) и средней Азии; о нем есть указания еще у античного ученого - историка Геродота. Оседлость кочевников и связанное с нею уменьшение табунов лошадей сократили приготовление Кумыса, и он остался употребительным напитком только у племен, принявших ислам. После указаний Геродота, вплоть до XII столетия, европейцы, как бы, забыли о кумысе. С XII столетия о существовании его вновь появляются некоторые сведения, как в русских летописях, так и в мемуарах иностранцев, путешествовавших по России. В конце прошлого столетия путешественник Штраленберг первый дал описание способа приготовления кумыса в своих путевых записках, а шотландский врач Джон Грив, служивший в то время в русской армии, засвидетельствовал питательное и терапевтическое свойство конского молока. В 1858 г., благодаря русскому д-ру Постникову, вопрос о значении питья кумыса снова выдвигается и активно разрабатывается в отечественной медицине. С тех пор целесообразность лечения кумысом некоторых очень тяжелых заболеваний признается большинством медицинских авторитетов.

Слава о кумысе и его лечебных свойствах распространилась давно. Активным пропагандистом и организатором кумысолечения в России был доктор медицины Нестер Васильевич Постников. Он первый занялся научным изучением действия кумыса на организм, по его мнению, сущность действия кумыса: «питает, укрепляет, обновляет».

Приготавливается этот напиток сбраживанием сырого кобыльего молока молочнокислыми бактериями, главным образом болгарской палочкой. Содержит 2-2,5 % белка, 1-2% жира, 3,5-4,8% сахара, 100-200 миллиграмм в 1 кг готового продукта. Содержит другие полезные вещества, включая необходимые организму человека витамины А, С, D, E, PP, все витамины группы В; 400-600 миллиграмм фосфора и 800-1000 миллиграмм кальция. В слабом кумысе 0,6-0,8% молочной кислоты, в среднем – 0,8-1%, в крепком кумысе – 1-1,2%. Содержание спирта соответственно 1, 1,5, 3%. Кумыс легко усваивается организмом человека, повышает усвояемость белков и жиров в пище, улучшает обмен веществ. Благодаря этим свойствам медики назначают кумыс больным при некоторых формах туберкулёза лёгких, без выраженной склонности к прогрессированию, а так же при туберкулёзе лимфатических желез, в первую очередь больным с сопутствующим хроническим гастритом. Под влиянием лечения кумысом у пациентов улучшается аппетит, секреция желудочного сока и всасывание пищи, повышается усвояемость белков и жиров в пище, нарастает вес тела. Дозируют кумыс для каждой категории больных строго индивидуально, начиная с 6 приёмов по 100 миллилитров (слабым больным по 50), в дальнейшем доводя единовременную дозу кумыса до 250 миллилитров.

Первый кумысолечебный санаторий в России, построенный в 1858 году близ Самары, послужил толчком к развитию кумысолечения в России и за границей. Для кумысолечебниц Москвы, Петербурга, а так же в Англию, Германию, Австро-Венгрию ученики и последователи Н.В. Постникова вывозили из башкирских и казахских степей здоровых, дойных кобылиц, кумысных мастеров, доярок, создавая в новых условиях «кумысоделие».

Писатель граф Лев Николаевич Толстой был поклонником этого целебного напитка. Заболев уже в достаточно зрелом возрасте туберкулезом, он неоднократно ездил в башкирские степи на лечение кумысом.

В настоящее время натуральный кумыс, приготовленный из кобыльего молока, активно и успешно применяется в мире для лечения туберкулеза. Методика кумысолечения освоена и применяется во многих странах Азии, Ближнего и Среднего Востока, Латинской Америки. В нашей стране был накоплен огромный опыт в данной сфере, использование кумыса в лечении в сочетании с лечением климатом применяется в санаториях степных районов Поволжья, Башкирии, Киргизии, Казахстана, Бурятии, в Крыму [3].

**Технология приготовления кумыса.** Технологически напиток готовится следующим образом: готовят закваску — «бродило», смешивают ее с кобыльим молоком и дают стоять. Смешивание продуктов производят в прокуренном мехе (по-киргизски — «сабе»), в изготовленной из цельного куска дерева конической кадке, или в стеклянных толстостенных банках, из-за хрупкости применяемых реже. «Бродилом» для получения первого кумыса у башкир служит кислое коровье молоко.

Специалист в области приготовления молочно-кислых продуктов Богоявленский предложил использовать при приготовлении кумыса разваренное до консистенции каши пшено, с постоянным кобыльим молоком; названный выше Постников, рекомендует пшено с солодом. Для последующего приготовления кумыса «бродилом» служит крепкий кумыс. Доказано, что микроорганизмы кумыса так же, как и кефира, образуют зерна, которые можно промывать, высушивать и сохранять. Когда «бродило» готово, приступают к приготовлению самого кумыса: башкиры берут 1 часть «бродила» (старого кумыса) и смешивают с 5-ю частями свежего парного молока, взбалтывают смесь в течение нескольких минут и оставляют на 3-4 ч. бродить; уже через 4 ч., обыкновенно, появляются первые признаки брожения: поверхность смеси покрывается слоем маленьких пузырьков; в это время приливают еще 4-5 частей свежего молока, взбалтывают и оставляют стоять на 7-8 ч., затем снова приливают 4-5 частей молока и сильно взбалтывают; через примерно 3-4 ч. после второго прилития слабый кумыс с кисловатым, приятным вкусом готов. Через 3-4 ч. после этого вкус кумыса делается кислым, с резким, неприятным алкогольным запахом, это — «крепкий кумыс». Для приготовления «среднего» кумыса, наиболее употребительного, прибегают к «подмолаживанию» крепкого кумыса, разбавляя его свежим молоком. Иногда, смотря по температуре, такое «подмолаживание» делается по 2-3 раза в день. От начала приготовления до получения крепкого кумыса, по этому способу, проходит меньше суток; но можно ускорить или замедлить процесс, повышая или понижая температуру, причем почти вся развивающаяся углекислота улетучивается. Иногда на кумысных производствах приготавливают так называемый «бутылочный кумыс»: после того как в кумысе началось алкогольное брожение, разливают его в бутылки и крепко закупоривают; дальнейшее брожение происходит в бутылке. При откупоривании под действием газов пробка вылетает и кумыс сильно пенится. После чего он поступает в розничную торговлю.

**Кумысолечение в Республике Крым.** В настоящее время в Крыму кумыс производится в небольшом количестве в одном хозяйстве Белогорского района, в поселке Зеленогорское (Эфендикой).

В СССР кумысолечение занимало в Крыму отдельную самостоятельную нишу санаторно-курортной отрасли. Тогда 35 санаториев и здравниц ЮБК, в их числе два детских учреждения, практиковали лечение кумысом, а совхоз «Зеленогорский» был единственным прямым поставщиком этого ценного продукта. Во времена СССР Крымский совхоз «Зеленогорский» входил в систему Ялтинского территориального совета, и управлял этим объединением Областной Здрав. отдел. Система лечения была построена по принципу круглогодичной работы. Люди приезжали на реабилитацию и лечение болезней, связанных с нарушением обмена веществ, а если говорить о санаториях «Старый Крым» и «Сосновая роща», то и на лечение тяжелых заболеваний органов дыхания, туберкулеза. Эта система довольно успешно проработала до февраля 1993 года. После Перестройки, продолжал быть государственным предприятием до 1999 года. Если раньше у совхоза был оптовый заказчик в лице Облздравотдела и Ялтинского территориального совета, регулировалась и ценовая и инвестиционная политика, то на тот момент все оказалось в подвешенном состоянии. Производители кумыса потеряли оптового заказчика, а в торговые сети кумыс вообще не поступал, или поступал в ограниченном количестве. Вопрос стоял очень остро, речь шла о ликвидации отрасли.

После воссоединения Крыма с Россией шефство над Белогорским районом Республики взял Башкортостан. Для агро. предприятия «Зеленогорское» это событие, скорее, не совпадение, а восстановление традиционных исторических связей. Ведь в начале 1950-х годов, когда правительство СССР приняло решение развивать кумысолечение в Крыму, в «Зеленогорское» именно из Башкирии завезли первую партию лошадей, взрослое поголовье, которое могло доиться. Для передачи опыта из Башкирии регулярно приезжали специалисты-коневоды.

Сегодня Крымская Агрофирма «Зеленогорск» выпускает около 50 тыс. бутылок кумыса в год, рассматривается вопрос о модернизации и расширении производства. Кроме того, на этом агропредприятии выращивают крупный рогатый скот, свиней, делают колбасу, брынзу, сыр, сметану и другие продукты питания.

**Вывод.** На основании вышеизложенного можно констатировать, что рекреационный потенциал рассмотренных регионов предоставляет огромные возможности для организации и развития традиционных видов туризма, в первую очередь лечебного туризма и социального туризма. С учетом богатого положительного отечественного опыта в данной сфере, развитие кумысолечения может и должно стать одним из перспективных, востребованных видов санаторно-курортной деятельности в данных регионах.

#### Список использованных источников

1. Паллас П.С. Путешествие по разным провинциям Российского государства. СПб., 1773-1788;
2. Симонова М.М., Удалов Д.Э. Правовые основы социального туризма в России //Федеральный научно-практический журнал Туризм: право и экономика. М., 2012. с. 8-11;
3. Арифиллин М.В., Митрофанова К.В. Новые тенденции и модели развития регионального туризма в современных условиях (на примере республики Алтай) // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. – 1–2 декабря 2016 г. – Ч. 1. – М.: МГИИТ, 2016. – с. 293-303.

**ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ООПТ**

**Арпентьева М.Р. Проблемы современного экологического туризма и ООПТ.** Экологическая ситуация в современном мире в целом отличается все нарастающей интенсивностью антропогенного воздействия на природную среду, многообразием экологических проблем, спектр которых все расширяется как в качественном, так и количественном отношении. В первую очередь это проблемы, связанные с (вос)созданием благоприятных условий для жизнедеятельности и развития человека, его здоровья, а также проблемы охраны окружающей среды и использования природных ресурсов. Воздействие человеческой активности на природу неоднозначно: в процессе взаимодействия человека и природы возникают самые разные эффекты, от непосредственного уничтожения до опосредованного гормезиса - стимулирующего действия умеренных доз стрессоров, от непосредственного развития и расширения до опосредованного вырождения, деградации флоры и фауны. Поэтому однозначных оценок и тем более понимания механизмов происходящего нет: часть ученых отмечают ингибирование роста биоты, часть отвергают наличие каких-либо последствий антропогенного воздействия, часть фиксируют возможность гормезиса, т.е. позитивного действия, например, относительно невысоких негативных воздействий, которые стимулируют ростовые и формообразовательные процессы. Большое значение в этом процессе играет заповедная и природоохранная деятельность. Чтобы выжить в современных социально-экономических и культурно-политических условиях, часть природоохранных территорий, в том числе заповедников, вынуждены разрешить контролируемый доступ туристическим организациям и массовым посещениям. Это разрешение обострило целый ряд проблем как самих заповедников, заказников как новых центров новых туристических дестинаций, так и проблем экологического туризма, развитие которого тесно связано с изменениями в социальной, политической, экономической и культурной жизни страны и всего человечества на переломе веков. Центральными вопросами в рассмотрении соотношения данных понятий стали вопросы 1) организации туристических дестинаций и систем управления экологическим туризмом, таким образом, чтобы удовлетворить как потребности экологического, а также связанных с ним паломнического и образовательного туризма, и удовлетворить потребности самой дестинации, созданной в целях сохранения или восстановления уникальных биологических объектов, флоры, фауны, территорий; 2) вопросы повышения экологической культуры населения и удовлетворения потребностей населения таким образом, чтобы это не мешало а помогало развитию заповедников и иных ранее закрытых или малодоступных территорий или аквапарков; 3) вопросы зонирования охраняемых природных территорий и кластеризации туристического бизнеса в рамках каждого из вида территорий, в том числе, с точки зрения возможности создания и типа туристических дестинаций. Кроме того, существует необходимость развития буферных зон и «транспортных коридоров» вокруг и между заповедниками и иными особо охраняемыми природными территориями. Существование собственно заповедных, закрытых зон как «каркасных узлов» создает лишь видимость охраны природы. Успешная и реальная охрана предполагает зонирование и системность в построении охраняемых территорий и соседних с ними зон большей или меньшей антропогенной активности. Аналогичным образом необходимо зонирование в экологическом туризме: нужно четко распределить и соотнести интересы туристов и уровень имеющейся у них и в обществе в целом экологической культуры, и зоны, в которые они могут быть безопасно для себя и заповедников, допущены. Необходимо также выработать различные режимы посещения в контексте их времени и пространственной организации. Экологический туризм требует высокопрофессионального подхода, но на деле существует огромный дефицит квалифицированных специалистов, которые бы понимали специфику экологического туризма, суть туроператорской деятельности, ценовой политики в сфере агротуризма, важность рекламы, геомаркетинга и геобрендинга, информационного и воспитательного сопровождения потока посетителей.

**Arpentieva M.R. I.I. Nature conservation and problems of modern ecological tourism.** The ecological situation in the modern world as a whole was characterize by the ever-increasing intensity of anthropogenic impact on the natural environment, the diversity of environmental problems, the range of which is expanding both qualitatively and quantitatively. First of all, these are problems associated with (re)creating favorable conditions for life and development of a person, his health, as well as the problems of protecting the environment and using natural resources. The impact of human activity on the nature is ambiguous: in the process of interaction between man and nature, a variety of effects arise, from direct destruction to mediated hormesis - the stimulating effect of moderate doses of stressors, from direct development and expansion to mediated degeneration, degradation of nature, it's flora and fauna. Therefore, there are no unambiguous assessments, let alone understanding the mechanisms of what is happening: some scientists note the inhibition of biota growth, some reject the presence of any consequences of anthropic influence, some fix the possibility of hormesis, i.e. positive action, for example, relatively low negative

impacts, which stimulate growth and formative processes. Great importance in this process is played by conservation and nature protection activities. To survive in modern socio-economic and cultural-political conditions, part of nature protection areas, including reserves, are forced to allow controlled access to tourism organizations and mass visits. This resolution has aggravated a number of problems both in the reserves themselves, in reserves as new centers of new tourist destinations, and in the problems of ecological tourism, the development of which is closely linked to changes in the social, political, economic and cultural life of the country and of all mankind at the turn of the century. The central issues in the consideration of the correlation of these concepts were the issues of 1) the organization of tourist destinations and systems for the management of ecological tourism, in such a way as to meet both the needs of environmental, as well as related pilgrimage and educational tourism, and meet the needs of the destination itself, restoration of unique biological objects, flora, fauna, territories; 2) the issues of increasing the ecological culture of the population and meeting the needs of the population in a way that does not hinder but helps the development of reserves and other previously closed or inaccessible territories or water areas; 3) zoning of protected natural areas and clustering of tourism business within each of the types of territories, including in terms of the possibility of creating and the type of tourist destinations. In addition, there is a need to develop buffer zones and «transport corridors» around and between reserves and other specially protected natural areas. The existence of strictly reserved, enclosed zones as "framework nodes" creates only the appearance of nature protection. Successful and real protection assumes zoning and systemic character in the construction of protected areas and adjacent zones of more or less anthropic activity. Similarly zoning in ecological tourism is necessary: it is necessary to clearly distribute and correlate the interests of tourists and the level of ecological culture that they and society have in common, and the zones in which they can be safe for themselves and reserves was allow. It is also necessary to develop different visiting regimes in the context of their time and spatial organization. Ecological tourism requires a highly professional approach, but in reality there is a huge shortage of qualified specialists who would understand the specifics of eco-tourism, the essence of tour operator activity, pricing policy in the field of agro-tourism, the importance of advertising, geo-marketing and geo-branding, information and educational support for the flow of visitors.

**Ключевые слова:** заповедное дело, туризм, агротуризм, экологический туризм, диверсификация, геобрендинг.

**Keywords:** reserve business, tourism, agrotourism, eco-tourism, diversification, geo-branding.

**Постановка проблемы.** Экологическая ситуация в современном мире в целом отличается все нарастающей интенсивностью антропогенного воздействия на природную среду, многообразием экологических проблем, спектр которых все расширяется как в качественном, так и количественном отношении. В первую очередь это проблемы, связанные с (вос)созданием благоприятных условий для жизнедеятельности и развития человека, его здоровья, а также проблемы охраны окружающей среды и использования природных ресурсов. Развитие научно-технического прогресса и создание средств воздействия человека на окружающую среду, нерациональное использование природных ресурсов, загрязнение элементов экосистем обусловили ухудшение экологической ситуации. Это и проблемы обеспечения экологической безопасности, реализации процессов и программ, обеспечивающих экологический баланс природной среды и не приводящих к жизненно важным ущербам (или угрозам таких ущербов), наносимым природной среде и человеку в природе. Воздействие человеческой активности на природе неоднозначно: в процессе взаимодействия человека и природы возникают самые разные эффекты, от непосредственного уничтожения до опосредованного гормезиса - стимулирующего действия умеренных доз стрессоров, от непосредственного развития и расширения до опосредованного вырождения, деградации природной флоры и фауны, акваторий, территорий, воздушных бассейнов.

**Цель статьи** - исследование современных проблем сотрудничества в сфере туристики и природоохраны.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Однозначных оценок и тем более понимания механизмов происходящего нет: часть ученых отмечают ингибирование роста биоты, часть отвергают наличие каких-либо последствий антропогенного воздействия, часть фиксируют возможность гормезиса, т.е. позитивного действия, например, относительно невысоких негативных воздействий, которые стимулируют ростовые и формообразовательные процессы [38]. Большое значение в этом процессе играет заповедная и природоохранная деятельность в целом. Заповедное дело определяется как комплекс организационных, правовых, научных, экономических и воспитательных мероприятий, направленных на сохранение уникальных и типичных ландшафтов или отдельных природных объектов с научной, природоохранной и другими целями. Заповедник – территория (акватория), выделенная с целью сохранения в естественном состоянии типичных или уникальных природных комплексов со всей совокупностью их компонентов, изучение естественного хода процессов и явлений, происходящих в них, и разработки научных основ охраны природы. Идеи выделения специальных территорий для охраны животных и растений возникли в начале XX века (Г. Конвенц, П. Саразен, Э. Варминг), ранее вех она сформулирована А. Гумбольдтом в XIX веке. В России теория заповедного дела сложилась благодаря работам И. Бородина, В. Докучаева, А. Семенова-Тян-Шанского, Г. Кожевникова, Г. Танфильева, В. Галиева, Д. Анучина, Г. Высоцкого, Г. Морозова, В.В. Станчинского и др. [8; 13; 14; 17; 20; 21; 22; 23; 26; 27; 30; 35; 36]. Закон РФ (1995) «Об особо охраняемых природных территориях» дает определение заповедника: «Заповедник – природоохранное, научно-исследовательское и эколого-просветительское учреждение, имеющее целью сохранение и изучение естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного мира,

отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем». Географические и экологические основы создания сети заповедников заложены такими теоретиками и практиками как В.В. Докучаев, В.В. Станчинский, Г.Ф. Морозов, В.Н. Сукачев, В.И. Талиев, А.Н. Формозов, Ю.А. Исаков, Ф.Р. Штильмарк. Заповедник сегодня - это территория со населяющими ее экосистемами и сообществами организмов, а также научное учреждение, организованное для проведения научно-исследовательской работы [10; 11; 15; 16; 24; 25; 32; 33; 34].

**Таблица 1. Типы особо охраняемых природных территорий**

Категория	Категории международных охраняемых территорий	Категории особо охраняемых природных территорий России
I	strict nature reserve, «zapovednik»	заповедники
II	national park	национальные и природные парки
III	natural monument	памятники природы, федеральные заказники
IV	habitat/species management area	заказники федеральные и региональные
V	protected landscape (netscape)	заказники региональные, ботанические сады, дендропарки курортные зоны, зеленые зоны, участки морских побережий
VI	managed resource protected area	притундровые леса, орехопромысловые зоны, почво- и водозащитные полосы, ленточные боры и т.п.

**Таблица №2. Компоненты охраняемых природных территорий**

Система охраняемых природных территорий («econet») – совокупность различных категорий территорий, функционально и территориально связанных между собой и обеспечивающих природное равновесие и неистощительное природопользование: более 45 тыс. территорий различного статуса общей площадью примерно 15, 0 млн. км <sup>2</sup>	
<p><b>1. Узлы экологического каркаса</b> – территории, выполняющие средообразующие функции, обеспечивающие поддержание экологического баланса, биоразнообразия и оказывающие влияние на значительные площади прилегающих территорий. (междуречные равнины, особенно с сохранившимися участками зональной растительности, крупные лесные массивы, болотные системы, верховья основных рек, ареалы интенсивного подземного стока)</p>	<p><b>2. Транспортные коридоры</b> – территории, выполняющие преимущественно транспортные функции, т. е. представляющие собой основные магистрали вещественно-энергетического обмена между узлами. Это прежде всего «кровеносная система ландшафта» – долины рек и ручьев, овражно-балочная сеть, «коридоры» движения приземного слоя воздуха, подземных вод и т. п. В освоенных многие годы назад регионах транспортные коридоры обычно редуцированы до узких линейных полос – «экологических мостов».</p>
<p><b>3. Буферные зоны</b> – сохраняющие мосты и узлы особо охраняемых природных территорий</p>	<p><b>4. Территории экологической реставрации</b> – земли, на которых восстанавливаются природные системы: экологическая инфраструктура ландшафта разорвана вследствие сельскохозяйственного освоения, селитебных земель и пр.</p>

Заповедник - специфичная для СССР и позже для России форма особо охраняемых природных территорий. В апреле 1981 г. В СССР было утверждено типовое положение о государственных заповедниках, памятниках природы, заказниках и природных национальных парках [7]. Согласно этому положению, государственные заповедники организуют работу по разработке научных основ охраны природы, осуществлению контроля за изменением фонового состояния биосферы, разработку научных основ сохранения и восстановления редких и исчезающих видов. Их территории изымаются из хозяйственного использования, туризм и массовые экскурсии в них не разрешаются. В результате заповедники стали базой сохранения и воспроизводства многих редких видов флоры и фауны.

**Таблица №3. Структурные принципы организации заповедников**

При проектировании нежелательно:	При проектировании желательно:
Сохранять речной бассейн частично	Сохранять речной бассейн полностью
Маленький заповедник	Большой заповедник
Фрагментированный заповедник	Цельный заповедник
Изолированные участки	Соединенные участки
Изолированные заповедники, далеко отстоящие друг от друга	Заповедники с промежуточными охраняемыми участками
Заповедники с однообразными условиями обитания	Заповедники с разнообразными условиями обитания
Вытянутая или иная неправильная форма территории	Округлая (компактная) форма территории
Одинаковые небольшие участки	Участки разного размера
Индивидуальное управление заповедниками	Объединенное управление из единого центра
Люди не допускаются, буферной зоны нет	Люди допускаются в буферную зону

Примечание: приводится по [37].

**Выделение нерешенной проблемы.** Однако, в конце XX века, в связи с развалом СССР, изменилась не только структура заповедников и т.д., но и упростился доступ в заповедники и иные ранее недоступные туристам. Чтобы выжить часть территорий были вынуждены разрешить контролируемый доступ туристическим организациям и массовым посещениям. Это с еще большей остротой поставило ряд вопросов и для самих заказников как центров новых туристических дестинаций и для экологического туризма, развитие которого также было связано с изменениями в социальной, политической, культурной жизни страны и всего человечества на переломе веков [9; 12; 18; 19; 28; 29; 31].

**Изложение основного материала.** Таким образом, центральными вопросами в рассмотрении соотношения данных понятий стали вопросы

1) организации туристических дестинаций и систем управления экологическим туризмом, таким образом, чтобы удовлетворить как потребности экологического, а также связанных с ним паломнического и образовательного туризма, и удовлетворить потребности самой дестинации, созданной в целях сохранения или восстановления уникальных биологических объектов, флоры, фауны, территорий;

2) вопросы повышения экологической культуры населения и удовлетворения потребностей населения таким образом, чтобы это не мешало а помогало развитию заповедников и иных ранее закрытых или малодоступных территорий или акваторий;

3) вопросы зонирования охраняемых природных территорий и кластеризации туристического бизнеса в рамках каждого из вида территорий, в том числе, с точки зрения возможности создания и типа туристических дестинаций.

Известный эколог Л. Дажо сформулировал еще одну проблему заповедного дела — необходимость развития буферных зон вокруг заповедников. Он считает, что существование небольшой территории, лишенной свободного общения с окружающим миром, — это только видимость охраны природы [6]. В заповедном деле важно учитывать и географическую зональность, а также способность экосистем различных природных зон к восстановлению. Р. Дажо вслед за М. Пренаном считал, что в основе экологии и охранения экосистем лежит идея адаптации, т. е. определенной корреляции между организмом и его средой обитания. Учитывая это замечание, возможно системообразующие связи в экосистеме называть адаптационными или корреляционными связями. Кроме того, также нужно поступить в экологическом туризме: четко зонировать интересы туристов и их уровень экологической культуры, допуская или не допуская к участию в программах тех или иных типов, регулируя данное участие в контексте его времени и пространственной организации.

Полоса нейтральной территории суши или воды, обычно протяженностью в несколько километров и определенной ширины располагается между обычными площадями и границей заповедной территории. Задачей данной территории является защита и сохранение редких видов растений и животных. Кроме охраны, изучения и развития животного и растительного мира на своей территории, буферные зоны часто становятся местами интересных маршрутов для массового экологического туризма. Экологический туризм (экотуризм, зелёный

туризм) – форма туризма, сфокусированная на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий: более или менее уникальных, экзотических, отличающихся от других [9; 10; 11]. На территории буферной зоны поддерживается более мягкий режим, чем на всей остальной площади заповедных земель, разрешаются даже некоторые формы сельскохозяйственных работ. Площади, образующие так называемое заповедное ядро, включают территории, где произрастают самые редкие и ценные экземпляры растений. Именно здесь живут, плодятся и сохраняются популяции редких, охраняемых законом животных. Именно здесь самый чистый, насыщенный кислородом воздух и т.д. Сюда, в ядро, доступ закрыт всем, кроме специалистов в области заповедного дела: ученых и практиков, работающих в заповеднике.

Естественным образом экотуризм обычно развивается в специально созданных охраняемых природных территориях: заповедники, национальные и природные парки и заказники, памятники природы и т.д.: там, где свободное пребывание туристов и иных посетителей обычно запрещено. Но есть и дестинации с многолетней и даже вековой историей, открытые для всех, но по тем или иным причинам, например, недоступности природной или бережности местных жителей и туристов – сохранившие свой потенциал. Обычно это места поклонения или «места силы», посещение которых связано с религиозными елями (паломнический или эзотерический туризм).

Природных экскурсионных объектов на Земле, в том числе на землях и акваториях Крыма, очень много, они дают представления о характерных чертах природы, особенностях определенной эпохи развития мира [3; 6; 8]. Часто, как отмечают исследователи, экологический или «Зеленый туризм является деятельностью, которая сопряжена с сельскохозяйственной работой (в идеале, но не обязательно), знакомством с жизнью небольших поселков, пешими экскурсиями по природным объектам, изучением флоры и фауны, занятием спортом, организацией курсов национальной кухни и дегустацией местных блюд», [4, с.26]. Для каждого объекта определяют показатели «туристского потенциала», в том числе, «нетронутости» территорий, их развлекательных, образовательных и собственно рекреационных возможностей и ограничений. Туристско-рекреационный потенциал территории включает ряд критериев, позволяющих дать системную оценку рекреационного потенциала туристического объекта, а также его отдельных элементов – природных и культурных ландшафтов: их происхождение и история, уникальность, сохранность, аттрактивность и различные характеристики разнообразия, включая видовое богатство флоры и фауны. Она также включает разнообразные аспекты, связанные с характером и уровнем развития туристического бизнеса и его дестинаций. Для успешного развития туризма необходимо развитие специализированной инфраструктуры и применение технологий, включая службы оказывающих различные услуги по предоставлению информации и бытовому сервису обслуживанию», – пишет О.К. Говорова [5, с.30]. При этом экологический туризм требует высокопрофессионального подхода, но на деле существует огромный дефицит квалифицированных специалистов, которые бы понимали специфику экологического туризма, суть туроператорской деятельности, ценовой политики в сфере агротуризма, важность рекламы, геомаркетинга, информационного и воспитательного сопровождения потока посетителей. Это тем более важно, что, помимо сельского туризма как такового, наиболее важным звеном в развитии экологического туризма в мире все больше становятся особо охраняемые природные территории [3; 7; 8]: многие из них не только находятся в наиболее живописных, привлекательных, интересных местах; оно и обладают сложившейся и интенсивно складывающейся системой обслуживания туристских групп, отработанной системой туристских маршрутов, опытом организации просветительской и рекреационной работы; располагают необходимой для гостиничного и туристского бизнеса инфраструктурой и подготовленным персоналом; имеют сформированное отношение местного населения к конкретному природному резервату и существующим на его территории экологическим ограничениям на хозяйственную деятельность [7, с.34].

В мире, подвергающемся мощной унификации, сохранение и развитие самобытности регионов и их самостоятельности, сотрудничества на основе партнерства и доброй воли во многом противостоит «глобализационной» стратегии «выживания», принудительного обмена ресурсами и принудительной редистрибуции в целом [1; 2]. Выживание, однако, диктует расширение контактов и оптимизацию экологического туризма как бизнеса: его диверсификацию (diversification) — стратегическую ориентацию зеленого туризма как бизнеса, переориентацию сообщества и государственных структур на разнообразие и разностороннее развитие разных аспектов туристической деятельности и сопутствующих туристических объектов – дестинаций, включая заповедные дестинации (территории). Диверсификация – это одновременное развитие не связанных друг с другом производств, расширение номенклатуры и ассортимента производимой продукции в рамках одного предприятия. В периоды интенсивных изменений диверсификация деятельности становится базовой основой для достижения нового уровня внутренней и внешней гибкости, выживания и развития. Особенно важна диверсификация при наличии «сверхресурсов», то есть неиспользованных ресурсов развития, с которыми работает геобрендинг (территориальный брендинг как компонент системы маркетинга охраняемых территорий как зон сохранения природы и ее разнообразия, ее научного исследования, а также зон рекреации и просвещения населения), осуществляя вертикальную и горизонтальную, внешнюю и внутреннюю диверсификацию как активизацию существующих или привлечение новых ресурсов извне и изнутри территории и ее культурно-исторического и социально-экономического потенциала. Весьма продуктивен и эффективен геобрендинг в рамках работы с охраняемыми территориями заповедников, заказников и т.д., придает

системность: учет возможно большего количества слоев и аспектов к жизнедеятельности региона, его внутренних и внешних отношений, возможностей и ограничений в синхронической и диахронической перспективах. Еще одним моментом является – в случае охраны огромных территорий, лесных и горных заповедников и парков, морских и озерных акваторий и т.д. конструктивное взаимодействие нескольких государств в области сохранения заповедных территорий и акваторий не как одной страны, а достояния и ресурсной базы развития земли и человечества в целом.

**Выводы.** Заповедное дело – сфера деятельности, включающая планирование и развитие сети заповедников, сохранение в них видов и экосистем, организацию научно-исследовательской работы и разработку режима природоохранной и хозяйственной деятельности. Заповедное дело – система организационных, правовых, научных, экономических и образовательно-воспитательных мероприятий, направленных на сохранение, исследование и развитие уникальных и типичных ландшафтов или отдельных природных объектов с научной, природоохранной и других целей, а также формирование и развитие экологической культуры и компетенций населения в отношении его взаимодействия с различными природными системами.

Чтобы выжить в современных социально-экономических и культурно-политических условиях, часть природоохранных территорий, в том числе заповедников, вынуждены разрешить контролируемый доступ туристическим организациям и массовым посещениям. Это разрешение обострило целый ряд проблем как самих заповедников, заказников как новых центров новых туристических дестинаций, так и проблем экологического туризма, развитие которого тесно связано с изменениями в социальной, политической, экономической и культурной жизни страны и всего человечества на переломе веков. Ведущими в рассмотрении соотношения данных понятий стали вопросы 1) организации туристических дестинаций и систем управления экологическим туризмом, таким образом, чтобы удовлетворить как потребности экологического туризма, так и потребности самой дестинации, созданной в целях сохранения или восстановления уникальных биологических объектов, флоры, фауны, территорий; 2) повышения экологической культуры населения и удовлетворения потребностей населения таким образом, чтобы это не мешало а помогало развитию заповедников и иных ранее закрытых или малодоступных территорий или акваторий; 3) вопросы зонирования охраняемых природных территорий и кластеризации туристического бизнеса в рамках каждого из вида территорий, в том числе, с точки зрения возможности создания и типа туристических дестинаций. Кроме того, существует необходимость развития буферных зон и «транспортных коридоров» вокруг и между заповедниками и иными особо охраняемыми природными территориями, увеличения реставрационных зон и расширения «каркасных» территорий ООПТ. Существование одних собственно заповедных, закрытых зон как «каркасных узлов» создает лишь видимость охраны природы: без буферных и иных территорий, позволяющих поддерживать гармоничную жизнь заповедника, последний деградирует или уничтожается. Успешная и реальная охрана предполагает зонирование и системность в построении охраняемых территорий и соседних с ними зон большей или меньшей антропоной активности. Аналогичным образом необходимо зонирование в экологическом туризме: нужно четко распределить и соотнести интересы туристов и уровень имеющейся у них и в обществе в целом экологической культуры, и зоны, в которые они могут быть безопасно для себя и заповедников, допущены. Необходимо также выработать различные режимы посещения в контексте их времени и пространственной организации. Экологический туризм требует высокопрофессионального подхода, но на деле существует огромный дефицит квалифицированных специалистов, которые бы понимали специфику экологического туризма, суть туроператорской деятельности, ценовой политики в сфере агротуризма, важность рекламы, геомаркетинга и геобрендинга, информационного и воспитательного сопровождения потока посетителей.

#### **Список использованных источников**

1. Арпентьева М.Р. Геобрендинг в индустрии туризма // Современные проблемы сервиса и туризма – 2015. – Т.9, №3. – С. 24-35.
2. Арпентьева М.Р. Экологические эссе: от экологической безопасности до экологического туризма. – Калуга: КГУ, 2017. – 384с.
3. Биржаков М.Б., Азар В.И. К вопросу об оценке туристских ресурсов // Туристские фирмы. 2000. – №24. – С. 83–84.
4. Булыгина И.И., Радчук М.В. Агротуризм как перспективное направление развития туризма в саратовской области // Экологический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 9 октября 2009 г. г. Хабаровск / Под ред. В.Н. Завгрудько, В.А. Чернова. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2009. – 211 с. – С.25-30.
5. Говорова О.К. Проблемы и перспективы развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях Приморского края // Экологический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 9 октября



2009 г. г. Хабаровск / Под ред. В.Н. Завгородько, В.А. Чернова. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2009. – С.30-36.

6. Дажо Р. Основы экологии. – М.: Прогресс, 1975. 415с
7. Заповедное дело России: теория, практика, история. Избранные труды. – М.: Т-во научных изданий КМК. 2014. – 511 с.
8. Дудник Н.И. Природные ресурсы и ландшафты Тамбовской области – Тамбов: Изд-во ТГПИ, 1980 – 144 с.
9. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 240 с.
10. Реймерс Н.Ф. Природопользование: словарь-справочник. – М.: Мысль, 1990. – 637 с.
11. Сергеева Т.К. Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с.
12. Экологические проблемы: Что происходит, кто виноват и что делать / Арский Ю.М., Данилов-Данильян В.И., Залиханов М.Ч., Кондратьев К.Я., Котляков В.М., Лосев К.С. – М.: Изд-во МНЭПУ, 1997. – 330с.
13. Сен-Марк Ф. Социализация природы. Пер. с фр. / Вступ. ст. И.Б. Новика. – М.:Прогресс, 1977. – 435с.
14. Скарс Р. Эковиины. Радикальное движение в защиту природы. – Киев: КЭКЦ, 2002. – 144с.
15. Смит Р.Л. Наш дом – планета земля: Полемические очерки по экологии человека. / Вст. И.Т. Фролова и В.А. Лося. – М.:Мысль, 1982. – 383с.
16. Смолова Л.В. Введение в психологию взаимодействия с окружающей средой. – М.: Речь, 2008. – 384с.
17. Стеценко Е.А. Экологическое сознание в современной американской литературе. – М.:ИМЛИ РАН, 2002. – 319с.
18. Тарасов А.О. Экология и охрана природы. – Саратов: СГУ, 1990. – 246с.
19. Уайт Г. География, ресурсы и окружающая среда: (Избранные статьи). / Пред. С.П. Горшкова. М.:Прогресс, 1990. – 543с.
20. Уиттекер Р. Сообщества и экосистемы. – М.: Прогресс, 1980. – 327с.
21. Уорд Б., Дюбо Р. Земля только одна / Пред. И.П. Герасимова. – М.:Прогресс, 1975. – 319с.
22. Уоткинс К. Доклад о развитии человека 2007/2008. Борьба с изменениями климата. Человеческая солидарность в разделенном мире. – М.: «Весь Мир», 2007. – 384с.
23. Федоров В.Д., Гильманов Т.Г. Экология. – М.: Изд-во МГУ, 1980. – 464с.
24. Фёдоров Е.К. Экологический кризис и социальный прогресс. – Л.: Гидрометеиздат, 1977. – 176с.
25. Фешбах М., Френдли-младший А. Экоцид в СССР: Здоровье и природа на осадном положении. – М.: Издательско-информационное агентство "Голос", 1992. – 307 с.
26. Фомичев А.Н. Проблемы концепции устойчивого экологического развития. Системно-методологический анализ. – М.: Либроком, 2009. – 216с.
27. Хёсле В. Философия и экология / Послесл. В.С. Степина. – М.: Наука, 1993. – 204с.
28. Храбовченко В.В. Экологический туризм: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208с.
29. Христофорова Н.К. Основы экологии. – Владивосток: Дальнаука, 1999. – 515с.
30. Шварц Е.А. Сохранение биоразнообразия: Сообщества и экосистемы. -М.: Товарищество научных изданий КМК, 2004. – 114с.
31. Экологические очерки о природе и человеке. / Послесл. Н.Ф. Реймерса. – М.:Прогресс, 1988. – 640с.
32. Эренфельд Д. Природа и люди / Пред. В.А. Анучина. – М.: Мир, 1973. – 254с.
33. Яницкий О.Н. Экологическое движение в России. – М.: Институт социологии РАН, 1996. – 216с.
34. Яншин А.Л., Мелуа А.И. Уроки экологических просчетов. – М.: Мысль, 1991. – 430с.
35. Bennett A.F. Linkages in the Landscape: The Role of Corridors and Connectivity in Wildlife Conservation. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK. 1998, 2003. - XIV + 254 p.
36. Shafer C.L. Nature Reserves: Island Theory and Conservation Practice. - Washington: Smithsonian Institution Press, 1990. - 208 p.
37. Shafer C. L. Terrestrial nature reserve design at the urban/rural interface// Conservation in highly fragmented landscapes / M. W. Schwartz, editor.- New York: Chapman and Hall, 1997. – P. 345–378.
38. Southam C.M. and Ehrlich J. Effects of extracts of western red-cedar heartwood on certain wood-decaying fungi in culture // Phytopathology. - 1943. - Vol. 33. - P. 517—524.

**РАЗРАБОТКА И ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЛЕКСНЫХ СЕРВИСНЫХ СТАНДАРТОВ  
В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЯ**

**Бедаш Ю.М. Разработка и применение комплексных сервисных стандартов в индустрии гостеприимства города Севастополя.** В работе рассматриваются вопросы разработки комплексных сервисных стандартов, необходимость их внедрения в процесс работы и влияние на качество сервисного обслуживания в гостиничных предприятиях города Севастополя.

**Bedash J.M. The development & implementation of Sevastopol hospitality industry comprehensive service standards.** In the work discusses the development of integrated service standards, the need for their implementation in the work process and impact on service quality in hotel companies of the city of Sevastopol.

**Ключевые слова:** стандарт, сервис, гостеприимство, стандартизация, гостиница.

**Постановка проблемы.** В настоящее время индустрия гостеприимства города Севастополя находится в стадии формирования, развития и становления. Федеральный Конституционный Закон №6-ФКЗ от 21.03.2014 г. «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образования в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя» установил, что до 1 января 2015 года действует переходный период, в течение которого урегулируются вопросы интеграции новых субъектов Российской Федерации в экономическую, финансовую, кредитную и правовую системы Российской Федерации, в систему органов государственной власти Российской Федерации.

Начиная с 01 января 2015 года, гостиничные предприятия города Севастополя начинают применять правовые законодательные нормы Российской Федерации. Так, согласно Приложению № 1 Приказа от 2014 г. N 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи», к гостинице (1\* -5\*) предъявляются требования на наличие письменных стандартов и Приложения № 8 к персоналу по знанию и соблюдению стандартов предприятия и технологий обслуживания.

В течение последних двух лет на территории города Севастополя происходит активная интеграция гостиничных предприятий в правовое поле Российской Федерации, в том числе разработка и внедрение комплексных сервисных стандартов. В городе Севастополе насчитывается около 180 предприятий гостиничной индустрии, которые прошли процессы интеграции в правовое поле Российской Федерации. Как показал анализ деятельности по разработке и применению в них комплексных сервисных стандартов обслуживания, стандарты внедрены и применяются лишь в 10 процентах изученных объектов. Органами государственной власти и управления в сфере туризма, туристическими общественными организациями проводится большая разъяснительная работа с гостиничными предприятиями города Севастополя по вопросу разработки и внедрению комплексных сервисных стандартов гостеприимства.

**Изложение основного материала.** Стандартизация – это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасные и комфортные условия труда. Цели стандартизации – это создание конкурентных преимуществ в индустрии гостеприимства; эффективный инструмент управления; предоставление услуг высокого качества; создание четких критериев оценки деятельности сотрудников и оценки эффективности имеющихся бизнес-процессов.

Комплексные сервисные стандарты в индустрии гостеприимства – это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, нормативное описание бизнес-процессов по каждому производственному подразделению гостиничного предприятия, которые призваны гарантировать установленный уровень безопасности и качества всех производственных процессов.

При выборе принципов разработки комплексных сервисных стандартов следует учитывать несколько правил, таких как,

- выбор вида стандарта (национальный стандарт либо корпоративный стандарт). Национальный стандарт подтверждается знаком соответствия ему – сертификацией, осуществляемого органом по сертификации/классификации подтверждения соответствия объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договора. Государственный контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов осуществляют федеральные органы исполнительной власти, органы

исполнительной власти субъектов Российской Федерации, подведомственные им уполномоченные государственные учреждения.

Корпоративный стандарт – это комплекс утвержденных документов, уникальная совокупность норм и правил поведения, установок и ценностей, предписывающих определенные действия или выполнение требований по каждому производственному процессу гостиничного предприятия.

- особенности гостиничного предприятия: инфраструктура отеля, характеристика предоставляемых услуг, характеристика основных целевых групп, кадровое обеспечение гостиницы, категория отеля в соответствии с принятой классификацией. Так, в малой гостинице в службе размещения дежурит в смену один администратор, который отвечает за несколько видов деятельности: обеспечивает заселение клиентов, производит расчеты при выезде, оформляет паспорта, заказывает билеты, бронирует номера и т. д. В крупном отеле этими направлениями занимаются разные администраторы. Соответственно, если в большой гостинице стандарт и технология пишутся для сотрудников каждого участка, то в малой - они разрабатываются с учетом всех задач, выполняемых одним администратором службы приема.

- выбор уровня стандарта (жесткие стандарты и мягкие стандарты). К жестким стандартам относятся необходимые и обязательные процедуры: оформление счета, расчет с клиентами, оформление бронирования и т.д. К мягким стандартам относятся больше операционные процедуры, в которых преобладает роль «человеческого фактора» построение диалога с клиентом, информирование и стремление помочь в любой ситуации. Стандарты, связанные с «человеческим фактором», нельзя стандартизировать на 100 процентов, они оставляют некоторую свободу для творчества, принятия самостоятельных решений и личностного самовыражения работников гостиницы.

Разработка комплексных сервисных стандартов производится по четко определенным правилам. Стандарт должен иметь единую структуру, прописан в четкой и понятной форме, наглядно оформлен, не допускать двоякого толкования, регулярно пересматриваться и дополняться (обычно 1 раз в год), иметь фокус на целевую аудиторию клиентов гостиницы, учитывать специфику региона и область его применения.

Анализ деятельности гостиничных предприятий города Севастополя показал, что в настоящее время разработаны и применяются в практической работе следующие комплексные сервисные стандарты, которые можно разделить на три большие группы:

- Стандарты службы приема и размещения (внешний вид сотрудника; рабочее место, открытие смены, телефонный этикет, правила поселения гостя, порядок регистрации граждан Российской Федерации, порядок регистрации иностранных граждан, размещение лиц с ограниченными физическими возможностями, наличный и безналичный расчет, взаимодействие со службами, работа с жалобами, правила действия сотрудников с забытыми вещами);

- Стандарты службы гостиничного хозяйства (правила поведения горничных, внешний вид и униформа, комплектация номера, подготовка номера к заезду, текущая уборка, генеральная уборка, комплектация тележки, уборочные материалы, уборочный инвентарь, норма уборки, проверка номера при выезде, технологическая карта уборки, уборка гостевых зон, коммуникация с гостем, чек лист качества уборки номерного фонда и гостевых зон, неисправные номера, поздний выезд, переезд гостя из одного номера в другой, правила действия работников в случае обнаружения ущерба, работа с найденными вещами);

- Стандарты службы питания (организационная структура службы – подчиненность, гигиена, требования к внешнему виду, внешний вид для мужчин и женщин, униформа, стандарты общения с гостями, телефонный этикет, организация рабочего места, подготовка и предоставление счёта, закрытие счёта, порядок работы с наличными деньгами, порядок работы с кредитными картами, схема расстановки мебели и оборудования, регистрация гостей, меню и сервировка стола, встреча и размещение гостей, принятие заказа, обслуживание гостей с детьми, проводы гостей, передача смены, уход с работы).

**Выводы.** В современных рыночных условиях конкуренция в индустрии гостеприимства города Севастополя постепенно сглаживает различия в ценах, ассортименте и качестве товаров и услуг. Все чаще выбор гостей зависит от качества сервиса в той или иной гостинице. И от того, насколько гостиница способна учесть индивидуальные потребности своих гостей, насколько эффективно она способна выстроить долгосрочные отношения с ними, сформировать команду обученного и лояльного персонала, во многом зависит коммерческий результат и успех ее деятельности. В связи с этим, важную роль играет правильность применения стандартов в гостиничных предприятиях. Преимущества профессиональных комплексных сервисных стандартов состоят в том, что они унифицируют сходные должности в различных предприятиях гостиничной индустрии. Поскольку сотрудники могут выполнять сходные должностные обязанности на одном уровне, стандартами закрепляется общий характер требуемых знаний и навыков. Это облегчает обмен опытом, технологиями, учебными материалами между гостиницами. В целом работники, руководители гостиниц, сотрудники государственных организаций и общественных объединений получают многие преимущества, такие как,

- стандарты создают для работников гостиницы возможность улучшить свои профессиональные навыки, подтвердить свою квалификацию сертификатом, усилить свою профессиональную подготовку, получить основу для дальнейшего профессионального роста;
- стандарты создают для работодателей возможности повысить профессионализм своих работников, а, следовательно, повысить их мотивацию и эффективность работы,
- стандарты позволяют гостиничным предприятиям повысить качество и уровень предоставления сервисных основных и дополнительных услуг;
- для государственных органов стандарты дают возможность сформулировать реальные и измеримые цели профессиональной подготовки персонала, содействовать в планировании политики в сфере деятельности, создать основу для разработки учебных программ, четко определить пути профессионального роста для различных областей деятельности в целом;
- для образовательных учреждений стандарты дают возможность создать основу для разработки учебных программ и материалов в поддержку профессиональной подготовки, контролировать воздействие своих учебных программ и результатов профессиональной подготовки, развивать систему образования и профессиональной подготовки, которая обеспечивала бы гибкость, высокое качество;
- для органов по сертификации персонала стандарты дают возможность создать основу для системы оценки и сертификации персонала.

Если говорить об особенностях разработки и применения комплексных сервисных стандартов в индустрии гостеприимства города Севастополя, то нужно понимать, что это достаточно глубокий и длительный процесс, требующий, как значительных образовательных мероприятий и усилий работников гостиницы, так и определенного времени.

#### **Список используемых источников:**

1. Быстров С.А. Организация гостиничного дела: учебное пособие / С.А. Быстров. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. - 432 с.
2. Можаяева Н.Г., Камшечко М.В. Индустрия гостеприимства: практикум / Н.Г. Можаяева, М.В. Камшечко. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. — 120 с.
3. Можаяева, Н.Г. М74 Гостиничный сервис: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
4. Семеркова Л.Н. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н. Семеркова, В.А.Белякова, Т.И. Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.
5. Приказ от 2014 г. N 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».
- Постановление от 2015 г. № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»
6. ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования
7. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003) Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения
8. ГОСТ Р 56184-2014 Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам
9. ГОСТ Р 54599-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториям, пансионатов, центров отдыха.
10. ГОСТ Р 54606 – 2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования»

**УДК 338.48:336**

**Белозерова Н.И.**

Начальник учебно-методического центра  
Образовательная организация высшего профессионального образования  
«Донецкая академия внутренних дел Министерства внутренних дел  
Донецкой Народной Республики»  
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

#### **ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА**

**Белозерова Н.И. Источники финансирования развития Предприятий туризма.** В работе рассматриваются основные источники финансирования предприятий туристической отрасли. Раскрываются альтернативные источники финансирования в условиях кризиса экономики, а именно: лизинг, лизбэк, селенг, факторинг, форфейтинг, франчайзинг. С целью решения вопроса финансирования развития предприятий туризма Донецкой Народной Республики обосновано внедрение государственно-частного партнерства, как взаимовыгодного сотрудничества государственного и частного партнеров, являющегося действенным

---

© Белозерова Н.И., 2017

инструментом экономической политики государства, обеспечивающим комплексное и эффективное решение общественно значимых задач.

**Belozeroва N. Sources of financing the development of enterprises of tourism.** The paper considers the main sources of financing for the enterprises of the tourist industry. Alternative sources of financing are disclosed in the crisis of the economy, namely: leasing, lisbek, seleng, factoring, forfeiting, franchising. With the purpose of solving the problem of financing the development of tourism enterprises of the Donetsk People's Republic, it is justified to introduce public-private partnership as a mutually beneficial cooperation between the state and private partners, which is an effective tool of the state's economic policy, providing a comprehensive and effective solution of socially significant tasks.

**Ключевые слова:** источники финансирования, предприятия туризма, собственные ресурсы, привлеченные ресурсы, государственно-частное партнерство.

**Keywords:** sources of financing, tourism enterprises, own resources, attracted resources, public-private partnership

**Постановка проблемы.** Развитие любого предприятия, в том числе и предприятия туризма, предусматривает эффективное финансирование его деятельности, что для большинства субъектов хозяйствования на сегодняшний день является острой проблемой. Недоступность и недостаточный объем финансовых ресурсов, рискованность и длительный срок окупаемости вложений требуют формирования эффективной системы финансирования развития предприятия, этим обосновывается значимость исследования вопроса финансирования развития предприятия, а именно: структуры источников его финансирования.

**Выделение нерешенной проблемы.** Несмотря на значительный задел научных исследований по финансовым аспектам развития предприятий туристической отрасли, ряд проблем требует дальнейших исследований, это, в частности, вопрос оптимального соотношения объемов различных источников финансирования, исследования и выработки действенного механизма финансового обеспечения предприятий туризма, оценки эффективности их финансирования и другие.

**Целью статьи** является выявление основных проблем и специфики финансирования развития предприятий туризма.

**Изложение основного материала исследования.** В экономической литературе нет единого подхода к определению состава источников финансирования развития предприятий туризма и их классификации. Основные источники финансирования деятельности субъекта хозяйствования обобщены на рис.1. собственные и привлеченные ресурсы (рис.1.).

Источники финансирования деятельности субъекта хозяйствования состоят из собственных и привлеченных ресурсов.

Собственные источники подразделяются на:

- сформированные за счет внешних источников (уставный, дополнительный, паевой капитал, дополнительная эмиссия акций);

- сформированные за счет внутренних источников (доход от реализации, нераспределенная прибыль и амортизационные отчисления, резервный капитал)

К привлеченным источникам финансового обеспечения относят:

- сформированные за счет внешних источников (кредиты финансовых учреждений, кредиторская задолженность; государственное финансирование; финансовые ресурсы партнеров; страховые выплаты; межхозяйственное финансирование; инвестиционное финансирование, грантовое финансирование, ресурсы меценатов и спонсоров);

- сформированные за счет внутренних источников (отсроченная и просроченная задолженность по облигационным займам, кредиторская задолженность неуплаченная в срок, реструктуризированный долг по кредитам и займам, отложенный налоговый долг, обеспечения).

Для эффективного финансирования развития предприятий туризма необходимо сформировать оптимальную структуру источников финансирования. Но не всегда возможно достичь такого соотношения, поскольку на деятельность предприятия влияют различные факторы и риски.

Мировая практика показывает, что в условиях кризиса экономики для развития предприятий туризма традиционные источники финансирования становятся недоступными по причине убыточной деятельности, высокой платы за пользование банковскими кредитами, уменьшения рыночной стоимости предприятия и прочего. И поэтому предприятия прибегают к поиску нетрадиционных источников финансирования, которые в условиях нестабильности и кризиса могут обеспечить эффективную деятельность предприятия доступными финансовыми ресурсами с наименьшими потерями времени и ресурсов [1].

К нетрадиционным источникам финансирования относятся: лизинг, лизбэк, селенг, факторинг, форфейтинг, страхование, франчайзинг. В зарубежной практике широко распространены такие альтернативные источники финансирования, как: лизбэк, селенг, венчурное финансирование, франчайзинг, факторинг.

Именно в кризисных условиях рыночной экономики нетрадиционные источники становятся альтернативными источниками обычных источников финансирования.

Альтернативным банковскому кредитованию источником финансирования является лизинг. Лизинговый кредит – это отношения между субъектами хозяйствования, которые возникают при аренде имущества. Это одна из наиболее перспективных форм привлечения финансовых ресурсов. Он рассматривается как одна из разновидностей долгосрочного кредита, предоставляемого в натуральной форме. Благодаря лизингу у предприятия появляется возможность его развития, не выводя из оборота финансовые ресурсы. Лизинг имеет

многофакторное прямое и опосредованное влияние на макроэкономическое пространство, он выступает как кредит, то есть кредит в натуральной форме, что дает возможность продолжать и расширять финансово-хозяйственную деятельность предприятий [1].

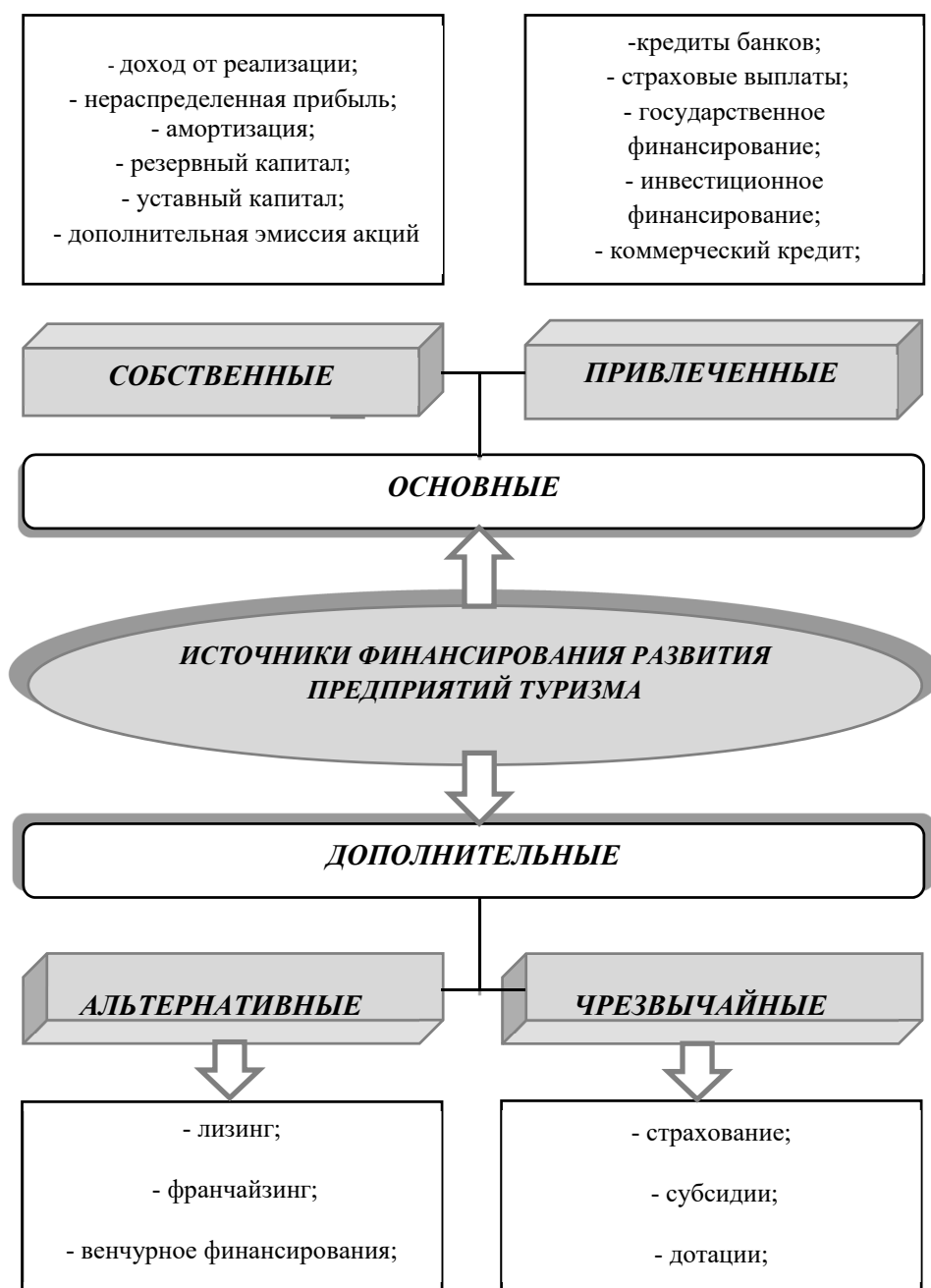


Рис. 1. Классификация источников финансирования развития предприятий туризма.

Лизинг в большинстве случаев является спасательным мероприятием для нерентабельных и убыточных предприятий. Отметим, что лизинг является особым и перспективным видом кредитования. Закономерностью кредитования по лизинговым схемам является то, что кредитуются, как правило, высоколиквидные объекты (например, приобретение транспортных средств), и он относится к среднесрочным финансовым инструментам.

В то же время, разновидностями лизинга выступают лизбэк и селенг. Каждый из них имеет свое назначение и ролевой аспект. Так, лизбэк является обратным лизингом и применяется как более выгодная форма аренды для лизингополучателя, поскольку он одновременно привлекает капитал от продажи имущества и имеет возможность дальнейшего использования этого имущества. В свою очередь, селенг является одной из новых форм привлечения финансовых ресурсов суть которого заключается в передаче собственником своих прав на использование и управление его имуществом селенговой компании за определенную плату. При этом владелец продолжает владеть переданным имуществом и может по первому требованию вернуть его. К такому имуществу относятся: деньги, ценные бумаги, земельные участки, предприятия, здания, оборудование и т.п. [2].

Источником финансового обеспечения предприятия – экспортера является форфейтинг, который представляет собой форму кредитования финансово-кредитным учреждением путем приобретения долговых обязательств с определенным дисконтом [1]. В случае форфейтинга продавец уступает свои требования к покупателю определенному кредитному учреждению. Кредитное учреждение покупает сразу всю сумму долга за вычетом процентов. При этом покупатель товаров ликвидирует свои долговые обязательства уплатой периодических обязательств. Форфейтинг дает возможность сократить дебиторскую задолженность продавца, усовершенствовать структуру баланса, ускорить оборачиваемость активов. Хотя форфейтинг дороже банковского кредита, он стабилизирует ставки кредитования, сокращает оформление переуступки векселей и других долговых требований.

Еще одним альтернативным источником финансового обеспечения является франчайзинг. Франчайзинг представляет собой такую организацию бизнеса, при которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта и услуг этой компании. Франчайзи получает разрешение использовать имя компании, ее репутацию (гудвилл), продукт и услуги, маркетинговые технологии, экспертизу, и механизмы поддержки.

Выбор того или иного источника финансирования зависит от целей, задач и предпочтений, которые ставит перед собой предприятие туризма в процессе осуществления своей деятельности. Формирование оптимальной структуры финансирования развития предприятия туризма основывается на сочетании одновременного использования традиционных и нетрадиционных источников финансирования, что даст предприятию возможность привлекать финансовые ресурсы из различных источников, в большем объеме, более эффективно и с наименьшей потерей времени.

Деятельность предприятий туризма на территории Донецкой Народной Республики на данный момент не получила широкого развития, отмечается низкая инвестиционная привлекательность предпринимательства. В республике продолжают военные действия, экономическая и политическая ситуации являются нестабильными.

Проблемным остается вопрос финансирования развития предприятий туризма, связанный с недостатком собственных финансовых ресурсов для осуществления запланированной деятельности, невозможностью кредитования, отсутствием государственной финансовой поддержки. На наш взгляд, с целью развития туристической отрасли, в Донецкой Народной Республике интересным является внедрение государственно-частного партнерства, которое подразумевает «юридически оформленное на определенный срок взаимовыгодное сотрудничество государственного и частного партнеров, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве» [3].

Отметим, что государственно-частное партнерство является эффективным инструментом экономической политики, обеспечивающим устойчивый рост экономики государства. Государственно-частное партнерство представляет собой совокупность форм ведения бизнеса на взаимовыгодных условиях между государством и частным партнерами для достижения наиболее эффективного решения общественно значимых задач. Такое сотрудничество будет содействовать развитию туристического бизнеса в Донецкой Народной Республике, улучшению его инфраструктуры, привлечению финансовых ресурсов в отрасль, созданию новых рабочих мест, ускорению роста экономики государства в целом.

Основными целями государственно-частного партнерства являются привлечение в экономику Республики частных инвестиций, объединение ресурсов и распределение рисков партнеров для реализации инвестиционных проектов и республиканских программ, имеющих важное государственное и общественное значение [3].

При введении государственно-частного партнерства идет справедливое распределение рисков между государством и частным инвестором, что позволяет увеличить инвестиции в туристический бизнес, повысить эффективность деятельности предприятий туризма. Немаловажным является уверенность инвестора в устойчивой доходности инвестиций под гарантии и обязательства государства.

**Вывод.** Таким образом, для предприятий, туризма имеющих ограниченные возможности для привлечения финансовых ресурсов в Донецкой Народной Республике (отсутствие кредитования предприятий, неразвитость страхового рынка т.д.), считаем возможным и привлекательным внедрение государственно-частного партнерства, что будет содействовать как повышению прибыльности предприятий туризма, так и развитию туристической отрасли в целом.

#### Список использованных источников

1. Сайт World Tourism Organization UNWTO // [Электронный ресурс]. URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos> (дата обращения 25.08.2017)
2. Черникова Е.В. Договор финансовой аренды (лизинга) в рыночных условиях хозяйствования. / Е.В. Черникова. Автореферат дисс...канд.юрид.наук. - Екатеринбург, 2007. 29с.
3. Крюкова Е.Л., Лемьева И.В. Тенденции развития государственно-частного партнерства. / Е.Л. Крюкова, И.В. Лемьева // Государственно-частное партнерство. – 2016. – № 3(1), С. 53–62.
4. Говорова И. ГЧП: новые рабочие места и рост экономики // [Электронный ресурс]. – URL: [http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1771:gaz-dr-010916&catid=17:stati&Itemid=172](http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1771:gaz-dr-010916&catid=17:stati&Itemid=172) (Дата обращения 2.09.2016)
5. Ильин В. «Диалог с властью» о государственно-частном партнерстве // Вестник ДНР от 25.08.2016 [Электронный ресурс]. - URL: <http://gazeta-dnr.ru/?p=39212> (Дата обращения 2.09.2016)

**Борзова А.С.**,  
ассистент кафедры географии, картографии и геоинформатики  
Астраханский государственный университет  
**Корнев А.Н.**,  
обучающийся  
Астраханский государственный университет  
**Романова А.А.**,  
Лаборант кафедры географии, картографии и геоинформатики  
Астраханский государственный университет  
**Чурсина Е.А.**  
Лаборант кафедры географии, картографии и геоинформатики  
Астраханский государственный университет  
г. Астрахань

## СОСТОЯНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ В ЦЕЛЯХ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

**Борзова А.С., Корнев А.Н., Романова А.А., Чурсина Е.А. Состояние и использование культурно-исторического потенциала астраханской области в целях туризма и рекреации.** В статье рассматривается культурно-исторический потенциал Астраханской области с позиции создания электронной базы данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани» и её использования в туристско-экскурсионных программах для гостей региона и местных жителей.

**Borzova A. S., Kornev A.N., Romanova A.A., Chursina E.A. Status and use of cultural and historical capacity of the astrakhan region for the purpose of tourism and the recreation.** In article, the cultural and historical capacity of the Astrakhan region from a line item of creation of the electronic database «Monuments of monumental art of Astrakhan» and its use in tourist and excursion programs for guests of the region and locals is considered.

**Ключевые слова:** туризм, культурно-исторический потенциал, Астраханская область, база данных, туристы.  
**Keywords:** tourism, cultural and historical potential, Astrakhan region, database, tourists.

**Постановка проблемы.** В статье рассматривается проблема использования культурно-исторического потенциала Астраханской области, как основной предпосылки экономического развития региона в сфере туризма и рекреации.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Автором были рассмотрены и проанализированы теоретические материалы Безугловой М.С, Сокол Г.К., а также электронная база данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани».

**Цель статьи** определить состояние культурно-исторического потенциала Астраханской области и его использование в целях туризма и рекреации.

**Изложение основного материала исследования.** В комплексе рекреационных ресурсов особенное место занимают культурно-исторические ресурсы, которые представляют собой наследие прошлых эпох человеческой цивилизации. Пространства, образуемые культурно-историческими объектами, определяют локализацию рекреационных потоков и направления экскурсионных маршрутов [1].

Культурно-исторический потенциал является основой культурно - познавательного туризма. Культурно-исторический потенциал Астраханской области представлен: 1. Памятниками архитектуры (усадебные, подворья и др.); 2. Памятниками археологии (городища, могильники, мавзолеи); 3. Памятниками искусства (памятники, скульптуры); 4. Памятниками истории (могилы, братские захоронения и др.); 5. Историческими местами и архитектурно-градостроительными комплексами (жилые дома, площади, ансамбли зданий); 6. Садово-парковыми памятниками (сады, парки); 7. Культурно - познавательными и культурно - развлекательными объектами (театры, музеи, кинотеатры, планетарий, цирк, стадионы и др.); 8. Объектами этнографии, народного промысла и ремесла, центрами декоративно-прикладного, фольклорного искусства и народного творчества; 9. Объектами технического комплекса, используемые в практических целях (мосты, паромы, цеха и т. д.); 10. Явлениями религиозного и этнографического характера (конкурсы, фестивали, народные обычаи, обряды, традиции, гражданские и религиозные праздники и др.) [2].

Астрахань - древний гостеприимный город, известен как крупный промышленный город не только в России, но и в Европе. Положение на стыке Востока и Запада определило направление исторического и культурного развития города и области в целом. Несмотря на многовековую историю, Астрахань сохранила свою неповторимость [3].



При благоустройстве города и создании новых памятников и скульптурных композиций аттрактивная ценность города будет увеличиваться, а, следовательно, возможно увеличение туристических потоков в городе Астрахани.

Созданные по перечисленным ранее объектам, базы данных памятников монументального искусства может быть применен турфирмами при создании экскурсионных, обзорных, пешеходных туров по городу Астрахани, а также правительства и административных управлений районов Астраханской области.



Рис. 1. Электронная база данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани»

Это позволит качественно расширить возможности новых туров, и уже имеющихся туристических маршрутов. У каждой астраханской туристической фирмы, или её представителей есть собственный веб-сайт, его можно усовершенствовать, добавив и разместив там информацию по памятникам монументального искусства региона, которые являются основными достопримечательностями города. Возможен запуск расширенной серии информационных статей для сайтов. При заполнении сайта турфирмы данной информацией, это возможно сделать в удобном для пользователей сайта виде - с навигацией и фильтрами, так как база данных имеет категории и классификации памятников по местоположению и типам памятников (военные, памятники религиозной культуры и др.).

Структурирование электронной базы данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани» позволило выделить три информационных объекта, которые взаимодействуют друг с другом при использовании данной базы данных это - тур, менеджер, типы и виды памятников (которые используют для составления экскурсионных туров). При использовании базы данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани» менеджер турфирмы, будет являться её пользователем.

По данным электронной базы данных «Памятники монументального искусства г. Астрахани» была создана карта культурно-исторических памятников (рис. 2).

Информационные ресурсы для туристов представлены не только веб-сайтом туристической фирмы. Туристические фирмы имеют свой раздаточный материал для своих клиентов, он в основном представлен бесплатными брошюрами и каталогами. На основании созданной базы данных возможно обновить уже имеющиеся брошюры, буклеты, справочники добавив в них информацию по основным памятникам города, новым скульптурным композициям.

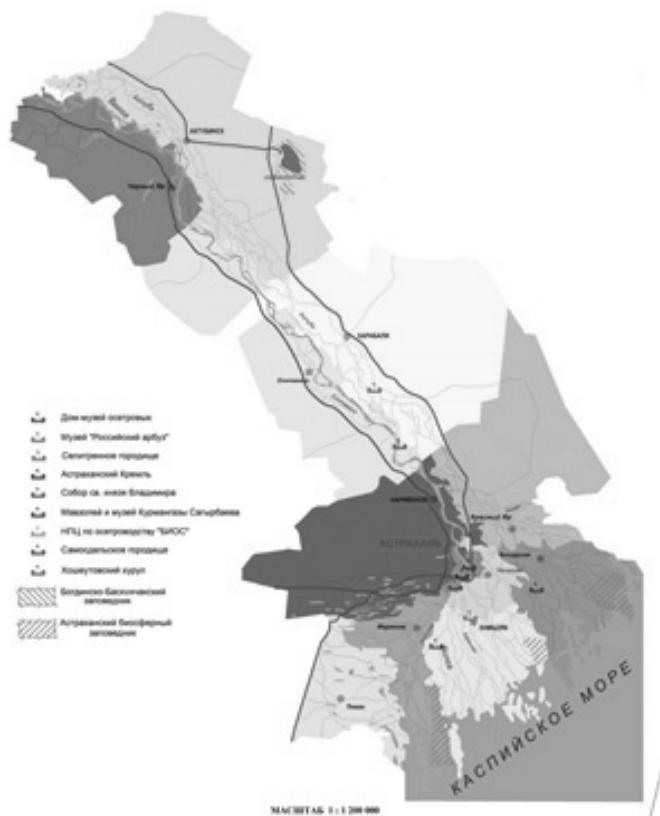


Рис. 2. Карта культурно-исторических памятников.

Возможно создание новых брошюр с использованием новой технологии QR кодов, размещением их на странице брошюры, при сканировании кода будет открываться информация с подробной характеристикой памятников монументального искусства города, их фотографиями в различные исторические периоды (если памятник установлен достаточно давно), либо фотографии по его установке или открытию, т.е. всю информацию, связанную с памятниками монументального искусства города. QR-код (англ. quick response - быстрый отклик) - матричный код, активно используются музеями, также и в туризме, как вдоль туристических маршрутов, так и у различных объектов. Сам код размещается на таблички, изготовленной из металла (более долговечны и вандаустойчивы). Размещение QR-кодов на туристических объектах города позволяет туристу легко ориентироваться в городе и узнавать более подробную, доступную информацию об историческом и культурном наследии региона. В столице региона был создан проект «Зелёная стрела» - это пешеходный маршрут по центральной части города Астрахани, который объединяет в себе культурные, архитектурные и административные объекты, музеи города - от Пречистенских ворот Астраханского кремля до армянского креста Хачкар [4, 5].

**Вывод.** Таким образом, увеличение притока туристов, повышение прибыли от экскурсионного туризма, и, следовательно, преумножение налоговых сборов напрямую зависит от того в каком состоянии находятся культурно-исторические ресурсы и каким образом их используют. Все эти факты, безусловно, приведут к развитию туризма в Астраханской области.

#### Список использованных источников

1. Безуглова М.С. Культурно-исторический туристско-рекреационный потенциал Астраханской области и его использование: дисс. канд. геогр. наук: 25.00.24. – Астрахань, 2007. - 203 с
2. Безуглова М.С. Перспективы использования культурно-исторических объектов Астраханской области в познавательном туризме // Проблемы региональной экологии. - 2005. -№1. - С. 104-111.
3. Безуглова М.С. Использование культурного наследия в сфере туризма. // Каспийский регион: политика, экономика, культура. - 2007. - №1 (10) - С. 43-48.
4. Сокол К. Г. Монументальные памятники Российской империи: Каталог. - Вагриус Плюс, 2006. - 432 с.
5. Памятники и скульптуры г. Астрахань [Электронный ресурс] URL:<http://www.love-astrakhan.ru/sgt.php?tag=500> (дата обращения: 20.09.2017).

**Борисенко И.В.**, к.ф.н., доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»

**Григорьева Г. Б.-К.**, доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,  
г. Шахты, Ростовская область

## ГОСТИНИЧНЫЕ ПРОДУКТЫ ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Борисенко И.В., Григорьева Г. Б.-К.** Гостиничные продукты для горнолыжного туризма: современные тенденции и перспективы развития. В работе исследуется современное состояние горнолыжного туризма в России. На основе анализа гостиничных продуктов, реализуемых на горнолыжных курортах России, предложены рекомендации по созданию нового продукта для реализации на Юге России.

**Borisenko I. V., Grigoriev G. B.** Hotel products for ski tourism: current trends and prospects for the development. The work examines the current state of ski tourism in Russia. Based on the analysis of hotel products implemented in the ski resorts of Russia, the guidelines for creating a new product for the implementation in the South of Russia are suggested.

**Ключевые слова:** гостиничные продукты, горнолыжный туризм, средства размещения.

**Постановка проблемы.** Численность туристов-горнолыжников в последние три десятилетия увеличивается стремительно. Заниматься горнолыжным туризмом в настоящее время стало модным. Исследования, систематизирующие и обобщающие современные тенденции по предложениям гостиничных продуктов для туристов-горнолыжников - отсутствуют. Вместе с тем, так же, как стремительно растет число туристов, наблюдается усиление конкуренции среди гостиничных предприятий на горнолыжных курортах. В настоящее время массовые гостиничные продукты не могут в полной мере удовлетворить потребительские ожидания, поскольку являются усредненным вариантом продуктового предложения. Для повышения привлекательности и имиджа, как самой гостиницы, так и её продуктов, необходимо использовать различные подходы и инструменты, направленные на привлечение туристов-горнолыжников. Цель данной статьи - рассмотреть особенности гостиничного продукта для горнолыжного туризма и проанализировать современные подходы к его формированию.

**Изложение основного материала исследования.** Туризм выступает катализатором социально-экономического развития регионов Российской Федерации, так как в регионах России представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов, развитие которых невозможно без создания всех видов базовой инфраструктуры с соответствующим кадровым сопровождением □1, с. 7□.

Сегодня в России насчитывается более 3 млн. любителей горнолыжного отдыха, ежегодный прирост их числа составляет примерно 8% в год. В настоящее время многие субъекты Российской Федерации и финансово-промышленные группы проявляют интерес к созданию на территории нашей страны конкурентоспособной индустрии горнолыжного туризма. Появляются некоммерческие организации (ассоциации, союзы, общественные объединения) горнолыжного туризма, призванные координировать усилия заинтересованных лиц в этой сфере, разрабатываются стандарты оказания услуг, образовательные программы подготовки персонала для индустрии горнолыжного туризма.

Оборот отечественной горнолыжной индустрии превышает 5 миллиардов евро в год. В основе современного горнолыжного туризма лежат потребности людей в восстановлении физических и душевных сил, что характеризует этот горнолыжный туризм как разновидность рекреационного туризма.

Целевая аудитория потребителей горнолыжных гостиниц в нашей стране выглядит следующим образом: 12-16 лет – 10%; 16-20 лет – 15%; 20-25 лет – 25%; 25-45 лет – 45%; 45- более – 5%.

При этом следует отметить, что более 50% целевой группы 20-45 лет составляют корпоративные клиенты □2, с. 260□.

Особое внимание необходимо уделить общему портрету горнолыжного туриста, который можно представить следующим образом: турист в возрасте 25–45 лет, с достатком выше среднего, так как горнолыжные курорты не являются самым доступным видом отдыха, существенную роль играет и дороговизна специализированного оборудования, предпочитающий активный вид отдыха и имеющий хорошую спортивную подготовку. В основном туристы путешествуют небольшими компаниями или семьями □3, с. 225□.

Потребности в средствах размещения у данного сегмента туристов разнообразные. Как правило, туристы обращают внимание на:

- удаленность от подъемников;
- уровень комфорта гостиницы;
- номерной фонд;
- наличие дополнительных услуг;
- отзывы о гостинице.

Проведенный анализ позволил условно выделить четыре типа размещения наиболее часто встречающихся на российских горнолыжных курортах:

1. Гостиницы – от «без звезд» до 5 звезд. Самыми популярными являются 2-3 звездочные гостиницы, а вот объектов класса 5 звезд совсем немного, на некоторых курортах их вовсе нет. В основном все гостиницы рассчитаны на 10-60 номеров, изредка встречаются большие комплексы (100-150 номеров и более). Существуют гостиницы типа ski in/ski out, которые выходят прямо на склон горы;

2. Шале – деревянные или кирпично-деревянные дома (коттеджи), рассчитанные на проживание от 4 до 30 человек. В них предлагают разместиться как с питанием, так и без. Бывает, что в одном таком домике могут располагаться от 1 до 4-х отдельных апартаментов;

3. Апартаменты – так называют и тип зданий (жилой комплекс с возможностью дополнительных услуг), и тип номеров (квартиры с кухонной зоной). Номера бывают однокомнатными (студия), 2-, 3- и 4-комнатными;

4. Горнолыжные базы. Базы отдыха располагают как помещениями (от единичных домиков до курортной деревни) для проживания туристов и любителей горнолыжного спорта, так и подсобными и специальными помещениями, предназначенными для спасательных патрулей. Для удобства отдыхающих обычно есть помещения с: вестибюлем, гардеробом для верхней одежды, раздевалками, кабинетами инструкторов и медицинского персонала, комнатами для личной гигиены, для отдыха, блоками питания и подсобными помещениями для тепло- и водоснабжения, вентиляции.

Отличительной особенностью средств размещения на горнолыжных курортах является то, что достаточно часто предлагается многоместное размещение: 2-х, 3-х, 4-х и 5-ти местные номера.

На стоимость проживания в гостиницах в горах влияет их транспортная доступность, наличие/отсутствие сервисов для горнолыжников, категория, инфраструктура, удаленность горнолыжных баз и т.д.

Среди дополнительных сервисов может быть прокат горнолыжного снаряжения, включая ватрушки и детские санки, трансфер до самого курорта, услуги доступа в Интернет, водные процедуры в бассейнах и спа, и многое другое. Современные гостиницы все чаще предоставляют сервисы, рассчитанные на детей – детское меню, игровые комнаты и услуги няни.

Важными представляются вопросы организации свободного времени туристов (горнолыжников) после спуска с горных склонов. Свободного времени у туристов много, поскольку на практике горнолыжные подъемники закрываются в 16:00–17:00, до того, как стемнеет. Таким образом, к 17:00 (а иногда раньше) все туристы оказываются уже в средстве размещения.

К «типичному» набору дополнительных услуг туристской гостиницы, расположенной на горнолыжном курорте можно отнести: кафе, прокат инвентаря, бильярд, баня или сауна, услуги трансфера и экскурсионные, доступ в Интернет, помещение для хранения горнолыжного оборудования.

Одно из перспективных направлений бизнеса в современном гостиничном комплексе – наличие рекреационной зоны, где предлагается наиболее полный ассортимент SPA-услуг. В соответствии с требованиями Системы классификации гостиниц и иных средств размещения наличие спортивно- оздоровительного центра с тренажерным залом или SPA-центра в гостинице – обязательное условие для отелей уровня 4 и 5 звезд. SPA объекты могут быть представлены в различных форматах: от SPA-зоны в номере до Wellness-центров полного цикла □4, с. 160 □

Изучая тему гостиничных продуктов на горнолыжных курортах, нами было отмечено, что на их качество и состав услуг особенно влияет инфраструктура. Так, можно выделить две большие группы:

□ гостиницы, расположенные на горнолыжных курортах и не имеющие собственной горнолыжной инфраструктуры (трасс, подъемников);

□ гостиницы, имеющие в своей структуре горнолыжную инфраструктуру (собственные горнолыжные спуски, подъемники). Чаще всего это гостиничные комплексы или даже целые курорты, объединенные одним управлением.

Безусловно, данная особенность влияет и на ассортимент дополнительных услуг, и на гостиничный продукт вообще. Чем больше территория гостиницы, тем больше у нее возможностей для оказания разнообразных услуг. Большая территория позволяет удовлетворять потребности разных групп потребителей, начиная с одиночных туристов и заканчивая большими группами.

Если анализировать эти две группы, то можно сказать, что на крупных курортах чаще всего встречается первый тип гостиниц, на средних и небольших – второй. Но, бывают и исключения, например ОСК «Абзаково».

При выборе горнолыжного средства размещения сначала выбирается его месторасположение, т.е. курорт. При этом решающее значение имеет сезонность курорта. Фактор сезонности в горнолыжных гостиницах определен, прежде всего, природно-климатическими факторами курорта. Текущий рейтинг популярности российских горнолыжных регионов (на основании официальных опросов и частных мнений горнолыжников):

1. Москва, Подмосковье (декабрь – март);

2. Санкт-Петербург, Ленинградская область (декабрь – март);

3. Сибирь (декабрь – март);

4. Красная Поляна (декабрь – май);

5. Кавказ (на Чегете и «Домбае»: декабрь – апрель, на Эльбрусе: круглый год, в зависимости от высоты);

6. Урал (ноябрь – май);

7. Хибинь (ноябрь – июнь) □5 □.

Как видно по представленным данным, в силу климатических условий нашей страны высокий сезон в горнолыжных гостиницах колеблется от 4-х до 6-ти месяцев, характеризуется высокой загрузкой номерного фонда, резко возросшими запросами на дополнительные и сопутствующие услуги гостиниц.

Преодоление фактора сезонности является ключевым вопросом при формировании новых горнолыжных гостиничных продуктов. В этой связи обратимся к зарубежному опыту. На сегодняшний день популярной тенденцией является создание крупных комплексов с крытыми горнолыжными трассами.

Крытый многофункциональный горнолыжный комплекс (КМГК) – тип комплекса, представляющий собой крытое спортивное сооружение, позволяющее круглогодично заниматься различными видами спорта, основным из которых является горнолыжный спорт, при этом может включать в себя объекты различного функционального назначения и предлагающее услуги размещения, питания, досуга.

Самым первым крытым горнолыжным комплексом является Саяма (Япония). Уже на протяжении 60 лет он продолжает принимать гостей. На данный момент в мире существует около 50 крытых круглогодичных горнолыжных комплексов: в Европе, в Арабских Эмиратах, в Новой Зеландии, в Южной Корее, Японии, Германии, Голландии, Испании, Китае, России. «Снеж.ком.» – это единственный в России всесезонный горнолыжный комплекс, который открыли только в 2008 году. Отличием российского крытого горнолыжного комплекса является то, что он предлагает только услуги по катанию, и сопряженные с этим услуги. В его составе нет средств размещения. В то время как большинство зарубежных аналогов представляют услуги размещения, питания, и т.д. В настоящее время крытые горнолыжные комплексы успешно эксплуатируются и являются востребованным спортивно-гостинично-развлекательными центрами в каждой развитой стране. Это уникальная возможность любителям зимних видов спорта создать атмосферу зимнего отдыха круглый год □6, с.82-84□. Для гостиниц в составе таких комплексов фактор сезонности менее актуален, а возможности по формированию разнообразных гостиничных пакетов – самые широкие.

В настоящее время всё большее число успешно работающих людей стало уделять своё внимание спорту, поддержанию хорошей физической формы. Постоянно растущие число горнолыжников и сезонные предложения гостиниц, сопряженные с климатическими условиями курортов, диктуют необходимость создания нового гостиничного продукта, в котором основным компонентом станет предложение туристам-горнолыжникам крытой всесезонной горнолыжной трассы. На сегодняшний день ни одно гостиничное предприятие не может удовлетворить потребности все возрастающего спроса на услуги горнолыжной индустрии круглогодично. В данном случае решение сезонного вопроса откроет дополнительный сегмент рынка.

**Выводы и предложения.** Удачный выбор местонахождения для гостиницы является самым важным критерием, так как именно от этого будет зависеть и позиционирование на рынке гостиничных услуг, выбор своего круга потребителей. Создание горнолыжно-гостиничного комплекса представляется целесообразным в Ростовской области, вблизи г. Ростов-на-Дону. Проведенные исследования по этому вопросу свидетельствуют, что крытый горнолыжный комплекс спортивного назначения следует располагать на периферии крупных и крупнейших городов юга России [7, с.240-243]. Подходящая территория для размещения спортивного комплекса находится на левом берегу Дона вдоль выездной трассы М4, где сейчас формируется спортивная зона. Кроме того, Ростов-на-Дону имеет прекрасную транспортную доступность, развитую инфраструктуру. На данный момент на территории Ростовской области нет дефицита площадей, однако, в непосредственной близости от Ростова-на-Дону высокая стоимость аренды земли. На данном рынке существует наличие свободной рабочей силы, что является плюсом.

Для строительства горнолыжно-гостиничного комплекса необходима территория с общей площадью не менее 15 га.

В качестве потенциальных потребителей гостиничного продукта можно рассматривать всё население страны. Сегментация потребителей разрабатываемого гостиничного продукта:

1. Географический: туристы из России, в большинстве – жители Юга России, Ростовской обл.;
2. Демографический: возраст: любой, преимущественно 25-45 лет; семейное положение, образование, национальность: не имеет значение;
3. Психологический: социальный слой: достаток – средний, выше среднего; стиль жизни: активный, спортивный, любители лыжного спорта; психологический портрет: энергичны, целеустремлены, ищут ярких впечатлений, разнообразия;
4. Поведенческий: степень случайности покупки: иногда, регулярно; степень готовности купить продукт: интерес, желание кататься на лыжах.

Ценовая политика увязана с общими целями предприятия и включает формирование кратко- и долгосрочных целей на базе издержек производства и спроса на продукцию, а также цен конкурентов. Рыночные возможности и ценообразование горнолыжно-гостиничного комплекса оцениваются: возможностями материально-технической базы гостиницы, ее вместимостью, себестоимость услуги пропускной способностью подъемников, т.е. максимальное количество туристов, которых возможно обслужить, соотношением цена – качество, а так же созданным информационным полем и имиджем предприятия. Для достижения результатов в конкурентной борьбе необходима выработка эффективной стратегии развития, соответствующей сложившейся рыночной ситуации. Стратегия развития является одним из важнейших направлений стратегического управления предпринимательской деятельностью, для которой характерен высокий уровень нововведений, значительная степень риска и способность быстро адаптироваться к изменениям внешней среды □8, с. 65□.

Наилучшим способом проведения маркетингового исследования (для такого крупного проекта) было бы привлечение сторонней организации, специализирующейся на маркетинговых исследованиях в туризме. Это позволит получить наиболее точную и исчерпывающую информацию о реальном состоянии рынка, а также четко сформулировать рекомендации по организации бизнеса.

Организация крытого горнолыжного комплекса позволит значительно повысить туристскую привлекательность региона, уровень которой должен определяться в многоаспектном контексте всеми субъектами индустрии туризма как возможность территории реализовать их потребности □9, с. 27□.

#### Список использованных источников

1. Шевцова, Т.В. Туристская деятельность: учеб. пособие для вузов: рек. КМО учебных заведений Рос. Федер. по образованию в области сервиса и туризма / Т.В. Шевцова [и др.]; Федер. гос. ун-т экономики и сервиса (ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС»). – Шахты: ФБОУЭ ВПО «ЮРГУЭС», 2010. – 352 с.
2. Валиева, Г.А. Горнолыжный туризм – современный активный вид спорта и отдыха в зимнее время / Г.А. Валиева, Г.М. Казбулатов // Проблемы формирования ценностных ориентиров в воспитании сельской молодежи. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2014. Тюмень: Изд-во: Печатный цех «Ризограф», 2014. С. 260.
3. Миненкова, В.В. Организация свободного времени туристов на горнолыжных курортах (на примере Красной поляны) / В.В. Миненкова, М.А. Слюсарь // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2015. Т. 1. № 1. С. 225-228.
4. Нагай Н.Г., Елисеева О.В., Войцех О.С. SPA-центр в структуре гостиничного комплекса / Н.Г. Нагай, О.В. Елисеева, О.С. Войцех // Инновационная наука в современном мире Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции [Электронный ресурс]. Под общей редакцией А.И. Вострецова. 2016. С. 159-167.
5. Горнолыжные курорты России – обзор, рейтинги, цены 2014-2015 // RuTraveller – гид по городам и странам для путешественников, фотографов и знатоков туризма; URL: <http://www.rutraveller.ru/note/3078> (дата обращения: 1.08.2017).
6. Цапко, О.О. Крытые многофункциональные горнолыжные комплексы: особенности и современные тенденции проектирования. Понятия климатизации и микроклимата / О.О. Цапко // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Высокие технологии. Экология. 2015. № 1. С. 81-85.
7. Панченко, П.В. Территориальное размещение современных горнолыжных центров / П.В. Панченко, Н.А. Моргунов // Градостроительство, архитектура, искусство и дизайн : тез. докл. междуна. науч.-практич. конф., 6-9 октября 2009 г. Ростов н/Д : Ин-т архит. и искусств, 2009. С. 240-243.
8. Мысова, О.С. Специфика разработки стратегии развития гостиничного предприятия / О.С. Мысова // Актуализация проблем развития гостиничной индустрии Материалы всероссийской научно-практической конференции. -Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Майкопский государственный технологический университет», Инженерно-экономический факультет, Кафедра экономики и управления на предприятии. -2014. -С. 65-68.
9. Дегтярёва Т.В., Борисенко И.В., Черномырдина С.О., Калашников А.В. К вопросу о содержании понятия «туристская привлекательность» // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе сборник научных трудов. Симферополь, 2016. С. 27.

УДК 338.48

**Буланова М.А.**, обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Парубец О.В.**, к.геогр.н., ст.преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь<sup>©</sup>

#### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Буланова М.А., Парубец О.В. Проблемы и перспективы развития археологического туризма в Российской Федерации.** В работе рассмотрены основные проблемы и перспективы развития археологического туризма на территории Российской Федерации, приведены основные центры археологического туризма.

**Bulanova M. A., Parubets O.V. Problems and prospects of archaeological tourism in the Russian Federation.** The paper discusses the main problems and prospects of archaeological tourism in the territory of the Russian Federation, the main centres of archaeological tourism.

---

© Буланова М.А., Парубец О.В., 2017

**Ключевые слова:** археологический туризм, проблемы, перспективы, Российская Федерация.

**Постановка проблемы.** На сегодняшний день остро стоит вопрос о заинтересованности российских граждан в археологических турах по России.

**Цель работы:** исследование проблем и перспектив развития археологического туризма в Российской Федерации.

**Изложение основного материала.** По данным статистики ежегодно, во всех уголках Российской Федерации работают приблизительно полторы тысячи энтузиастов, приезжающих на раскопки и участвующих в археологических экспедициях в статусе волонтеров, при этом они самостоятельно оплачивают себе дорогу, проживание, питание и т.д. [3]. За пределами Российской Федерации археологический туризм довольно востребован, и что уж говорить, значительно комфортен, что и является одной из проблем для развития туризма в Российской Федерации.

В Российской Федерации лишь с 2000 года стали официально приглашать желающих поучаствовать в раскопках за свои средства [1]. Первым стал практиковать такой вид научного туризма «за деньги» фонд «Археология». А за ним все научные организации, занимающиеся археологической деятельностью, стали также набирать платные группы [5].

В России довольно много мест, где можно устраивать раскопки. Наиболее популярны поездки на Алтай, Северный и Южный Урал, Соловецкие острова, в Краснодарский край, на Черное и Азовское моря.

Перспективы развития археологического туризма в Российской Федерации на примере Республики Крым. В последние несколько лет находки, обнаруженные подводными археологами все убедительнее доказывают, что на морском дне таятся не менее интересные открытия, чем на суше. Между тем, на сегодняшний день специалистов по проведению подводной археологии выпускают только два российских вуза – в Воронеже и в Москве. Поэтому в Крыму решили компенсировать этот недочет и Черноморский центр подводных исследований заключил соглашение о сотрудничестве с Крымским Федеральным Университетом. Пока что это 16-ти часовой вариативный подготовительный курс. Однако если предложенный курс придется по вкусу студентам, Черноморский центр подводных исследований был бы не против ввести этот курс в основную программу по подготовке бакалавриата. Ну и когда-нибудь иметь возможность открыть отдельное направление в магистратуре. Студентов, которые заинтересуются таким предложением уже в этом году обещают взять на прохождение практики в древнем городище Акра. Глубины там вовсе небольшие, поэтому ввести исследования можно даже новичкам [3].

В античном городище Акра подводные археологи ведут исследования вот уже почти 6 лет. Его возраст составляет около 2,5 тысячи лет и находится в акватории Керченского пролива у п. Набережное. Прозванная крымской Атлантидой большая часть Акры уже около 1000 лет находится на морском дне. Но именно благодаря этому там удалось обнаружить находки, сохранность которых на суше была бы невозможна, так как на суше эти органические артефакты попросту разложились бы. Были найдены дубовые балки, служившие когда-то фундаментом оборонительной башни, а также был найден деревянный гребень, которому приблизительно 2000 лет [2].

Находок было обнаружено огромное количество, а также еще большее количество осталось по-прежнему лежать на морском дне не найденными. Поэтому Черноморский центр подводных исследований надеется и ждет, что наступит то время, когда подводные археологические памятники можно будет показывать не только студентам, но и туристам. Однако для этого потребуются сначала внести изменения в федеральные законы.

Проблемы развития археологического туризма в Российской Федерации. Археологическое наследие и памятники археологии, несомненно, имеют огромный потенциал для развития экспедиционных туристских программ, а также входить в состав стандартных экскурсионных маршрутов. Однако археологические ресурсы имеют определенную специфику, которую необходимо рассмотреть.

В первую очередь необходимо указать на расположение археологических памятников. Большинство из них находится в природной среде и в труднодоступных местах с плохо развитой транспортной системой, что исключает данный археологический памятник в состав экскурсионных маршрутов. Так же стоит обратить внимание на экскурсионную ценность археологических памятников, так как по ряду признаков она достаточно невысока. Первый признак – это выразительность археологического объекта. На территории Крыма существует неслыханное количество памятников, которые попросту не замечаются людьми. Это могут быть небольшие курганы, могильники, плохо сохранившиеся городища, насыпи и др. Они остаются незамеченными и не способны своим внешним видом произвести какое-либо яркое впечатление. Поэтому данные памятники не могут стать основой экскурсионного показа. Второй признак – это известность памятника, что тоже имеет низкий балл. Большинство малых археологических памятников мало прорекламированы и изучены. Третий признак – это экзотичность, т.е. отсутствие аналогов. Этот признак применяется только к тем археологическим памятникам, которые были исследованы при раскопках археологами. К сожалению, в Крыму процент экзотичности составляет 20-30 процентов, так как почти у каждого археологического объекта есть аналоги на материковой части России и в мире. Что же касается временных ограничений, то практически все археологические туры, в которые включены раскопки и исследования, обладают сезонностью. Это недоступность в снежный период, а также труднодоступность в период осенней и весенней распутицы. Так же одним из признаков следует отметить вопрос безопасности, например, клещевой фактор и труднопроходимые маршруты.

Еще одним признаком в использовании археологических объектов является проблемы сохранности памятников и юридического статуса экскурсантов. По настоящему законодательству Российской Федерации все

археологические памятники имеют статус федеральной собственности, а их изучение и исследование, в том числе и топографическая съемка, является лицензируемой деятельностью [4]. Сбор материалов с поверхности, а также несанкционированное разрушение археологических памятников преследуется законом, которым так же предусмотрена уголовная ответственность. В связи с этим, появляется вопрос, в котором рассматривается о сопровождении групп экскурсантов профессиональным археологом, который будет иметь лицензию на исследование и изучение памятника в пределах экскурсий. На сегодняшний день этот фактор является серьезным препятствием развития археологического туризма в Крыму, что связано, в первую очередь, с очень маленьким количеством квалифицированных археологов в Крыму, а во вторую очередь с незаинтересованностью археологов работать с туристскими группами (считая, что это не входит в их обязанности).

Проблема сохранности археологических памятников стоит очень остро. На территории России, а также и Крыма ведут свою деятельность, так называемые, «черные» археологи. Они целенаправленно ведут поисковую деятельность и грабительские раскопки археологических памятников. Именно поэтому, среди квалифицированных археологов и органов Охраны историко-культурного наследия существует двойное мнение о решении популяризации археологических памятников. Не глядя на все позитивные моменты данного вопроса, рекламно-информационная деятельность, составление брошюр, буклетов, путеводителей по определенным туристским археологическим ресурсам, все же может привести всплеск археологического мародерства и кладоискательства. Так же следует отметить, сто в связи с удаленностью археологических памятников друг от друга осуществить за ними контроль невозможно.

Так же одной из главных проблем организации археологических экспедиций является отсутствие финансовой поддержки со стороны государства. Откуда мы и имеем малую заинтересованность среди туристов.

Таким образом, из приведенных выше факторов следует сделать вывод, что археологические памятники, как туристический ресурс имеют ярко выраженную специфику. Она проявляется в том, что имеет ограничения по их использованию. Этим фактом, как раз и заключается такой низкий процент включения археологических памятников в рамки туристских программ [5].

**Выводы и предложения.** Российская Федерация обладает огромным потенциалом развития в этом направлении, есть куда стремиться и над какими проблемами работать. Одним из перспективных направлений в археологическом туризме является Крым, в котором сочетается множество археологических памятников разных эпох, времен и народов. Еще одной из сильных сторон археологического туризма в Российской Федерации является уникальность археологических памятников и их разнообразие. Однако имеют место быть и такие проблемы как непрорекламированность объектов, неизвестность археологических памятников, а также малое количество высококвалифицированных специалистов по проведению раскопок. Из выше приведенного можно сделать вывод, что при определенных усилиях археологический туризм может стать новой составляющей туристского продукта в России.

#### **Список использованных источников:**

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. – 252 с.
2. Долженко Г.П. Туризм в равнинной части Юга России – Ростов-на-Дону [Текст] / Г.П. Долженко. – М. : Феникс, 2008. – 263 с.
3. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма [Текст] / А. Б. Косолапов. – М. : КноРус, 2010. – 272 с.
4. Макаров, Н.А. Краткие сообщения Института археологии [Текст] / Н. А. Макаров. – М. : Языки славянской культуры, 2014. – 260 с.
5. Насонов, А.А. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России [Текст] / А.А. Насонов, Е.Л. Кудрина, Д.Д. Родионова, А.И. Юдина. – Кемерово : Кемеров. гос. и-т культуры и искусств, 2015. – 255 с.



**ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСКУРСИЙ В ПРАКТИКУ  
ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**

**Булыгина И. И., Внедрение интерактивных форм проведения экскурсий в практику туристского бизнеса.** В статье рассматриваются новые формы проведения экскурсий в российской практике, анализируются причины изменения подходов к разработке и организации экскурсий, замены традиционной экскурсии на интерактивные варианты экскурсионной деятельности.

**Bulygina I.I., Introduction of interactive forms of excursions to practice of tourism business.** The article considers new forms of conducting excursions in Russian practice, analyzes the reasons for changing approaches to developing and organizing excursions, replacing the traditional excursion with interactive excursion options

**Ключевые слова:** традиционная экскурсия, интерактивная экскурсия, квест-экскурсия.

**Key words:** traditional excursion, interactive excursion, quest-excursion.

**Постановка проблемы.** В последние годы туризм стал активным элементом цивилизованного мира, его по праву называют феноменом XXI века. Он способен играть роль локомотива в экономике государства в целом и региона, в частности, поскольку прямо либо косвенно связан со многими отраслями народного хозяйства (транспортом, связью, градостроением и инженерной инфраструктурой, охраной окружающей среды, гостиничным хозяйством, индустрией питания, индустрией развлечений и т.д.) и с различными областями человеческих знаний (экономикой, маркетингом, юриспруденцией, психологией, социологией, информатикой, иностранными языками и др.).

Ключевой особенностью развития туризма в последнее десятилетие следует считать жесточайшую конкурентную борьбу на национальном и интернациональном рынках, которая проявляется в погоне за внедрением современных технологий привлечения и обслуживания туристов.

**Изложение основного материала.** Привлекательность туристских центров обеспечивается многочисленными факторами, важнейшим из которых является наличие качественного турпродукта. В связи с этим специалисты турбизнеса вынуждены заниматься разработкой новых туристских направлений и поиском новых форм туристской деятельности в связи с изменением туристских потребностей и запросов [3, с. 223]. С каждым годом туристы становятся все более требовательными, и уже не довольствуются обычным рассказом экскурсовода.

Долгие годы экскурсанты с благодарностью воспринимали тщательно подготовленную и структурированную экскурсию, наполненную большим количеством фактов, дат, статистических данных, поскольку информация не была общедоступной. Современный же потребитель, имеющий доступ к неограниченным информационным ресурсам, стал больше обращать внимание на внешние признаки, такие как качество транспортного обслуживания, качество подачи материала (а не его содержание!), наличие интерактивных элементов в экскурсионной деятельности и пр. [4, с. 130].

Такой подход раздражает поколение экскурсоводов, привыкших к экскурсии относиться со всей серьезностью научного подхода. Однако, не смотря на сопротивление приверженцев классической экскурсии, интерактивные формы проведения экскурсий все более активно завоевывают туристский рынок [5, с. 56].

Преобладание у молодого поколения так называемого «клипового мышления», характеризующегося фрагментарностью информационного потока, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между клипами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира, привело к необходимости перестраивать подачу экскурсионного материала [6, с. 7].

Можно сколь угодно критиковать этот образ мышления, но правильнее воспринять его как данность, потому что у его появления тоже есть объективные причины: обилие информации заставляет ее фильтровать и воспринимать дозированно, дабы уберечь мозг от ее переизбытка. Иными словами, экскурсоводы вынуждены менять формы и методы подачи материала. Классическая экскурсия постепенно будет трансформироваться в экскурсию интерактивную. Эти два вида экскурсий имеют ряд существенных различий, как в процессе подготовки, так и в ходе реализации. Традиционная экскурсия состоит из рассказа и показа, а интерактивная предполагает еще и элементы игры, театрализации и пр. Сложность проведения такой экскурсии состоит в том, что для нее часто требуется дополнительный персонал, дополнительный реквизит и костюмы (а это финансовые затраты). Изменяется и сама подача материала. В традиционной экскурсии материал излагается экскурсоводом, а интерактивной экскурсии часто материал приходится «добывать» экскурсантам самостоятельно. В традиционной экскурсии активность экскурсантов проявляется во внимательном прослушивании и запоминании материала, а во время интерактивных экскурсий туристы принимают участие в традиционных национальных обрядах, становятся участниками костюмированных инсценировок, выполняют различные задания, участвуют в

творческих конкурсах, отгадывают загадки и т.п. Вовлечение туристов в активное действие усиливает эмоциональное восприятие информации, привлекает внимание экскурсантов не только к туристским объектам, но и к определенным историческим событиям и личностям, а также позволяет активизировать познавательные процессы представления и воображения. Яркие образы, созданные благодаря анимации, запоминаются гораздо дольше, чем привычный рассказ.

Подобные туристские программы требуют большой предварительной подготовки. Для составления туристских анимационных программ не достаточно скупых статистических данных и констатации исторических фактов, необходимы эмоциональные описания, интересные художественные тексты. При составлении экскурсий с элементами анимации используются местные сказания и легенды, воспоминания и письма участников тех или иных событий, а так же художественные произведения [2, с. 112].

Несомненно, литературные тексты обладают различным познавательным и эмоциональным потенциалом, что предопределяет вариативность их использования в процессе подготовки экскурсионно-анимационных программ. Приемы работы с литературными текстами могут использоваться весьма разнообразные. Наиболее яркие отрывки с описаниями объектов туристского интереса можно использовать непосредственно в тексте экскурсии. Вариативным методом работы с литературным текстом во время экскурсионной программы может быть сравнительный анализ двух текстов с описанием одного и того же объекта туристского интереса в разные исторические эпохи. Особенно усиливается впечатление, если вместе с описанием объекта демонстрируются фотографии или репродукции картин с изображением описываемого объекта [1, с.129].

Можно использовать литературные тексты для передачи духа времени, характеристики героев определенной эпохи. Некоторые отрывки из произведений могут инсценироваться, цитироваться, предлагаться в качестве заданий для экскурсантов. Например, по описанию, составленному мастером-писателем определить описываемый объект на современном маршруте. Опыт показывает, что экскурсанты охотно анализируют, дискутируют, перевоплощаются, облачаются в костюмы и принимают участие в предлагаемых анимационных программах. Наибольшей популярностью экскурсии с элементами анимации пользуются у детей и подростков, чье внимание достаточно быстро рассеивается при традиционной подаче материала. Использование литературных текстов в туристско-экскурсионных и туристских анимационных программах усиливает эмоциональное восприятие материала, стимулирует психологические процессы воображения; тренирует наблюдательность и интерес к вещам, на которые в обыденной жизни не обращается внимание; развивает аналитико-синтетическую и ассоциативную функцию мышления; побуждает к сопереживанию, попытке представить себя на месте представляемых героев в череде событий давно минувших дней. Использование литературных текстов позволяет создать особый эстетический фон туристско-экскурсионной программы в экскурсиях с элементами театрализации.

Существуют и другие виды интерактивных экскурсий, они разнообразны по тематике и форме проведения: экскурсии-реконструкции, экскурсии-ролевые игры, квест-экскурсии и т.д. Квест-экскурсии представляют собой нетрадиционную, познавательно-развлекательную форму экскурсионной деятельности. Слово «квест» («quest») имеет англоязычное происхождение и переводится как поиск. Принципиальное отличие экскурсионного квеста от классической экскурсии состоит в том, что знания об экскурсионных объектах экскурсантам приходится добывать самостоятельно. Важной особенностью квестов является наличие сюжетной линии, для прохождения которой необходимо решить несколько заданий. Экскурсионные квесты имеют общую природу с квест-играми, но главной целью экскурсионного квеста, так же как и классической экскурсии, является знакомство с историческими фактами, персонажами, экскурсионными объектами, только в поисково-игровой форме. Квест-экскурсии могут быть прекрасным объединяющим началом для посещения нескольких предприятий сферы гостеприимства, культуры и досуга.

Одной из интереснейших интерактивных экскурсионных форм является экскурсия – ролевая игра. В сценарии ролевой игры прописаны только первоначальные ситуации, а все остальное оставлено на отыгрыш участникам-игрокам. Использование ролевой игры в экскурсионной деятельности позволяет сделать процесс восприятия исторических и культурных событий более живым и интересным.

Совершенно новым направлением экскурсионной деятельности являются QR-экскурсии, в организации которых используется инновационное средство маркировки - QR-коды. Основное достоинство QR-кода состоит в легком распознавании информации сканирующим оборудованием (в том числе и фотокамерой мобильного телефона) и возможность хранения большого объема информации. Это свойство QR-кода позволяет ему стать ценным ресурсом в разных сферах деятельности, в том числе и в экскурсионной.

**Вывод.** Таким образом, изменения в общественной жизни, связанные с началом информационной эпохи, привели к необходимости внедрения инновационных форм экскурсионной деятельности. Информационная революция происходит на фоне постоянного роста благосостояния населения и насыщения потребителя различными услугами, экскурсионные учреждения вступают в жестокую конкурентную борьбу за потребителя, поэтому, вынуждены не только усовершенствовать качество, но также искать способы произвести впечатление на своих потребителей. Современные экскурсоводы вынуждены учитывать реалии сегодняшнего дня и ориентироваться на изменившиеся потребности экскурсантов. Вместо групповых экскурсий все чаще приходится проводить индивидуальные, вместо классических – интерактивные. Подачу материала приходится сокращать и видоизменять. Экскурсовод из человека, обладающего определенной суммой знаний переходит в разряд менеджеров, организующих по сути самостоятельный процесс ознакомления экскурсантов с объектами туристского интереса.

### Список использованных источников

1. Булыгина И.И. Использование литературных текстов при подготовке туристско-экскурсионных программ с элементами анимации // Преподавание русского языка и литературы в иноэтнокультурном пространстве: Материалы межвузовского научно-методического семинара 12 ноября 2010 года. / Отв. Ред. Петрухина Н.М. - Ташкент: «Fan va texnologiyalar Markazining bosmaxonasi», 2010. – С. 128-130.
  2. Булыгина И.И. Методические основы профессиональной подготовки организаторов туристской анимации: кандидатская диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. по специальности: 13.00.08. Теория и методика профессионального образования. – М.: РМАТ, 1999.
  3. Булыгина И.И. Разновидности и особенности разработки событийных анимационных туров // Развитие физической культуры, спорта и туризма: опыт регионов: материалы конференций Института физической культуры, спорта и туризма Петрозаводского государственного университета [Электронный ресурс]: научное электронное издание / [редкол.: В.М. Кирилина, Н.В. Колесникова]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования Петро- завод. гос. ун-т. — Электрон. дан. — Петрозаводск: Издательство ПетрГУ, 2016. — С. 223-226.
  4. Булыгина И.И., Алексеева Ю.В. Маркетинговый анализ туристского рынка // Социально-экономические тенденции развития мировых и российских рынков: теория и практика. Материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Саратов, 14 ноября 2014 г.) – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ «РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015. – С. 129-130.
  5. Булыгина И.И., Гаранин Н.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: Учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2006.
- Семеновских Т.В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». Выпуск 5 (24), сентябрь – октябрь 2014. – С. 1-10. Электронный ресурс. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения 26.09.2017)

УДК 338.484

**Быстров С.А.,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры страноведения и международного туризма  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ, КАК ПРИЧИНА СТАГНАЦИИ СПРОСА СО СТОРОНЫ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА

**Быстров С.А. Актуальные проблемы развития конкурентного туризма в Республике Крым, как причина стагнации спроса со стороны туристского потока.** В работе рассматриваются вопросы современного состояния туристского рынка Республики Крым, оцениваются актуальные проблемные аспекты замедления и стагнации туристского спроса со стороны туристского потока. Выявляются причины туристских проблем и определяются основные перспективы развития региона, как ведущей туристской дестинации страны в сфере организации массового пляжно-рекреационного туризма и летнего отдыха россиян.

**Bystrov S.A. Actual problems of development of competitive tourism in the Republic of Crimea, as a reason for the stagnation of demand from the tourist stream.** The paper discusses the current state of the tourist market in the Republic of Crimea, assesses the current problem aspects of the slowing and stagnation of tourist demand from the tourist flow. The causes of tourist problems are identified and the main prospects for the development of the region as the leading tourist destination of the country in the sphere of organization of mass beach and recreational tourism and summer recreation for Russians are determined.

**Ключевые слова:** туристский рынок, туристская индустрия (отрасль), тенденция, туристский поток, стагнация туристского спроса, туристская дестинация.

**Постановка проблемы.** Развитие туризма, как одной из приоритетных отраслей экономики в Республике Крым и развитие региона в целом, как привлекательного туристского центра российского и международного туризма является одним из приоритетных направлений по развитию туризма в РФ. Активизация развития конкурентоспособного туризма в Крыму является одной из стратегических задач государства и заложена в Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г., а также в Стратегию социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г., что во многом обусловлено тем фактом, что данный субъект РФ обладает обширным туристско-рекреационным потенциалом, и является источником значительного вклада в развитие социо-экономической системы Республики Крым (доля налоговых поступлений в консолидированном бюджете от туристской отрасли за 2016 г. по Республике Крым составила 7,2% или 32 млрд. 752,42 млн. руб. в абсолютном денежном показателе) [1, 2, 8]. Однако, за последний год туристский поток в

регион в определенной степени сократился и согласно данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, за восемь месяцев 2017 г. в Крыму отдохнуло примерно на 4,2% туристов меньше, чем за аналогичный период 2016 г. [8] Это произошло на фоне оптимистических прогнозов от чиновников Ростуризма РФ и главы Республики Крым, которые строились на 2017 г. с ожидаемым увеличением количества туристов в регионе. Стагнация в туристском спросе во многом является результатом наличия значительного количества старых нерешенных проблем в туристской индустрии региона и значительным усугублением факторов внешней природы, неучет и нелооценка которых в значительной степени повлекли проявление падения туристской активности со стороны туристского потока. Стоит отметить, что по данным ВЦИОМ Крым остается самым желанным местом отдыха второй год подряд и 37% россиян при наличии возможности провели бы лето именно там (на втором месте предпочтение отдается курортам Черноморского побережья Кавказа (31%) и за границе (22%)) [6]. Для эффективного развития туризма в Крыму и обеспечения устойчивой положительной динамики роста туристского спроса необходимо не только преодолеть имеющиеся объективные проблемы региона, но и постоянно отслеживать вновь проявляющиеся факторы, наступление которых может в значительной степени стать проблемой замедляющей становление региона, как привлекательного туристского направления.

#### **Анализ последних исследований и публикаций.**

В научной литературе развитию туризма в Республике Крым посвящено множество работ и публикаций. В частности, отметим труды Болкунова И.А., Кепплъ О.И., Першиной А.В., Потаповой А.Е., Сайбель Н.Ю., Чаплыгиной Д.С. и др. Практически во всех работах базовое внимание уделено проблемам развития туристской отрасли региона, слабым аспектам и пробелам в государственной и региональной политике и поддержки туристской индустрии и негативным факторам влияния внешней окружающей среды.

**Цель статьи** заключается в мониторинге развития туррынка Республики Крым, выявлении и оценке современных проблемных зон туристской отрасли региона приводящих туристский спрос в стадию стагнации и препятствующих развитию как организованного, так и самодетельного туризма, как одного из ключевых видов экономической деятельности. Результатами статьи является комплекс предложений, сформированных на основе полученных результатов мониторинга туристского рынка Республики Крым, по ликвидации проблем региона и стимулированию роста туристского спроса и деловой туристской активности.

**Изложение основного материала.** Анализ динамики туристского потока в Республику Крым за последний год, показал замедление и снижение туристского спроса в отношении данной туристской дестинации.

#### **Динамика туристского потока в Республику Крым [8]**

Показатель	Период (январь-август)		Отклонение, Δ (абс./отн.)
	2016 г.	2017 г.	
Туристский поток (тыс. чел.)	4264,6	4087,3	- 177,3 / 4,16% ↓

О том, что в Республике Крым было меньше туристов, чем в 2016 г. заявляют и сами отдыхающие, по их мнению свободнее, чем в прошлом году стало и на пляжах, и в отелях. О значительном падении спроса неоднократно заявляли и в Российском союзе туристской индустрии (РСТ): у туроператоров пакетные продажи упали почти на треть. Значительное расхождение официальных цифр и данных туроператоров говорит о том, что, во-первых, большинство туристов в поисках дешевого жилья уходят в частный сектор а, во-вторых, достоверной статистики в туристической сфере Крыма на сегодняшний день нет, поскольку в туристы по-прежнему записывают всех, прилетевших в аэропорт Симферополь, купивших билет на Керченскую переправу и пересекших границу на севере полуострова.

Причин снижения туристского потока в Республику Крым несколько:

1. Высокая и постоянно повышающаяся стоимость транспортной доступности в регион. На сегодняшний день большая часть туристского потока пребывающего в Республику Крым пользуется авиа воздушным сообщением (по данным 2017 г. из общего числа прибывших в Крым отдыхающих, 46% прибыло авиатранспортом) [8]. При этом за последние несколько лет цены на авиаперелеты в Крым в значительной степени выросли и продолжают расти, причем этот рост в значительной степени превосходит динамику инфляционных показателей, что во многом свидетельствует о необоснованности тарифов и алчности авиаперевозчиков. Следует отметить, что эту проблему не помогает даже решить государственная поддержка. Так, в соответствии с приложением к "Правилам предоставления из федерального бюджета субсидий организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажиров в г. Симферополь и в обратном направлении" в перечень маршрутов воздушных перевозок пассажиров в г. Симферополь и в обратном направлении входит 61 город, но при этом отсутствует Москва и Санкт-Петербург. Однако, основные прибытия туристов отмечаются из г. Москвы и Московской области, а также из г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области (суммарно около 34,3%) [8]. Это связано с тем, что из данных городов-мегаполисов осуществляется большое количество ежедневных вылетов в Симферополь разными авиакомпаниями (где лидирующее место занимает авиакомпания "Аэрофлот"). Рост ценовых тарифов из Санкт-Петербурга в Симферополь за последние несколько лет увеличился в несколько раз (ценовая политика в таблице представлена по самому дешевому тарифу приобретаемому за 11 месяцев до полета на летний сезон).

## Динамика цен на авиаперелет СПб-Симферополь-СПб компании "Аэрофлот" [10]

Показатель	Период времени (год)			
	2015	2016	2017	2018
Стоимость перелета, руб.	8500	16000	16500	21500

2. Дефицит категорийных средств размещения с высоким уровнем сервиса в Крыму и высокая ценовая политика отельеров. На 2017 г. в Республике Крым только 102 объекта коллективного средства размещения прошли государственную аккредитацию на присвоение соответствующей категории. Кроме того, высокая ценовая политика отельеров несоизмерима с уровнем качества предоставляемых услуг заставляет многих туристов вместо гостиниц и иных аналогичных средств размещения выбирать частный сектор, что во многом негативно сказывается на доходах самих предприятий гостиничного бизнеса и бюджете Республики Крым. Следует отметить, что 49,9% туристов выбирают в качестве места размещения частные квартиры и/или дома. Важно отметить, что в Республике Крым значительно снизился показатель загрузки номерного фонда. Так, если за период январь-август 2016 г. в коллективных средствах размещения (КСР) Крыма отдохнуло 1001,2 тыс. туристов, то за тот же период 2017 г. в КСР Крыма отдохнуло 913,6 тыс. организованных туристов, а средняя загрузка отелей и пансионатов с начала 2017 г. составила 40,5% (т.е. на 8,75% меньше) [8]. Превышение данного показателя (8,75%) практически в два раза над показателем снижения турпотока (4,2%) свидетельствует о том, что загрузка КСР упала не только по причине снижения количества приезжающих в регион туристов, но и по причине что часть туристов стала ориентироваться на индивидуальные средства размещения и их услуги, которые по ценовой политике являются более демократичными.

Важно отметить, что соизмерение ценовой политики с уровнем качества сервисного обслуживания для современного потребителя туристских услуг, особенно у которых имеется опыт заграничных поездок (на Кипр, Крит, в Турцию, Грецию, Хорватию и т.д.) является очень важным элементом при принятии окончательного решения в отношении посещения той или иной туристской дестинации.

3. Низкая степень подготовленности пляжей к сезону. Многие туристы сталкиваются с проблемой пляжного обслуживания. Ситуация с готовностью пляжей является одной из проблем региона не меняющейся несколько лет. Отдыхающие начинают массово приезжать в Крым с первых чисел мая, а многие пляжи открываются в лучшем случае к середине июня, а в полную готовность Крым приходит лишь к началу-середине июля. На многих пляжах наблюдается дефицит передевалок, отсутствии постов спасателей, санитарно-гигиенических удобств [4, 9]. После штормов на море побережье многих пляжей не убирается от тины и выкинутого морем мусора, который скапливается на побережье и начинает источать неприятный запах. Кроме того, пляжи общего пользования хоть и являются доступными и бесплатными, но эта доступность носит условный характер. В частности некоторые арендаторы упорно навязывают отдыхающим платные услуги, например, продают возможность расположиться в тени навеса, когда все пространство под ним занято шезлонгами, отдыхающих, пришедших со своими подстилками и циновками, из-под тента выгоняют, а на часть свободной территории пляжа занимают под батутные установки и т.д.

4. Проблемы транспортной пассажирской логистики [3, 4]. Проблемы во многом выражены качеством предоставляемых перевозчиками услуг, среди которых:

- устаревшие автотранспортные средства используемые для междугородних пассажирских перевозок иногда с явно выработанным временным ресурсом их использования;

- несанкционированная посадка голосующих на трассе в салон автобусов без продажи билетов и сверх установленных нормативов пассажирских мест в рейсовых автобусах;

- отсутствие багажных отделений во многих рейсовых автобусах (особенно курсирующих в аэропорт), в следствии чего туристы вынуждены брать багаж в салон автотранспортных средств, что создает не только неудобства для пассажиров, но и является угрозой безопасности пассажирских перевозок;

- наличие значительных временных интервалов ожидания автотранспортного средства по некоторым направлениям Крымского полуострова, которые курсируют от и до аэропорта Симферополя;

- неудобный график работы пассажирского наземного транспорта во многих курортах Крыма, когда практически все автобусные маршруты заканчивают курсировать около 21.00 (иногда имеется один поздний рейс около 22.00) и туристам проживающим в дали от центра курорта или в близлежащих поселках и пгт нет возможности вернуться к месту ночлега, только как воспользовавшись услугами таксистов.

5. Низкий уровень профессиональной компетентности работников туристской индустрии и недостаточный уровень практических навыков у молодых специалистов (бакалавров и магистров) обучающихся по направлениям профессиональной подготовки в сфере туризма, сервиса и гостеприимства [3, 5].

6. Высокий уровень сезонности в регионе и низкий уровень осведомленности российских туристов о туристско-рекреационном потенциале Республики Крым (особенно в период октябрь-апрель), в виду слабой и недостаточной активности в сфере территориального маркетинга и брендинга региона. Проблема здесь во многом связана, как с руководством Республики Крым в целом, так и с недостаточной активностью местных органов власти отдельных курортов региона. Например, о наличии официального туристского портала Республики Крым (<http://www.visitcrimea.guide>) туристы практически ничего не знают. Исследования проведенное Министерством курортов и туризма Республики Крым в 2016 г. показало, что лишь 314 человек

(10,5%) из 3000 опрошенных знают или даже пользовались услугами данного портала, в то время, как около 89,5% ничего о нем не знают и не слышали [8].

Важно также отметить, что снижение туристского потока в Крым отчасти связано с открытием Турции в сентябре 2016 г. после окончания летнего сезона, и определенная часть туристского потока переориентировалась в 2017 г. именно на данное направление, которое предлагает высокий уровень качества обслуживания при относительно приемлемых ценах (недельный отдых в Турции по программе all inclusive с перелетом, обходится значительно дешевле отдыха в Крыму). Турция в сезоне 2017 г. серьезно снизила цены на своих курортах, чтобы привлечь максимальное число россиян и согласно данным пресс-службы Министерства культуры и туризма Турции, россияне лидируют по числу туристов, посетивших турецкие курорты в 2017 г. (с января по июль доля россиян среди всех прибывших в страну составила 14,6%) [7].

### **Выводы и предложения.**

Мониторинг современного состояния туристской индустрии и туристского потока Республики Крым показал, что регион на сегодняшний день имеет определенный ряд нерешенных проблем, которые являются серьезным препятствием для развития его как привлекательного туристского центра России. И даже при наличии устойчивого туристского потока (россиян имеющих жилье в регионе, родственников и друзей, а также имеющих высокую степень лояльности в посещению Крыма), следует помнить, что стабильный поток туристов обеспечивается не только новыми, но и повторно возвращающимися туристами. Так, по данным ВЦИОМ 78,2% опрошенных россиян выразили желание приехать в Крым еще раз, однако это только желание, которое может в значительной степени разойтись с действительностью совершить повторный туристский визит в Крым [6, 9]. В этих целях, для стимулирования развития туристской отрасли региона и развития его туристско-рекреационного потенциала, в целях повышения туристских потоков и конкурентоспособности на туристском российском и мировом рынке должна вестись активная деятельность в сфере менеджмента туризма. В частности необходимо предпринять ряд первоочередных мероприятий по следующим направлениям деятельности:

1. обеспечить приемлемый потребительский уровень цен на авиавоздушные перевозки в Республику Крым и следить за необоснованностью повышения тарифов на авиаперевозки, в т.ч. при возможной организации ценового сговора между крупнейшими российскими авиаперевозчиками;

2. стимулировать рост количества категорийных средств размещения в регионе с высоким уровнем качества обслуживания и приемлемой ценовой политикой на размещение. В целях пополнения бюджетной системы следует стимулировать открытие апарт-отелей в Крыму, которые могут стать достойной заменой частному теневому сектору размещения и предоставить туристу комфортные условия для семейного отдыха (около 44% туристов это семейные группы [6]), а также в качестве новых субъектов-налогоплательщиков обеспечивать дополнительные налоговые поступления в казну;

3. повысить уровень административно-надзорного контроля со стороны местных органов власти курортов республики Крым по подготовке пляжных территорий к летнему туристскому сезону и обеспечить более взаимодоверительные отношения с представителями туристской индустрии;

4. решить вопросы транспортной пассажирской логистики путем более жесткой политики в отношении компаний перевозчиков. Данная мера должна учитывать совместные усилия администрации городов курортов и дирекции автовокзалов Крыма;

5. повышать уровень качества обслуживания и компетентность обслуживающего персонала. В этих целях следует активизировать взаимодействие учреждений образования готовящих кадры для туризма с объектами туристской индустрии региона. Это может найти воплощение в:

- привлечении руководителей и иных профессионалов туристского бизнеса к учебному процессу в качестве лекторов-практиков;

- активизации заключения договоров на прием студентов на практику, стажировку с четким описанием их зон ответственности и работы;

- привлечение высокопрофессиональных кадров из туристского бизнеса иных развитых в туристском плане регионов России на управленческие должности, в целях обеспечения наставничества и повышения уровня практической подготовки кадров и т.д.;

6. активизировать деятельность в сфере территориального маркетинга и брендинга республики Крым. Данная деятельность должна основываться на условиях государственно-частного партнерства и вовлекать представителей реального туристского бизнеса региона [2]. Следует не только проводить более активную информационно-рекламную деятельность, но и информировать потенциальных потребителей туристских услуг Крыма о туристских возможностях региона в осенне-зимне-весенний период и наличии соответствующих турпродуктов. При этом маркетинговая деятельность должна также подразумевать систематическую работу с местным социумом по разъяснению значимости и роли туризма и туристских потоков для экономики региона и важном участии местных жителей в этом процессе.

Следует отметить, что вышеописанные мероприятия должны носить системный характер, взаимодополнять друг друга и реализовываться на постоянной основе.

### **Список использованных источников**

1. Закон Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» № 352-зрк/2017 от 09 января 2017 г.

2. Болкунов И.А. Развитие туризма в Крыму. Анализ актуальных угроз и путей их снижения // «Таврический научный обозреватель». - 2016. - №3(8). - С. 7-13.
3. Сайбель Н.Ю., Потапова А.Е. Современное состояние и перспективы развития туристского рынка в Республике Крым / Сайбель Н.Ю. // «Молодой учёный». - 2016. - № 9 (113). - С. 705-708.
4. Першина А.В., Кепль О.И. Проблемы и перспективы развития туризма в России и Крыму // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 4 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11208> (дата обращения: 03.09.2017).
5. Чаплыгина Д.С. Роль непрерывного обучения персонала в индустрии гостеприимства Крыма // «Таврический научный обозреватель». - 2017. - №5(22). - С. 108-111.
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://wciom.ru> (Дата обращения: 26.08.2017).
7. Ассоциация туроператоров России (АТОР) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.atorus.ru> (Дата обращения: 09.09.2017).
8. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mtur.rk.gov.ru> (Дата обращения: 22.09.2017).
9. Новости Крыма. Крымская служба новостей [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://news.allcrimea.net> (Дата обращения: 27.09.2017).
10. Компания "Аэрофлот" [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.aeroflot.ru> (Дата обращения: 25.09.2017)

УДК 551.524.3(551.582)

**Васенина А.А.**, обучающаяся 4 курса бакалавриата  
по направлению подготовки «Психология»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Екимова З.З.**, заместитель директора по УВНР  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

### РАЗВИТИЕ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

**Васенина А.А., Екимова З.З. Развитие лидерских качеств как важная составляющая в процессе подготовки специалистов для сферы туризма.** Проанализирована необходимость развития лидерских качеств у студентов направления подготовки «Туризм». Рассмотрены характеристики лидерских качеств в контексте основных подходов: структурного, поведенческого и ситуационного. Представлены обобщенные результаты исследования лидерских способностей студентов направления подготовки «Туризм». Предложены способы развития и реализации лидерских качеств.

**Vasenina A.A., Ekimova Z.Z. Sevastopol - Development of leadership qualities as an important component in the process of training specialists for tourism.** The need for leadership development has been analyzed by students in the field of training "Tourism". Characteristics of leadership qualities are considered in the context of the main approaches: structural, behavioral and situational. Generalized results of the study of leadership abilities of students in the direction of training "Tourism" are presented. ways to develop and implement leadership qualities are offered.

**Ключевые слова:** туризм, туристская индустрия, студенты, лидерские качества, лидерские способности, направление подготовки, работодатель.

**Изложение основного материала.** 28 марта 2017 года Законодательным собранием г. Севастополя был принят Закон «О туризме и туристской деятельности в городе Севастополе», в котором среди основных принципов регулирования туризма и туристской деятельности в г. Севастополе указывается «признание туризма и туристской деятельности одной из приоритетных отраслей социально-экономического развития города Севастополя». В соответствии со ст. 4 Закона одной из целей государственного регулирования развития туристской деятельности является «развитие туристской индустрии города Севастополя, создание новых рабочих мест», что повлечет за собой востребованность в кадрах. Поэтому в части 2 ст. 4 предусмотрен способ государственного регулирования, способствующий решению данного вопроса путем «создания комплексной системы подготовки квалифицированных специалистов для отрасли туризма по обслуживанию туристов». [3] Однако, данный документ не содержит определения понятия «комплексной системы подготовки кадров», в связи с этим в данной статье будет предложено включить в систему подготовки кадров развитие и реализацию лидерских качеств. Актуальность этого вопроса определяется требованиями, которые работодатели выдвигают к

претендентам: на первое место после профессиональных знаний выдвигается умение работать в команде, организационно-коммуникативные способности и навыки, то есть обладание выпускниками набором лидерских качеств.

Поскольку в Российской Федерации в системе подготовки кадров для сферы туризма важное место занимают образовательные учреждения высшего образования, речь пойдет о формировании лидерских качеств у студентов направления подготовки «Туризм» образовательной программы бакалавриата, среди которых для определения уровня лидерских способностей был проведен опрос (тестирование - "Диагностика лидерских способностей", Е. Жариков, Е. Крушельницкий).[1] Экспериментальной базой исследования выступил Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». В исследовании приняли участие 51 обучающийся образовательной программы бакалавриата направления подготовки «Туризм».

Требования к профессиональной подготовке кадров в сфере туризма определены в федеральных государственных образовательных стандартах, в соответствии с которыми студент в процессе обучения по дисциплинам, при прохождении практик, в ходе подготовки выпускной квалификационной работы приобретает общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Но для успешной трудовой деятельности и, особенно в сфере туризма, необходимо овладеть определенными лидерскими качествами.

Ведь лидерство – это ценный ресурс в развитии любой организации. Именно лидер может:

- воодушевлять других участников группы на достижение цели, стоящей перед организацией;
- искать ресурсы, необходимые для достижения общих целей;
- мотивировать других участников группы к нужному типу поведения и изменять уже существующее поведение;
- регулировать и управлять отдельными действиями представителей группы для формирования единой коллективной деятельности;
- создавать единую картину мира для всех участников группы и общие нормы групповой культуры. [5]

И для решения самых важных задач, согласовывать цели и требования организации с личными целями и ценностями рядовых работников или членов организации, лидеры используют различные стили лидерского поведения. Часто выделяют представленные в таблице 1 стили лидерского поведения.

Таблица 1

Основные стили лидерского поведения

Организатор	У него нет разницы между своими потребностями и потребностями группы. Этот человек уверен, что большинство проблем имеют решение, он позитивно настроен, умеет убеждать. Основной способ мотивации других участников группы этим типом лидера связан с поощрением, уважением достоинства другого человека. Уважение достоинства другого человека проявляется и в способах критики действий другого человека
Творец	Он всегда ориентирован на креативность и инновации, ищет пути и способы увидеть новые перспективные тенденции, стремится решить «неразрешимые» задачи. Свои решения предлагает обсудить, осуждение проблем преподносит в виде увлекательной задачи.
Борец	Всегда отвечает на вызов, даже если он опасный. При отстаивании своих ценностей и взглядов принимает необдуманные и скоропалительные решения.
Дипломат	Влияет на ключевых участников группового процесса, т.к. хорошо разбирается в происходящей ситуации. Знает сильные и слабые стороны окружающих людей. Решение старается принимать в узком кругу лиц, которым доверяет.
Утешитель	Поддерживает любого участника группы в разных ситуациях. Он готов поддержать любого участника группы в трудной ситуации. Всегда находит нужные слова и действия, которые поддерживают другого человека

Как видно из таблицы 1, каждый из указанных типов лидерского поведения хорош для разных ситуаций, в которые попадает группа. Каждый из этих типов лидерства предполагает наличие у человека, являющегося лидером, своих специфических психологических качеств.

На протяжении многих лет учёные разных областей наук пытались выделить основные характеристики лидера. Первый подход характеризуют как структурный, т.к. он ставит перед собой задачу выявить универсальные черты личности, характерные для лидера. Второй подход – поведенческий, т.к. лидерство рассматривается в контексте поведения лидера. В третьем подходе, ситуационном, лидерство изучается в контексте поведения лидерства в контексте возникающих ситуаций.

В рамках структурного подхода, Р. Кеттел и Г. Слайс утверждали, что лидеры отличаются от остальных членов группы по 8 следующим важным свойствам личности:

1. сформированное моральное сознание человека, или сила «Я», как меры личностной свободы от окружающего мнения;



2. возможность влиять на окружение или доминировать над ним;
3. целостность характера лидера, совокупность моральных качеств, совести и чести человека;
4. социальная грамотность и осведомленность, возможность и желание действовать;
5. прозорливость;
6. быть независимым от сильного и вредного влияния окружающего мира;
7. сила воли, распоряжаться самому своим поведением;
8. отсутствие излишних переживаний и нервного напряжения, которые тормозят дальнейшую деятельность.

При этом человеком с низким уровнем ассертивного поведения или с излишней осторожностью, высокими показателями тревожности вряд ли вообще может стать лидером [2, с. 29].

По мнению С. Коссена, чтобы стать хорошим лидером, индивид должен обладать следующими характеристиками: способностью творчески решать проблемы; умением доносить идеи до последователей; убедительностью; умением внимательно слушать других людей и прислушиваться к их советам; твердым желанием добиться цели; общительностью; широким кругом интересов; честностью, прямоотой, конструктивностью в отношениях с последователями; чувством собственного достоинства; уверенностью в себе; энтузиазмом, высокой дисциплиной; умением «хорошо держаться» при любых обстоятельствах и сохранять внутреннее равновесие [2, с. 31].

М. Гантер выводит 6 основных характеристик, присущих харизматическому лидеру: «обмен энергией», или суггестивные способности, умение воздействовать на людей, «излучать энергию» и заряжать ею окружающих; «завораживающая» внешность; «независимость характера»; «хорошие риторические способности и некоторый артистизм» [2, с. 32].

По мнению Дж. Коттера, люди чаще поддаются влиянию тех, кто обладает восхищающими их чертами характер, кто является их идеалом и кому они хотели бы подражать [2, с. 32].

М. Вебер считал, что именно харизма является основным мотиватором ведомых-подчиненных на выполнение неординарных действий [2, с. 34]. Согласно ему именно харизматический лидер способен играть ключевую роль в жизни организации.

В концепции трансформационного лидерства Б. Басс выделил 5 характеристик лидера:

1. Харизма. Лидер вызывает уважение и воодушевление последователей своей способностью быстро понять суть проблемы и представить свое видение ее эффективного решения.
2. Персонализация внимания. Лидер уделяет внимание потребностям ведомых и предлагает конкретные проекты, при реализации которых ведомые растут в личностном плане.
3. Стимулирование мыслительной деятельности. Лидер помогает ведомым переосмысливать привычные способы изучения ситуации, поощряет их творчество.
4. Обусловленное вознаграждение. Лидер информирует ведомых о том, что они должны делать для получения вознаграждения, которое они предпочитают.
5. Управление в исключительных случаях. Лидер позволяет ведомым работать над проблемой и не вмешиваться до тех пор, пока при достижении цели не нарушаются сроки и стоимость работ.

Студенческая среда наиболее благоприятна для проявления лидерских качеств, причем не только у студентов, обладающих ими со школы, но и у тех, кто ранее не проявлял такой активности. В этом смысле студенческая номинальная группа предоставляет всем равные стартовые возможности в предстоящей «борьбе» за лидерство [4].

Рассмотрим лидерские способности студентов направления подготовки «Туризм» на разных курсах обучения. Наглядно результаты предоставлены в виде рис. 1 и таблица 2.

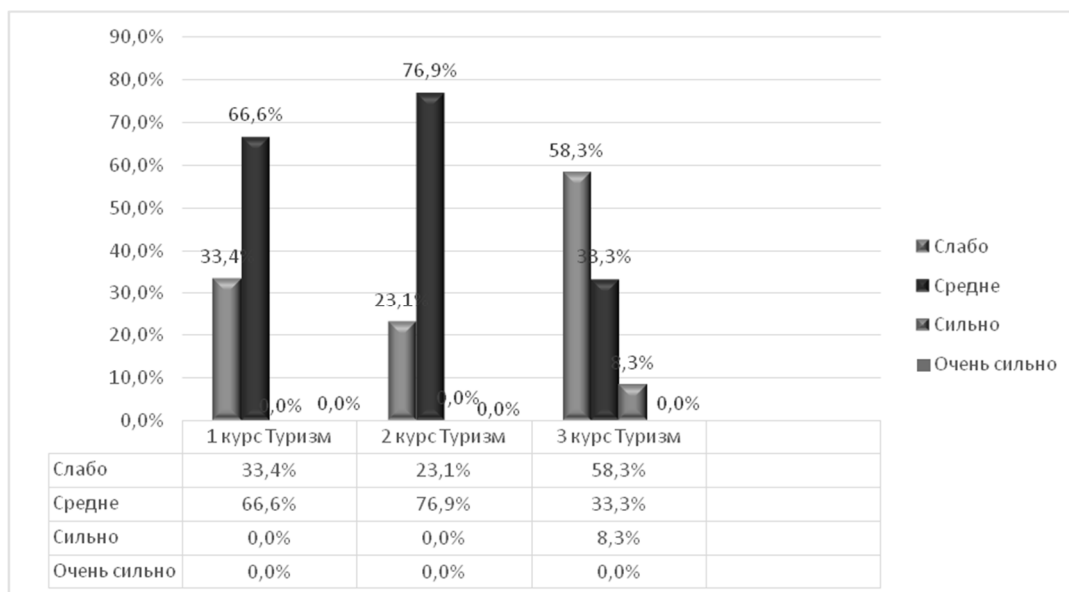


Рис. 1 – Сравнение лидерских способностей студентов направления подготовки «Туризм»

Обобщенные результаты исследования лидерских способностей студентов  
направления подготовки «Туризм»

<u>Уровень</u>	кол-во	%
Слабо выражены лидерские способности	18	39,1
Средне выражены лидерские способности	25	54,4
Сильно выражены лидерские способности	3	6,5
Очень сильно (склонность к диктату)	0	0

Сильно выраженные лидерские способности выявлены у 8,3% студентов 1 курса. Сильная выраженность лидерских способностей предполагает стремление к лидерству, умение организовать продуктивное межличностное взаимодействие; способность к убеждению других людей.

Средне выраженные лидерские способности имеют 76,9% студентов 2 курса, 66,6% - 1 курса и 33,3% - 3 курса. Эти студенты обладают лидерскими способностями, но не стремятся их применять.

Слабо выраженные лидерские способности у 58,3 % студентов 3 курса, у 33,4% студентов 1 курса и у 23,1% - студентов 2 курса.

Таким образом, исходя из результатов исследования лидерских способностей студентов направления подготовки "Туризм" преобладает средний уровень - 54,4%.

Современная психология лидерства признает, что лидерские качества можно развивать, воспитывать, так как лидерами становятся в процессе прохождения определенной деятельности, помогающей развивать лидерские навыки и умения.

Л.А. Уманский отмечал, что для воспитательного процесса характерно конструирование поля лидерства. Это создание различных жизненных ситуаций, в которые обучающийся включается и в результате разрешений этих ситуаций происходит реализация его организаторских, творческих способностей [6].

Студенты, как будущие специалисты, обязаны развивать лидерские качества, с помощью которых они смогут успешно и качественно решать поставленные перед ними задачи, в соответствии со своим социальным или должностным предназначением. Это необходимо и для планирования будущего карьерного и личностного роста молодых сотрудников туристской сферы. Успешное совмещение учебной деятельности с общественной, формирует у студентов руководящие способности, возможность в будущем стать официальным или неформальным лидером своего коллектива. Поэтому в системе высшего профессионального образования необходима разработка комплекса мероприятий по формированию лидерских качеств у студентов и предоставлению возможностей для реализации имеющихся лидерских способностей.

**Список используемых источников:**

1. Жариков Е., Крушельницкий Е. Диагностика лидерских способностей / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М. 2002. С.316-320
2. Жеребова, Н. С. Лидерство в малой группе как объект социально-психологического исследования / Н. С. Жеребова // Руководство и лидерство / Ред. Б.Д. Парыгин. – Л., 1973. – 145 с.
3. Закон города Севастополя от 04.04.2017 № 333-ЗС "О туризме и туристической деятельности города Севастополя" – Режим доступа: URL: [https://sevastopol.gov.ru/government/podrazdeleniya/upr-cult/zakon-turizm.php?ELEMENT\\_ID=39660](https://sevastopol.gov.ru/government/podrazdeleniya/upr-cult/zakon-turizm.php?ELEMENT_ID=39660)
4. Занковский, А. Н. Психология лидерства: от поведенческой модели к культурно-ценностной парадигме: Монография / А. Н. Занковский. – Москва : Институт психологии РАН 2011. – 176 с.
5. Макаров, А. В., Исследование личностных качеств формального лидера студенческой группы [Электронный ресурс] / А. В. Макаров, К. А. Подлесный // Концепт. – 2013. – Спецвыпуск № 07. – ART 13562. – 0,3 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13562.htm>. (режим доступа: 13.01.2017)
6. Парыгин, Б. Д. Основы социально-психологической теории / Б. Д. Парыгин. – М. : Мысль, 1971. – 351 с.

Гапонов М. А., обучающийся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Севастополь  
Трегулова И.П., к.э.н. доцент,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

## РАЗВИТИЕ СПЕЛЕСТОЛОГИИ КАК ОДНОГО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

**Гапонов М.А. Развитие спелестологии как одного из видов экстремального туризма в Крыму.** В данной статье рассмотрены перспективы развития спелестологического туризма в Крыму и Севастопольском регионе. В статье рассматривается популярность заброшенных и не исследованных подземных объектов, как составляющая спелестологического туризма, приводится классификация объектов исследования в Крыму.

**Gaponov M.A. Development of speleology as one of the types of extreme tourism in the Crimea.** This article describes the prospects of development speleological of tourism in Crimea and Sevastopol region. The article discusses the popularity of the neglected and unexplored underground facilities as a component of speleological of tourism, the classification of research objects in the Crimea.

**Ключевые слова:** туризм, экстремальный туризм, перспективы, спелестология, Крым, подземные объекты.

**Актуальность темы.** Спелестология – исследование подземных сооружений искусственного происхождения, оставленных (заброшенных) инженерных сооружений с целью получения психического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса. Безусловно, спелестотуризм – это одно из перспективных направлений для представителей отечественного бизнеса.

**Постановка проблемы.** В последнее время активно развивается приключенческий туризм – вид туризма, который объединяет все путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получение новых ощущений, впечатлений, улучшение туристом физической формы и достижение спортивных результатов. Но в настоящее время не исследуется тема спелестологии. В Крыму Севастопольском регионе сохранилось большое количество заброшенных подземных сооружений периода от Крымской войны и до периода «холодной войны». Практически все они представляют интерес для исследователей,

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рост популярности экстремального туризма обуславливает актуальность систематизации научных представлений о нем. Критический анализ информации о направлениях этого вида туристско-рекреационной деятельности позволяет усовершенствовать его классификацию. Предлагается выделять 8 водных, 9 наземных, 8 воздушных, 10 горных и 3 экзотических направления. При этом исключаются фристайл, фрирайд, являющиеся стилями, а также ряд других ранее предложенных направлений. Напротив, в качестве направлений выделим роупджампинг, слэклайн и индустриальный туризм. Прослежена комбинация экстремального туризма с другими видами туристско-рекреационной деятельности и, в частности, геологическим, деловым, событийным, спортивным, экологическим, этнографическим туризмом. Логично предполагать, что экстремальный туризм и деловой туризм могут усиливать развитие друг друга, и каждый из них может стать своего рода «отправной точкой» для становления второго. Достаточные предпосылки для этого существуют на Юге России. В перспективе следует рассмотреть возможность выделения в отдельную категорию экстремальный туризм в широком смысле, так как целый ряд видов туристско-рекреационной деятельности (например, водный туризм на реках со сложным течением) могут иметь экстремальную составляющую [2, С. 95-102].

**Целью статьи** является ознакомление с ситуацией в сфере экстремального туризма в Крыму в целом и спелестологии в частности для выявления перспектив развития этого направления.

**Изложение основного материала.** К специальным видам относится разновидность приключенческого туризма, а именно – экстремальный туризм, набирающий силу во всем мире, особенно в России. Все больше людей стремятся увидеть красоты подводного мира, спуститься по горному склону на лыжах и даже прыгнуть с парашютом. В Европе, например, этот вид туризма начал развиваться быстрыми темпами и становится более массовым в конце 1980 х – начале 1990 х гг. В России – с середины 1990-х. Несмотря на то что этот вид туризма из года в год становится все более популярным, туристы в основном предпочитают такие, по прежнему популярные виды туризма, как экскурсионный, познавательный, пляжный и др. А все потому, что большая часть туристов не знает, что в себя включает экстремальный туризм, куда можно поехать (а ведь можно даже не выезжать за пределы своего города) и сколько все это стоит. В России экстремальный туризм развит не так хорошо, как в других частях света, в частности в Европе [1]. Экстремальный туризм – в широком смысле один из видов туристического отдыха, в той или иной степени связанный с риском.

В самом широком смысле слова спелестология – это наука об искусственных подземных сооружениях. С одной стороны спелестология тесно связана со спелеологией, причем принято считать спелестологию разделом научной спелеологии. С другой стороны, спелестологию можно считать разделом археологии. Кроме того спелестологи близки к исследователям городской и индустриальной культуры. Для того, чтобы сформулировать предмет изучения этой науки, рассмотрим следующая классификация подземных полостей.

Таблица 1 - Классификация подземных полостей

A	B	C	D
Естественные пещеры	Разработки сырья	Подземные архитектурные сооружения	Эксплуатируемые подземелья

Важные отличия состоят в следующем – при разработках сырья создание подземелья является побочным эффектом деятельности человека. При создании архитектурных сооружений напротив, целью является именно образование подземной полости. В категорию D попадают все, независимо от генезиса, подземные сооружения, эксплуатация и развитие которых продолжаются.

Спелестология как наука занимается в основном пещерами видов B и C. Это значит, что для того, чтобы какое-либо подземелье заинтересовало спелестологов, надо чтобы оно было а) неиспользуемым в настоящее время, и б) представляло определенный исторический интерес. К таковым относятся заброшенные каменоломни, шахты, водоводы, колодцы, подземные ходы, подземные храмы и монастыри и так далее.

После окончания разработок сырья, оставшиеся полости как правило начинали разрушаться, и вследствие обвалов и явления, названного «гравитационным ростом», начинали образовываться новые, так называемые вторичные полости, расположенные сверху над теми местами, где были первоначальные выработки. В силу их связи с первоначальными, вторичные полости также являются объектом изучения спелестологии и представляют собой нечто среднее между естественными пещерами и подземными выработками. Надо отметить, что вторичные полости на месте подземных архитектурных сооружений встречаются реже, чем над разработками сырья.

«Изучение» же подземелий класса D не является задачей спелестологов. Такими сооружениями занимаются люди, которые на западе называют свое занятие «Urbanexploration», а у нас как правило именуется диггерами. Собственно, о научном интересе здесь говорить не приходится, поскольку сведениями об эксплуатируемом подземелье по определению обладают те, кто его эксплуатирует. Речь идет о проникновении в какие-либо подземные городские структуры, недоступные либо неинтересные для остальных. Это можно считать полужаконным видом спорта, можно просто хулиганством, в любом случае, к науке это занятие не имеет никакого отношения.

Тем не менее, возможна и вторичная эксплуатация подземных сооружений. Зброшенне каменоломни часто используют для выращивания грибов, во многих подземных архитектурных сооружениях организованы музеи и т.п. И вот сам процесс перехода подземных объектов из разряда заброшенных к категории эксплуатируемых, то есть создание подземных музеев, складов и других объектов не обходится без изучения этих объектов, аследовательно, и без спелестологов.

В нашей стране, как всегда, сложилась удивительная ситуация – большая часть документации на подземные сооружения с древности до начала – середины XX века или никогда не существовала, или была утрачена. Поэтому существенной, если не главной задачей спелестологов остается поиск и документирование таких сооружений. Кроме того, интерес представляют история горного дела, археологические изыскания в подземельях, их геологические и карстологические особенности. Но на первом месте у нас все - таки стоят поиск и вскрытие.

Это приводит к существенным отличиям в методах, по сравнению с общепринятыми в истории и археологии. Если историк, руководствуясь письменными источниками, может рассматривать наличие какого-то конкретного подземелья в каком-то месте в некотором историческом контексте, то для спелестолога таких источников, как правило нет, либо они недостаточно точны для проведения изысканий. Поэтому, а также по сложившейся традиции, спелестологи проводят поиск пещер методами, заимствованными у спелеологии. В большинстве случаев вскрытия подземелий не существовало никаких исторически достоверных указаний на их местоположение.

Спелестолога интересует в первую очередь не исторический контекст существования подземелья, а оно само как объект. Более того, можно привести примеры, когда с точки зрения исторической подземный объект существует, а на местности как раз не обнаруживается. Один из таких случаев, хорошо известный и многократно рассмотренный - строительство белокаменного Московского Кремля.

Такая методика исследований вызывает естественное недоверие и непонимание со стороны историков, поэтому контакты между последними и спелестологами весьма ограничены.

Обобщая вышесказанное, можно предложить следующую формулировку: спелестология – это исследование исторических подземных объектов спелеологическими методами.

Для того, чтобы как-то ориентироваться многообразии подземных объектов, была предложена приблизительная классификация искусственных подземных сооружений.

Таблиц 2 - Классификация искусственных подземных сооружений

1. Подземные архитектурные сооружения [3]		
1.1 Культовые		Храмы, Монастыри Скиты
1.2 Жилые		Обитаемые пещеры, Подземные города Пещеры, использовавшиеся как подсобные помещения
1.3 Оборонного назначения		Форты Доты Подземные ходы Военные заводы Минные галереи Убежища Ракетные шахты и пр.
1.4 Объекты инфраструктуры	1.4.1 Транспортные	Подземные ходы Метро
	1.4.2 Технологические	Склады Водопроводы Дренажные каналы Канализация Заводы Коммуникации Колодцы и пр.
2. Разработки сырья		
2.1 Разведочные штольни		
2.2 Разработки камня		Гипс Мрамор Мергель Мел Песчаник Известняк Гранитоиды и пр.
2.3 Разработки руды		Медь Железо

Значительная часть территории Крыма покрыта пластами известняка разной плотности, крепкого розового мраморовидного (которым облицованы некоторые станции Московского метро), белого инкерманского камня (из его огромных блоков построены большинство зданий в городах Симферополь, Севастополь, Бахчисарай, Белогорск, а тонкими плитами облицованы многие здания в Краснодаре, а также в Лондоне и других городах), особого евпаторийского и керченского камня сероватых тонов, а также рыхлого желтого известняка-ракушечника. Инкерманский, евпаторийский и керченский камень добывали в основном внутри пласта, столетиями вырезая в нем лабиринты в десятки километров.

Мамайские каменоломни у курорта Евпатория, а также Бешараньские каменоломни к северо-востоку от Симферополя представляют собой перспективные экскурсионные объекты, а сейчас очень интересны для поисковой (партизанское движение) и научной работы.

Туннели военно-наблюдательного назначения и тайные ходы для средневековых крепостей рабы пробивали и в крепких магматических породах. Хорошо известен наблюдательный туннель (а от него были сделаны и штольни для хранения пороха и запасов оружия, сейчас замурованы) генуэзской крепости в Гурзуфе, на территории детского центра Артек. Различные источники, в том числе и легенды утверждают, что был подземный ход от греческой крепости на вершине горы Капельюк морю.

Современные туннели из железобетонных колец устроены под плотинами водохранилищ. Один из них в Симферополе даже доступен для экскурсий. Под Симферополем, а точнее внутри его куэст еще за несколько сот лет до новой эры начали колоть камень для строительства крепости Неаполь скифский и Кермен-Кыр. Некоторые подземные штольни настолько обширны, что внутри могут ездить грузовые автомобили. Для экскурсионного осмотра доступна небольшая часть симферопольских катакомб, в которых в середине 19 века купец Христофоров устроил первые в Российской империи винные подвалы промышленного значения.

Малоизвестный, но интересный для строителей и архитекторов факт: в недрах Туфовой площадки у пещер Кизил-Коба (Перевальное) резали в конце 14 века легкий камень для купола мечети хана Золотой орды Тохтамыша. Мечеть сохранилась у села Пионерское в Салгирской долине.

Самым грандиозным подземным сооружением мира является объект 825 ГТС - подземный завод по ремонту подводных лодок в Балаклаве «Штольня». Не менее грандиозным подземным сооружением является «объект Алсу», Морозовка, Севастополь. Он хорошо известен диггерам всего мира, но для туризма не оборудован.

Так же в городе Керчь и округе есть несколько объектов, интересующих исследователей - спелестологов. Например, в районе улицы Театральной в Керчи имеется довольно большой фрагмент, около 900 метров, уникальной гидротехнической системы. Здесь находится водозаборная галерея, построенная в VI веке при византийском императоре Юстиниане Великом. При строительстве этой галереи были использованы детали мраморных колонн, некогда украшавших античные постройки. В XVIII столетии турки расширили водозаборную сеть: устроили новый резервуар и дополнительные галереи. При этом одна из галерей стала пешеходной, а в ее стене появились ниши для светильников. Вероятнее всего, галерею использовали для тайного перехода между зданиями.

Пантикапейские некрополи, гигантские «города мертвых», где находили свое вечное успокоение жители античного Боспора. Боспоряне основательно готовились к переходу в царство Аида, поэтому склепы, их посмертные жилища, по качеству строительства не уступали домам живых, а многие и превосходили – по красоте росписей и убранству погребений.

Московские спелестологи составили карту керченских склепов, объединенных позже в единую систему грабителями могил старых времен.

Одного взгляда на эту уникальную карту достаточно, чтобы воочию представить себе полное смертельных опасностей «путешествие» из одной могилы в другую, куда пускались «счастливики» движимые жадной наживы и легендарными сокровищами, многие из которых составили золотой фонд Эрмитажа и других великих музейных собраний мира.

Месторождения известняка-ракушечника служили прекрасным строительным материалом, начиная с античности. В результате образовались подземные выработки.

Под современной Керчью и в ее ближайших окрестностях, на глубине от нескольких до нескольких десятков метров расположены огромные лабиринты, с широкими штольнями и путанными ответвлениями, которые сложным образом переплетаются в разных уровнях. Все дома исторического центра Керчи вышли «из чрева» земли, поскольку были построены из камня, который добывался многими поколениями каменотесов. Обычно каменоломни именуют по названию ближайшего селения: Аджимушкайские, Багеровские, Булганакские, Старокарантинские, Акманайские.

Наиболее известны Аджимушкайские каменоломни, вошедшие в военную историю как ярчайший образец силы человеческого духа. С 1967 года здесь организован музей. Сильное впечатление производит, например, колодец глубиной более 14 метров, который был выдолблен в толще скалы штыками и саперными лопатками. Люди говорили, что одно ведро этой сладкой воды стоило одного ведра крови. Исследованные ходы в Аджимушкайских каменоломнях – до 20 км, глубины до 30 метров.

Старокарантинские каменоломни имеют протяженность до 40 км; в некоторых местах выработки велись в трех уровнях, залы достигают высоты 12 метров

Пол, стены и потолок аккуратно, будто под линейку вырезаны в белом известняке. Все это сделано вручную – гигантской пилой-ножовкой, молотом, зубилом и клиньями, без применения каких-либо электрических механизмов. Некондиционный камень сложен вдоль стены.

Старокарантинские каменоломни вошли в историю как место дислокации партизанских отрядов в гражданскую и Великую Отечественные войны. С тех пор здесь сохранилось не так уже много свидетельств партизанской войны. Например, остатки печи, на которой готовили немудреную еду. Здесь, в замкнутом пространстве, в абсолютной темноте, в постоянной сырости, несколько тысяч человек должны были не только есть, спать, отправлять естественные надобности, но и вести боевые действия...

Об этом красноречиво напоминают остатки каменной баррикады, перегораживающей «улицу» этого жутковатого «города». Амбразура для стрельбы оборудована в баррикаде.

Необычайно интересны подземные сооружения, имеющие отношение к фортификации. Рассказы о загадочных подземных ходах в крепостях интересуют не одно поколение исследователей.

Водовод длиной около 4 км известен в крепости Ени-кале – памятнике турецкого владычества.

Первая половина XX оставила свой след в укрепрайоне возле села Заветное и штабе 51-й армии на горе Митридат.

Напоследок следует рассказать еще об одной особенности рукотворных подземелий – многочисленных надписях. Это и аккуратные маркшейдерские метки, и подсчеты кубо-саженной, и, конечно, многочисленные образцы творчества людей, побывавших тут по своей или чужой воле...

В Старокарантинских каменоломнях надписи менее выразительны, а в Акманайских сохранность и своеобразие этих памятников прошлого просто поражает. Их тут гигантское множество, сделанных недолговечным углем надписей, рисунков, и – даты, даты: 1854, 1913... Парусный корабль. Карикатурный портрет: «Агентъ Феодосійскаго сыскнаго отделения». Таблица умножения.

Каллиграфический почерк: «Прибыль Е.М.Саенко в Акманай 20 июня 1913». Рассказывают, что здесь работали арестанты, что-то вроде дисбата Черноморского флота, отсюда и морские темы, и немудреные «философизмы»: «Господи! Избави меня оть лукаваго и Акманайской скалы»...

Сохранилось все так хорошо потому, что в каменоломнях всегда постоянная температура и влажность. К тому же в определенных местах существует два своеобразных «шлюзовых барьера» – участки с особой энергетикой.

Впечатление такое, будто воздух уплотняется, становится вязким. Поисковики говорят – «синий туман»: как будто пыль очень мелкая в воздухе висит и запах необычный.

Акманайские каменоломни тянутся на многие десятки километров, в основном вдоль берега Азовского моря от села Каменка (Акманай) до почти исчезнувшей рыбацкой деревушки Рыбное (Насыр). Из этого камня в античные времена были построены удивительные сооружения Акманайского рва: наблюдательные башни были элеваторами для сбора зерна, а вместе с грандиозной крепостной стеной от Азовского до Черного моря противостояли кочевникам. Ну и не давали возможность земледельцам Боспорского царства бесконтрольно вывозить зерно. Акманайские каменоломни наиболее просты для самостоятельного осмотра, поскольку имеют очень много выходов. Живописны и романтичны, особенно на майские праздники, когда здешняя степь ярко зеленая и усеяна яркими цветами. Рядом со старыми штольнями открытые старые карьеры пыльного известняка, которые выглядят как античные цирки – тоже очень романтичны и удивительны. В начале мая Азовское море у берегов уже неплохо прогревается, так что тут еще и купание, и отличная рыбалка. В Акманайских каменоломнях периодически проводят международные соревнования по подземному ориентированию [3].

**Вывод:** на основании вышеизложенного следует, что данный вид туризма вполне актуален и требует детального рассмотрения. Для привлечения большего числа туристов необходима планомерная разработка объектов посещения и маршрутов, создание базы для подготовки необходимых кадровых ресурсов, а именно инструкторов - экскурсоводов. Размещение и/или сдача в аренду соответствующего оборудования и снаряжения.

#### Список использованных источников:

1. Все о туризме. Туристическая библиотека / [Электронный ресурс]. – URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/](http://tourlib.net/books_tourism/)
2. Акимова, М.А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации [Текст] / М. А. Акимова, Д.А. Рубан // Географический вестник. – 2016. – №1. – С.95-103.
3. Спелестология / [Электронный ресурс]. – URL: <http://spelestology.narod.ru/spelesto/foreword.html>

УДК 338.48 (477,75)

**Гарагонич А.А.**

обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### **ФЛУКТУИРУЮЩАЯ АССИМЕТРИЯ БИЛАТЕРАЛЬНЫХ ПРИЗНАКОВ МОРСКОГО ЕРША *Scorpaena porcus* L., КАК ИНДИКАТОР ЭКОЛОГИИ ПРИБРЕЖНЫХ АКВАТОРИЙ Г.СЕВАСТОПОЛЯ**

**Гарагонич А.А. Флуктуирующая асимметрия билатеральных признаков морского ерша *Scorpaena porcus* L., как индикатор экологии прибрежных акваторий г.Севастополя.** В работе рассматриваются проблемы загрязнения прибрежных акваторий г.Севастополя, популяции среды обитания, а также показатель флуктуирующей асимметрии, позволяющий характеризовать стабильность индивидуального развития в разных условия обитания.

**Garganich A. Fluctuating asymmetry of bilateral characteristics of the sea perch, the *Scorpaena porcus* L., as an indicator of the ecology of coastal waters of Sevastopol.** In the article discusses the problems of pollution of coastal waters of Sevastopol, populations, habitat, as well as the measure of fluctuating asymmetry, allowing to characterize the stability of individual development in a different habitat.

**Ключевые слова:** экология, флуктуирующая асимметрия, морской ерш, прибрежная зона.

**Постановка проблемы.** Крым, является уникальным по своей природе объектом, для создания полноценного туристического комплекса. Считается, что проблемы защиты окружающей природной среды должны решаться после экономических вопросов. На самом деле все как раз должно быть наоборот. Туристов привлекают именно экологически чистые регионы, где они могут получить полноценный здоровый отдых и эстетические впечатления от общения с природой[1].

**Цель.** Цель данной работы заключается в исследовании флуктуирующей асимметрии билатеральных признаков морского ерша *Scorpaena porcus* как показателя стабильности развития и индикатор экологии прибрежных акваторий г.Севастополя.

**Изложение основного материала.** Флуктуирующая асимметрия (ФА) представляет собой отклонения от строгой билатеральной симметрии и является следствием зависимости онтогенетических процессов от внутренних и внешних факторов. Анализировали следующие билатеральные признаки: число лучей грудных и брюшных плавников, количество тычинок на передней жаберной дуге.

Данный вид широко распространен в прибрежной зоне, ведет оседлый образ жизни, не совершая значительных миграций, поэтому с помощью его биологических характеристик можно оценить состояние, как самой популяции, так и среды обитания[2].

Объектами исследования служили особи, отловленные в прибрежных акваториях г.Севастополя.

Результаты исследования показали, что в прибрежной зоне г.Севастополя обитает достаточно большое количество ассиметричных рыб ( 64% ). Проанализировав данные по экологическому состоянию, районы (бухты), распределились в следующей последовательности по увеличению уровня загрязнения: Балаклавская → Казачья → Карантинная, мыс Толстяк → Александровская → Стрелецкая. В максимальной степени загрязнена Стрелецкая бухта, наименьший уровень загрязнения отмечен в Балаклавской бухте (на выходе, открытая часть) (таблица 1).

Таблица 1 – Степень загрязнения в районах (бухтах) Севастополя

Район / бухта	Кол-во особей	Сим.	Ассим.	Доля асимметричных рыб по разному числу признаков, %		
				1	2	3
м. Толстый	14	35,7	64,3	55,6	44,4	-
Александровская	88	37,5	62,5	78,2	20,0	1,8
Карантинная	261	38,9	61,1	82,1	17,9	-
Стрелецкая	86	24,4	75,6	73,8	24,7	1,5
Казачья	30	37,9	62,1	72,2	27,8	-
Балаклавская	10	57,1	42,9	67,0	33,0	-

Высокий уровень ФА морского ерша, вероятно, обусловлен значительным загрязнением морских акваторий. Севастополь является типичным портовым городом с развитой промышленной и коммунальной инфраструктурой. Основные загрязнители севастопольских бухт – хозяйственно-бытовые сточные воды, отходы флота и ливневые стоки. Существенное влияние на экологическое состояние прибрежных акваторий оказывают сбросы загрязненных вод коммунальными, промышленными и сельскохозяйственными предприятиями, береговыми войсковыми частями, военными судами. Собственных экослужб у Севастополя нет, поэтому море, к сожалению, является единственным источником утилизации отходов. В результате часто страдает туристическая сфера. Туризм, является одной из категорий источников дохода бюджета города. Уникальная прибрежная зона г.Севастополя, уязвима и хрупка, а рекреационные ресурсы исчерпаемы. Их постепенное и нерациональное использование приводит к ряду экологических проблем в местах интенсивного туристского освоения.

**Выводы.** Таким образом, в прибрежной зоне г.Севастополя обитает большое количество ассиметричных рыб (64%), что обусловлено высоким уровнем загрязнением морской среды. На государственном уровне должен решаться вопрос о сохранении морской экосистемы Севастополя, а также выделения средств для построения перерабатывающих заводов, очистительных сооружений.

#### Список использованных источников:

1. Туризм и экология: взаимосвязь и взаимодействие / [Электронный ресурс] – URL: [http://tourlib.net/books\\_green/kekushev2.htm](http://tourlib.net/books_green/kekushev2.htm).
2. Руднева, И.И. Биоиндикация экологического состояния морских акваторий с помощью биомаркеров рыб [Текст] / И.И. Руднева, Е.Н. Скуратовская, С.О. Омельченко, И.Н. Залевская, И.И. Дорохова, Ю.А. Граб // Водные ресурсы. –2011. –Т. 38. № 1. –С. 92–97.

УДК 338.48

Глущенко М.С., старший преподаватель  
кафедры маркетинга

ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет»,  
г. Волгоград

### ИНДУСТРИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

**Глущенко М.С. Индустрия размещения туристов: проблемы и перспективы развития в Волгоградской области.** В работе рассматриваются проблемы развития индустрии туризма в городе Волгограде и Волгоградской области. Анализируется потенциал данной отрасли. А также предлагается ряд мероприятий по повышению туристской привлекательности региона.



**Glushchenko M. S. Industry tourist accommodation: problems and development prospects in the Volgograd region.** The paper considers problems of development of tourism industry in the city of Volgograd and Volgograd region. Examines the potential of the sector. And suggests a number of measures to improve tourist attractiveness of the region.

**Ключевые слова:** туристская отрасль, инфраструктура, маркетинг территории, регион.

**Key words:** tourism industry, infrastructure, marketing of the territory, region.

**Постановка проблемы.** Волгоградская область является одним из крупнейших регионов Южного Федерального Округа России, обладающим большим туристским потенциалом. Самым крупным городом данной области является город-герой Волгоград. Установлено, что, несмотря на значительную культурно-историческую значимость данного города, туристские потоки характеризуются как крайне малые и слабо развивающиеся. Поступательному развитию индустрии туризма и гостеприимства в Волгоградской области мешает не только отсутствие явного интереса со стороны государственных структур, но и наличие серьезных проблем комплексного характера. Основной проблемой сдерживающей развитие туризма в Волгоградской области является низкий уровень развития туристской инфраструктуры региона.

**Цель данного исследования** состоит в установлении особенностей функционирования индустрии размещения Волгоградского региона и выявлении проблем и перспектив ее развития в современных экономических условиях.

**Изложение основного материала исследования.** Таким образом, необходимым условием успешного развития индустрии размещения Волгоградской области является повышение туристской привлекательности региона, поскольку в планах областной администрации – увеличение туристского потока до 2-х млн. человек в год.

Волгоградская область располагает различными ресурсами для активизации развития туризма и гостиничной индустрии в частности (табл. 1).

Таблица 1

Потенциал Волгоградской области

Составляющие потенциала	Преимущества и недостатки
Транспортно-логистический потенциал: речная система, прохождение международных коридоров «Север-Юг»	+ неисчерпаемость ресурса – зависимость от реализации федеральных целевых программ и глобальных транспортных проектов
Рекреационный потенциал: хороший климат, лечебные ресурсы, первозданные экосистемы	+ неисчерпаемость ресурса + сильный мультипликативный эффект внутри региона
Потенциал исторического наследия: этнокультурные и исторические достопримечательности, всемирная известность Сталинградской битвы	+ улучшение социальной среды региона + сильный мультипликативный эффект внутри региона + извлечение ренты от бренда

Основным препятствием для развития туризма в Волгоградской области является нехватка профессионального маркетинга и продвижения. Туристический продукт уже существует, однако качество его недостаточно приемлемо, отсутствует грамотное позиционирование. Так, сложившийся имидж Волгограда как города погибших героев и великой трагедии уже не способствует развитию туризма в современных условиях.

Так, эксперты выделяют следующие слабые конкурентные позиции волгоградского региона:

1. На международном уровне:
  - позиционирование и продвижение региона в старом советском дискурсе, связанном с войной;
  - почти полное отсутствие продуктов, товаров и услуг, конкурентоспособных в глобальном и общероссийском измерении.
2. На общероссийском уровне:
  - отсутствие моделей и технологий национальной успешности;
  - отсутствие новых взглядов и подходов к теме патриотизма в яркой и привлекательной для молодежи форме;
  - отсутствие модели устойчивого социально-экономического развития региона, отставание региона в развитии от других регионов, где центром являются города-«миллионники».
3. На региональном уровне:
  - отсутствие целостной региональной идентичности и дискретность культурного пространства;
  - изношенность или отсутствие инфраструктуры региона;
  - отток человеческого и «творческого» капитала. «Усталость» от военной тематики населения города.

Одно из главных конкурентных преимуществ в современном мире – ресурс яркого бренда и узнаваемости. Региону не надо вкладываться в его создание – это ресурс Сталинградской битвы, при этом это только небольшая часть имеющегося древнего, разнообразного и интереснейшего наследия. Культурное наследие давно используется в качестве эффективного инструмента развития во всех странах мира.

Концепция ребрендинга региона предполагает, что свежий имидж должен быть выстроен на уже имеющейся основе, но наполнен конкретным содержанием, способным уже в краткосрочной перспективе конвертироваться

в новые источники доходов. Грамотное позиционирование региона – ключевой и пока недостаточно реализованный ресурс, способный дать мощный толчок социально-экономическому развитию Волгоградской области.

Ресурс Сталинградской битвы необходимо использовать в рамках нового позиционирования Волгоградской области как центра прогрессивного патриотизма, центра культуры, искусства и изучения исторической памяти.

Для осуществления ребрендинга региона необходима реализация мероприятий по следующим направлениям:

1. Сохранение культурно-исторического наследия.
2. Рекреационное развитие.
3. Информационно-разъяснительное сопровождение.

В рамках первого направления предлагаются следующие мероприятия.

Во-первых, необходимо совершенствование нормативно-правового обеспечения в данной сфере. Так, в настоящий момент в Волгоградской области вообще не существует законодательного акта, который бы регулировал отношения в сфере сохранения, охраны, использования и популяризации культурно-исторических памятников.

Во-вторых, необходимо осуществить восстановление памятных мест, связанных с боевыми действиями советских войск в ходе Великой Отечественной войны – воинских захоронений, памятных знаков на местах боёв и т.п. Также требуется ремонт жилым зданиям-памятникам истории и культуры в историческом центре Волгограда (Центральный и Ворошиловский районы).

В-третьих, предлагается создание государственного археологического музея-заповедника. В музейном комплексе в яркой и интерактивной форме дается диверсифицированное представление о длительной и разнообразной истории региона, Юга России как перекрестка цивилизаций в контексте мировой истории. В проекте предусматривается здание музея площадью 6000 кв. м (7 экспозиционно-выставочных залов по различным историческим периодам, фондохранилище (на 100 тыс. ед.), реставрационная мастерская, кабинеты музейной педагогики, мастерские по производству сувениров, кафе, магазин), а также 2 музея под открытым небом: Царевское городище, Водянское городище – восстановление кварталов, реконструкция жилищ, создание инфраструктуры отдыха.

Необходима также реконструкция ряда этнических культурных центров. Например, создание туристического комплекса «Казачий городок». Предусматривается историческая реконструкция казачьего городка, воссоздающая культурно-историческую среду XVI-XVIII вв. Городок окружен рвом, валом, крепостной стеной. Строения стилизованы под казачью архитектуру XIX века, но в соответствии с требованиями современной инфраструктуры. Интерьер и мебель XIX века. Предусматривается 200 мест размещения (100 круглогодичных и 100 летних) в традиционных реконструированных жилых помещениях. Кроме жилых строений на территории городка будут расположены: майдан (площадь), часовня, станичная изба, кузница, гончарная мастерская, баня, лавки, кабак и прочее. Комплекс также должен включать административно-гостиничный блок с административно-хозяйственными помещениями и гостиницей на 50 мест.

Еще один проект в этом направлении – создание этнографического центра национальной культуры коренных народов Приэльтона. Организация активного туристического маршрута «Степной караван» (походы на лошадях и верблюдах вдоль берега озера Эльтон с ночевкой на стоянках в палаточных лагерях или на основной базе).

Достаточно интересным проектом может быть создание круглогодичного туристского комплекса и музея «Наследие Золотой Орды» (под открытым небом, стилизованного под тематику Золотой Орды). Объекты на территории комплекса: около 20 круглогодичных юрт (на 6-8 ест размещения каждая), кузнечная, швейная и шорная мастерские; торговые лавки; стилизованные предприятия общественного питания; гостиничный комплекс на 60 номеров.

Необходимо также восстановление историко-этнографического культурно-ландшафтного музея-заповедника «Калмыцкая усадьба князей Тундутовых». Местоположение: Волгоградская область, Светлоярский район, пос. Солянка вблизи автодороги Червлёное – Б. Чапурники между автодорогами Волгоград-Элиста и Волгоград-Котельниково. Цель проекта: воссоздать святыню калмыцкого народа – усадьбу князей Тундутовых и придать ей новое функциональное наполнение, используя отреставрированные постройки и воссозданный ландшафтный парк как кросс-культурный центр арт-резиденции, привлекательный для художников из Азии и Европы. Необходимо воссоздать гостевой дом, амбары, сараи, дома для прислуги, т.е. объекты «двойного» назначения: выставочно-экспозиционного и коммерческого. Новое функциональное наполнение предполагает размещение в этих помещениях музея мастерских и жилья для художников, выставочных площадей, а также ряда объектов сферы услуг (ресторан, гостиница 3\* на 150 номеров, 300 мест, сувенирные лавки). Проект будет способствовать активному развитию международного межкультурного сотрудничества (Калмыкия, буддистские страны, волонтеры разных стран), развитию этнического и «художественного» туризма.

В результате реализации предложенных выше мероприятий богатое культурно-историческое наследие Волгоградской области может капитализироваться и стать индустрией.

В рамках рекреационного развития предлагается реализовать следующие проекты:

1. Создание единого информационного центра, связывающего все гостиницы, рестораны и другие сервисные предприятия города, создание и поддержка универсального туристического Интернет-портала.
2. В рамках продвижения волгоградского туристского продукта необходима разработка и издание мультязычных туристских гидов, буклетов, иной печатной и сувенирной продукции.
3. Создание условий для развития организованного туризма для отдыха гостей и жителей города:

строительство кемпингов, мотелей, яхт-клубов, рыболовных баз (г. Волжский, Среднеахтубинский, Ленинский, Дубовский, Городищенский и Светлоярский районы).

4. Создание парков для семейного отдыха с аттракционами, развлекательными зонами, аквапарками, объектами размещения и питания.

5. Создание современного театрально-концертного центра по типу летней площадки рядом с музеем-панорамой «Сталинградская битва» и мельницей Гергардта, которая будет служить своеобразным фоном для проведения визуальных перформансов, концертов и культурных встреч, объединенных идеями толерантности и мира.

6. Реконструкция музея-заповедника «Старая Сарепта» (реконструкция «Дома Беккера», «Дома Пастора», «Постоялого двора», реставрация «Дома богатого колониста»).

7. Создание концертно-развлекательной зоны с канатной дорогой на о. Сарпинском г. Волгограда (стоянки аквабайков, лодочная станция, пункт проката оборудования для ловли рыбы, конный клуб, велотреки, прокат велосипедов, организованные пляжи, аттракционы, спортивно-рекреационные сооружения, торговая галерея сувенирной продукции и товаров для отдыха, детский клуб с детскими площадками).

8. Строительство баз экологического туризма в Волго-Ахтубинской пойме.

9. Строительство конно-спортивных комплексов. Конный туризм относится к числу самых необычных и даже экзотических видов туризма. Его стоимость гораздо выше, чем стоимость пешего, велосипедного или водного туризма на байдарках. На территории комплексов возможно не только проведение конных прогулок и обучение верховой езде, но и организация театрализованных конных шоу-показов.

10. Строительство скейт-парка и роллердрома. Проект предусматривает строительство крытого парка с двумя зонами катания: роллердом (площадка для катания на роликах без препятствий и горок) и скейт-парк (площадка с различными препятствиями, горками, специальными конструкциями для экстремального катания). Парк должен включать кафе, пункт проката спортивного инвентаря, магазин спортивных товаров, медицинский кабинет.

11. Строительство лыжного комплекса на территории г. Волгограда. Существующие природные условия региона позволяют создать все условия для хорошего отдыха. Проект предполагает строительство туристического лыжного комплекса, который включает в себя: буксировочную канатную дорогу; систему оснежения; автостоянку; места для организации питания (кафе, рестораны, бары); пункт проката инвентаря и лыжного снаряжения и магазин сопутствующих товаров; лыжную школу; гараж для ратрака; административный корпус; лыжную трассу; сноуборд-парк.

12. Создание клуба «Сафари на квадроциклах» на о. Сарпинском позволит создать центр спортивных развлечений и привлечет множество любителей острых ощущений. Сафари – это захватывающее катание на мотовездеходах по проложенным трассам (облегченный уровень) и бездорожью. Сафари на квадроцикле в сопровождении инструктора даст возможность овладеть навыками управления этой необычной техникой, научиться правильно преодолевать препятствия, ориентироваться в сложных ситуациях на трассе. Проект предусматривает строительство туристической базы, которая будет включать кафе-бар, домики для гостей, беседки для отдыха, причала для катеров, крытой стоянки для квадроциклов, строения для администрации и обслуживающего персонала, медпункт, хозяйственный блок для защитного инвентаря и санузлов, а так же приобретение и обслуживание 5-10 квадроциклов, различных по уровням проходимости и возможной дальности поездки. Замкнутая территория острова станет преимуществом, снимая дополнительные расходы на охрану и ограждение территории.

13. Строительство воздухоплавательного комплекса. Полеты на параплане – экстремальный, самый дешевый, достаточно безопасный и простой вид спорта и отдыха. Для реализации проекта необходимо строительство комплекса, включающего павильон с тренировочной площадкой, раздевалку, бар, кафе, санузлы, домик для администрации, стоянку для автомобилей, а также специальное оборудование: 3-4 учебных параплана, 2 параплана тандема (рассчитанных на полет пассажира с инструктором), радиостанции, приборы навигации, микроавтобус для доставки к месту полета, палатки, кемпинги, домики для отдыхающих, хозяйственный блок для складирования парапланов и аэротренажер.

Необходимо также выявить дополнительные возможности по участию города в речных круизах и сотрудничать с другими речными городами, чтобы создать, например, тематические круизы по всему маршруту, или просто наилучшим образом координировать усилия в туристический сезон и более точно оценивать поток туристов.

Необходимым условием повышения туристской привлекательности региона является подготовка высококвалифицированных кадров для туризма всех уровней. Необходима разработка и реализация тренинговых программ для работников различных служб туристской и гостиничной индустрии, а также программ карьерного роста сотрудников от самых низших рабочих позиций до топ-менеджеров. Крайне важным является повышение вознаграждения за труд в данной сфере, поскольку из-за никого уровня оплаты труда наиболее квалифицированные и амбициозные работники предпочитают искать другую сферу приложения своих талантов.

Реализация предложенных мероприятий должна осуществляться в рамках творческой и целостной маркетинговой стратегии, которая усилит восприятие Волгограда как современного исторического и культурного центра.

Третье направление мероприятий по повышению туристской привлекательности региона – информационно-разъяснительная кампания. Для продвижения нового бренда волгоградского региона необходимо

распространение информации по всем возможным каналам:

- проведение круглых столов, конференций с участием представителей федеральных Министерств и ведомств;
- организация пресс-туров для российских и зарубежных журналистов и для представителей туристической индустрии;
- участие в работе международных туристских выставок в России и за рубежом;
- пропаганда туризма как здорового образа жизни и способа организации отдыха в средствах массовой информации;
- организация фестивалей, например, для популяризации и пропаганды героического прошлого, в том числе и в целях патриотического воспитания молодежи, предлагается ежегодное проведение 23 августа военно-исторического фестиваля реконструкции событий Великой Отечественной войны, приуроченного к началу боев за Сталинград.

**Выводы и предложения.** Таким образом, Волгоградская область обладает большим потенциалом и высокой привлекательностью для туристов. Большой проблемой развития туризма в регионе является неправильное нерациональное неэффективное управление им на региональном уровне, а именно отсутствие скоординированной деятельности органов власти и недостаточной разработки региональных целевых программ. А все предложенные выше мероприятия позволяют сформировать новый привлекательный образ региона и увеличить туристический поток к 2020 году в 4-5 раз по сравнению со значениями 2017 года.

#### Список использованных источников

1. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с.
2. Официальный сайт Волгоградской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.volgograd.ru>.
3. Туристический портал Волгограда и Волгоградской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gid34.ru>.

УДК 338

**Голдин О.О.**, преподаватель  
ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум»  
**Арвеладзе В.Г.**,  
преподаватель, директор  
ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум»,  
г. Севастополь

### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМА

**Голдин О.О., Арвеладзе В.Г. Проблемы и перспективы развития традиционных и альтернативных видов туризма на территории Крыма.** В статье представлены традиционные для Крыма виды туризма и альтернативные виды туризма. Проведен анализ сложившейся ситуации, выявлены проблемы и направления их решения.

**Goldin O.O., Arveladze V.G. Problems and prospects of development of traditional and alternative types of tourism on territory of Crimea.** The traditional for Crimea types of tourism and alternative types of tourism are presented in the article. The analysis of the folded situation is conducted, problems and directions of their decision are educed.

**Ключевые слова:** туризм, традиционные виды туризма, альтернативные виды туризма, туристический кластер, курортная индустрия, туристическая индустрия, туристический продукт.

**Keywords:** tourism, traditional types of tourism, alternative types of tourism, tourist cluster, resort industry, tourist industry, tourist product.

**Постановка проблемы:** Актуальность данной статьи обусловлена тем, что Крым имеет все предпосылки для успешного развития туристической и курортно-санаторной отрасли. При этом решение различные виды и направления данной отрасли имеют общие проблемы, нерешенность которых снижает привлекательность Крыма для потенциальных туристов.

**Анализ последних исследований:** в данной статье мы опирались на исследование проблем и перспектив развития туризма в Крыму, проводимые Першиной А.В., Кепплё О.И. А так же нами были изучены и использованы материалы исследования по вопросу проблематики развития туризма в Крыму, проводимые Никольской Е.Ю. и Харитоновым Д.

**Цель статьи:** новый взгляд в определении направлений альтернативных видов туризма в Крыму, обозначение существующих проблем в данной отрасли и поиске их решения.

**Изложение основного материала исследования.** В Российской Федерации туристская деятельность относится к приоритетным секторам экономики. Развитие туризма способствует развитию инфраструктуры сервиса и гостеприимства, созданию рабочих мест, росту предпринимательской и инвестиционной активности, бережному природопользованию, расширению международного сотрудничества, повышению уровня качества жизни населения. Для динамично развивающихся стран туризм становится критерием роста экономических показателей. Как сообщил министр культуры РФ **Владимир Мединский** на открытии ежегодной выставки «Интурмаркет-2017» в Москве, туризм обеспечил 3,4% ВВП РФ в 2016 году. Это лишь треть от целевого показателя в 10%, обозначенного президентом **Владимиром Путиным**, однако и внутренний, и въездной турпоток в России уверенно растут.

В Крыму и Севастополе разработаны и действуют программы развития туризма, с успешной реализацией которых связано решение важнейших задач социально-экономического развития регионов.

Южный федеральный округ по масштабам, уровню и темпам развития санаторно-курортной и туристской сфер занимает первое место. Азово-Черноморский регион Южного федерального округа, включающий Республику Адыгея, Республику Крым, Краснодарский край, Ростовскую область и г. Севастополь, отличается наиболее благоприятными природно-климатическими условиями и повышенной привлекательностью для туристов [3].

Выгодное географическое положение, климат, разнообразный ландшафт, историко-культурный потенциал является базисом для развития туристической и курортной индустрии в Крыму. При этом за 8 месяцев 2017 года отмечается снижение уровня отдыхающих в Крыму на 4,2% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года [5], что свидетельствует о снижении интереса к отдыху в Крыму. А значит, необходим комплексный подход к повышению привлекательности Крыма для отдыха в течение года.

Крым в недавнем прошлом – всесоюзная, а точнее бы сказать, всемирная здравница, не утратил своего значения и сегодня. Санаторно-курортная отрасль остается одной из приоритетных направлений развития Республики Крым. Базой выступают наличие минеральных вод, лечебных грязей, пляжей, климатических и ландшафтных ресурсов. На территории Республики Крым расположено 767 (санаторно-курортных и гостиничных учреждений) общей вместимостью 156,5 тыс. мест, из которых 148 учреждений предоставляют санаторно-курортное лечение, 213 объектов предоставляют услуги оздоровительного характера, остальные 406 учреждений – услуги по временному размещению. Для круглогодичного функционирования предначинаны 142 санаторно-курортных и 112 гостиничных учреждений. На территории Республики Крым расположено более 40 соляных озер, 100 минеральных источников (хлоридные, кальциево-натриевые, термальные хлоридно-натриевые) [4]. При этом эксплуатируются только 20 источников минеральных вод и единственное разработанное месторождение лечебных грязей (Сакское). Наличие уникального опыта и традиций санаторного лечения позволяют Крым войти в программу медицинского туризма.

Проведенный анализ позволяет нам выделить проблемы санаторно-курортного отдыха, являющегося традиционным для Крыма:

- высокий уровень износа основных фондов (более 70%) и медицинской техники [4];
- недостаточное количество круглогодичных коллективных средств размещения;
- недостаточное использование имеющихся ресурсов минеральных источников, лечебных грязей, соли;
- неравномерность размещения рекреационного комплекса, что приводит к загруженности Южный и Западный берег Крыма;
- несоответствие уровня сервиса, пляжной инфраструктуры общепринятым стандартам.

Не менее значимым является **культурно-познавательный туризм**. В Крыму действуют 17 государственных музеев, более 300 общественных и ведомственных музеев. Только в фондах государственных музеев хранится около 800 тыс. экспонатов [4]. Обладая столь уникальной базой, в этом направлении существуют такие проблемы как неудовлетворительное состояние и оснащённость музеев, дорог; недостаточное обновление тематических экспозиций; недоступность, связанная с проведением реконструкций существующих объектов; недостаточная информационная поддержка.

Одним из традиционных видов туризма относится купально-пляжный отдых. Общая протяженность береговой линии Республики Крым составляет 452 км, из них 103 км приходится на береговую линию пляжей. Всего в Крыму насчитывается 560 пляжей [4]. Особое территориальное расположение Крыма и его климатические условия позволяют отдохнуть и оздоровиться людям разных возрастных групп. При этом стоит отметить, что и на этом направлении существует ряд проблем, требующих их решения, а именно:

- недоступность крымских пляжей, вызванная тем, что территории находятся в собственности санаториев;
- неудовлетворительная инфраструктура и пляжный сервис [1].

Крым является колыбелью отечественного пешеходного туризма. Еще в 1890 году была создана первая в России туристская организация — Крымский горный клуб. 70-80-е годы XX века поистине можно назвать

Золотым веком пешеходного туризма. Этому способствовала серьезная государственная поддержка, разработка множества разнообразных и познавательных авто- и пешеходных маршрутов. Серьезная информационная поддержка была обеспечена через книгоиздательство по краеведческой тематике. Сегодня, после стадии упадка в системе активного отдыха, на наш взгляд отмечается эпоха возрождения. Для поддержания привлекательности данного направления туризма необходима разработка тематических пешеходных туров, развитие системы туристических баз и стоянок, а так же серьезная информационная поддержка. Решение обозначенных задач возможно через формирование туристических кластеров.

Одна из последних особенностей крымского туризма – переход к новым, ранее широко не практиковавшимся его видам. Привычный купально-пляжный отдых и лечебная рекреация все чаще отходят на второй план. И в этой связи, наиболее привлекательными являются альтернативные виды туризма:

1. Дайвинг, который представлен центрами, школами обучения и лагерями. Прибрежная часть акватории полуострова изобилует прекрасными видами, подводными пещерами-гrotтами, каменными хаосами, бесконечными песчаными пустынями, сотнями видов удивительных рыб и водорослей, затонувшими военными самолетами, кораблями, подводными лодками, античные города. с россыпью осколков амфор, находка якоря со средневекового парусника, прикосновение к металлу военного самолета, корабля или подводной лодки.

2. **Дельта-пара-аэротуризм.** Крымская земля имеет давние традиции воздухоплавания. В поселке Коктебель зародился такой вид спорта как планеризм, именно здесь находится Музей планеризма и парашютизма, единственный в Европе и второй в мире (первый в Нью-Йорке). В Коктебеле проводят ежегодные слеты клубы дельтапланеризма со всего СНГ. На сегодняшний момент разработаны ряд аэромаршрутов, проводится соревнование по воздухоплаванию «Воздушное братство» (в начале мая у Феодосии).

3. Велотуризм. Наиболее привлекательным и развивающимся является горный велотуризм. Разветвленная сеть вьючных, туристских троп, сельских дорог, обилие прекрасных видов и исторических памятников, благоприятный климат, дороги средней степени сложности, средняя плотность распространения населенных пунктов создают отличные полигоны для любителей горного велосипеда [2].

4. Кинотуризм – путешествия по местам съемок культовых кинолент – давно стал «двигателем прогресса» для самых разных мест и стран. Детально разработанные маршруты позволяют узнать интересные факты о Крыме, детали съемок известных кинолент, курьезные моменты.

5. Конный туризм. В настоящий момент в Крыму действует около 20 конно-спортивных баз с разработанными одно- и многодневными маршрутами.

6. Энотуризм (продуктовый туризм). На сегодняшний день это один из наиболее популярных и востребованных направлений туризма. Данное направление знакомит с культурой, традициями и обычаями разных народностей Крыма через их традиционные блюда, секретами их приготовления и культурой потребления.

7. Этнографический туризм. Под этнографическим туризмом понимается вид туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта того или иного народа, проживающего сейчас или проживавшего когда-либо на данной территории. Перспективы этнографического туризма в Крыму чрезвычайно велики, так как здесь проживают: крымские татары, крымские караимы и крымчаки, греки, болгары, армяне, славяне, итальянцы... Энотуризм в Крыму привлекателен и для широкой публики, и для специалистов – этнологов, этнографов, антропологов, для преподавателей, студентов, Интересная сторона этнографического туризма – организация туров к объектам религиозного паломничества - многочисленным христианским монастырям, мусульманским мечетям, караимским кенассам.

8. Событийный. Ежегодно проводится более 100 фестивалей различной направленности [2]: музыкальные, литературные, спортивные, фольклорные, театральные, кинематографические.

Кроме вышепоименованных направлений альтернативных видов туризма нам бы хотелось добавить скалолазание, паломнический и религиозный туризм, военно-патриотический, научный, экстрим-туризм.

**Выводы.** Для развития альтернативных направлений в туризме существуют все предпосылки. Но вместе с этим и существуют объективные проблемы, не позволяющие динамично развиваться данным направлениям альтернативных видов туризма: сезонность, отсутствие достойной материальной базы, информационной поддержки, неразвитость туристской и развлекательной индустрии. На наш взгляд решение этих общих проблем может быть реализовано за счет создание кластеров, что является одним из направлений развития туризма в Крыму, поименованного в Государственной программе развития курортов и туризма в Крыму. С целью эффективного развития Крыма как конкурентоспособного туристского региона, необходимо проведение имиджевой рекламной кампании региона.

Кроме этого мы хотели бы обратить внимание на менеджмент туристической отрасли. На наш взгляд она нуждается в более креативном и современном, можно сказать смелом подходе в управлении. Реализация этого направления лежит в системе подготовки кадров. Мы считаем, что внедрение в систему среднего профессионального образования дуальную модель обучения позволит поднять практический опыт обучающихся с одной стороны, а с другой стороны даст возможность развития новых направлений в сфере туристической индустрии, создание качественного и привлекательного туристического продукта.

Крым обладает огромным туристским потенциалом и если в ближайшее время реализовать предложенные мероприятия, то туристская отрасль в Крыму будет процветать, приносить большую прибыль в бюджет, повысит имидж и конкурентоспособность страны на внутреннем и мировом рынках, а так же поможет вывести экономику региона на совершенно новый уровень.

#### Список использованных источников:

1. Першина А.В., Кепль О.И. Проблемы и перспективы развития туризма в России и Крыму // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11208> (дата обращения: 28.09.2017)
2. Никольская Е.Ю., Харитонов Д. Актуальные проблемы развития туризма в республике Крым.-Международный научный журнал «Инновационная наука». 2015. - №12. – с. 187-191.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период 2020 года.
4. Государственная программа развития курортов и туризма в республике Крым на 2015 – 2017 года.
5. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mtur.rk.gov.ru> (дата обращения: 28.09.2017)

УДК 338.484

Голикова Е.С., обучающаяся 3 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Севастополь  
Трегулова И.П., к.э.н. доцент,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СЕВАСТОПОЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

**Голикова Е.С., Трегулова И.П. Индустриальный туризм: перспективы развития в севастопольском регионе.** В данной статье рассмотрены перспективы развития индустриального туризма в Севастопольском регионе. В статье рассматривается популярность заброшенных объектов, как составляющая индустриального туризма, приводится примерный перечень объектов исторического наследия популярных среди туристов в Севастополе.

**Golikova E.S., Tregulova I.P. Industrial tourism: prospects of development of sevastopol region.** In the article the prospects for the development of industrial tourism in the Sevastopol region. The article discusses the popularity of the abandoned facilities, as a component of industrial tourism, is an example of a list of objects of historical heritage, popular among tourists in Sevastopol.

**Ключевые слова:** индустриальный туризм, промышленный туризм, стратегия, культурно-исторического наследие, центр туризма, Севастополь.

**Key words:** industrial tourism, strategy, heritage, tourism center, Sevastopol.

**Актуальность темы.** Индустриальный туризм – исследование территорий, зданий и инженерных сооружений производственного (не гражданского) или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения психического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса. Безусловно, индустриальный туризм – это одно из перспективных направлений для представителей отечественного бизнеса.

Достаточно выгоден сегодня и промышленный туризм, в рамках которого человек может воочию наблюдать за производственным процессом. В частности, в некоторых городах уже популярны экскурсии на пивоваренные заводы.

В Севастопольском регионе сохранилось большое количество заброшенных объектов времён Великой Отечественной войны и периода "холодной войны". Объекты культурно-исторического наследия должны не только сохраняться, но и работать на воспитание и просвещение, на формирование патриотизма и гордости за историю города и страны.

Большинство исторических мест, свидетелей исторических событий, вообще не посещаемы и не работают на популяризацию истории. Есть попытки организации экскурсий на объекты культурно-исторического наследия частными структурами и экскурсоводами, но они проводятся стихийно и бессистемно, без квалифицированного сопровождения и без достойного туристического обслуживания, а зачастую просто искажают нашу историю и не дают ничего для бюджета города.

Важными примерами в исправлении ситуации стали музейный комплекс "35-я береговая батарея", созданный частной структурой. Он раскрывает важный и трагический момент в истории города и Балаклавский подземный музейный комплекс, который является единственным музеем на территории Крымского полуострова, посвященный событиям времен "холодной войны".

Дополнить информацию основных музеев можно созданием сети новых учреждений туристической индустрии. Они должны создать общую картину исторических событий Севастополя.

**Постановка проблемы.** Существуют определенные проблемы индустриального туризма. Не выстроена должным образом сама система организации экскурсий на заброшенные заводы, и туристические компании здесь не играют ключевой роли. Нередко очень трудно определить, кто является собственник того или иного заброшенного объекта и с кем конкретно заключать договор. Проблемы развития индустриального туризма заключаются в том, что это направление деятельности никак не регламентировано на законодательном уровне. В частности, не определен круг субъектов и порядок предоставления услуг по урбанизму, диггерству и так далее. Увлечение некоторыми видами индустриального туризма может повлечь за собой серьезные проблемы со здоровьем или даже летальный исход. Перед тем как отправиться на тот или иной объект, необходимо проанализировать его с точки зрения безопасности: для этого может понадобиться специальное оборудование. Для развития индустриального туризма нам необходимо изучать и перенимать опыт у западноевропейских стран.

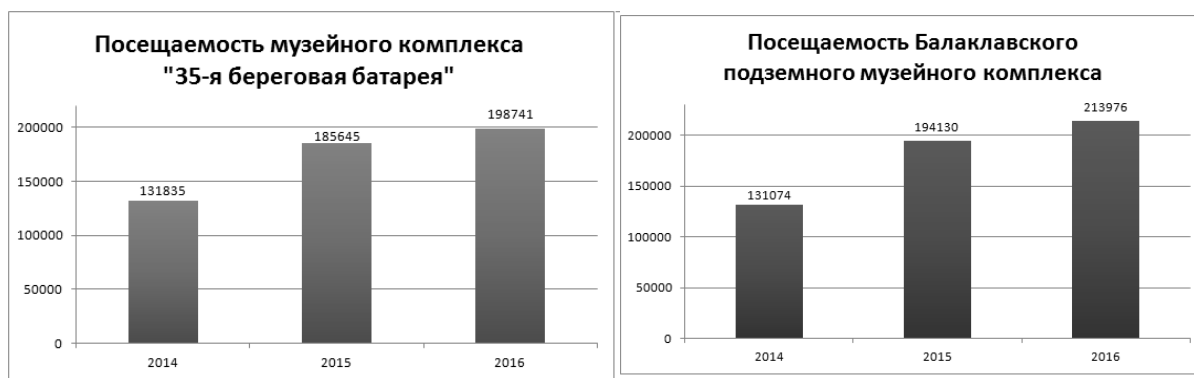
Для решения требуется привлечение всех заинтересованных сторон - государство, общественные организации, частные структуры.

Здесь немалую роль играет государственная программа "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 – 2020 гг.", в цели и задачи которой входят содействие укреплению и развитию общенационального сознания, высокой нравственности, воспитание у граждан чувства гордости за исторические и современные достижения страны, повышение интереса граждан к военной истории.

Эта программа может стать объединяющим фактором для всех заинтересованных в сохранении историко-культурного наследия сооружений Севастополя и привлечении туристского потока. Роль государства заключается в финансировании целевой программы, в ходе которой самые ценные объекты Севастополя были бы приведены в удовлетворительное состояние и дальнейшее проведение реставрационных работ.

В Севастопольском Региональном отделении Российского Военно-исторического общества планируется учредить Севастопольский военно-исторический центр. Творческие мастерские при СВИЦ – один из главных компонентов создания туристического продукта, помощи в создании экспозиций и музеев. Творческие мастерские будут создавать произведения и объекты, способные воспитывать патриотизм на нашей истории, которые должны стать туристическим продуктом, эксклюзивным для Севастополя.

Количество туристов, посещающих музейный комплекс "35-я береговая батарея" и Балаклавский подземный музейный комплекс ежегодно растёт.



Желающих посетить музейные комплексы в день достигает 2 тыс. человек, но из-за низкой пропускной способности музеев не успевают обслужить всех туристов.

Анализируя книги отзывов и предложений музейных комплексов экскурсантам интересны объекты исторического наследия, вызывающие восторг и чувство гордости за историю страны. От посетителей поступают просьбы о создании музеев в подобных сооружениях.

Создание новых музеев в объектах исторического наследия повысит туристический поток, а также решит проблемы пропускной способности музейного комплекса "35-я береговая батарея" и Балаклавского подземного музейного комплекса.

В результате анализа состояния и сохранения объектов культурно-исторического наследия, Рабочая группа регионального штаба Общероссийского Народного Фронта в Севастополе разработала предложения для внедрения Региональной целевой программы через развитие индустрии исторического познавательного туризма. Целью разработки является сохранение объектов культурно-исторического наследия через их развитие. Программа направлена на поддержку въездного и внутреннего туризма в Севастополе и ставку на его историю как источник притяжения туристов.

**Выводы.** Таким образом, на основании вышеизложенного, можно утверждать, что за индустриальным туризмом будущее.

Туристам интересны объекты исторического наследия, сооружения времён Великой Отечественной войны и периода "холодной войны".



Необходимо сформировать исторический познавательный туризм, как индустрию, которая позволит воспитывать патриотизм и одновременно зарабатывать средства для достойного содержания объектов исторического наследия.

#### Список использованных источников

1. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Текст]. – М., 2008
2. Концепция стратегического развития г. Севастополь до 2030 года: основные положения Агентство стратегических инициатив: Севастополь [Текст]. – 2014. – 13 с.
3. Постановление Российской Федерации Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы (с изм. от.17.02.2017 г.) [Электронный ресурс]. – URL: Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499091763>.
4. Официальный сайт Российского военно-исторического центра <http://rvio.histrf.ru/>
5. Официальный сайт Балаклавского подземного музейного комплекса <http://muzey-sevastopol.com/820>
6. Официальный сайт музейного комплекса "35-я береговая батарея" <http://35battery.ru/index.php/en/home.html>

УДК 338.48:004.9

**Градинарова А.А.,**

К.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, Донецкая народная республика

### СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

**Градинарова А.А. Современные тенденции цифровой трансформации в туристической отрасли.** В работе определены тенденции цифровой трансформации в современной индустрии туризма, проведен анализ ключевых направлений цифровых технологий в туризме и их характерных особенностей.

**Gradinarova A.A. Modern trends of tourism industry's digital transformation.** The work defines the trends of digital transformation in the modern tourism industry, analyzed key areas of tourism digital technology and their characteristics.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, тенденция, цифровая трансформация, облачные технологии, мобильная связь, соцсети, Интернет вещей.

**Постановка проблемы.** В настоящее время в туристической отрасли четко обозначились основные тенденции ее цифровой трансформации. Сектор туризма интенсивно использует информацию на каждом этапе создания стоимости, это, в свою очередь, требует наличия специальных организационных и финансовых схем взаимодействия и современные Интернет-технологии как раз позволяют создавать новые бизнес-модели. Сегодня важными элементами процесса организации туристических путешествий стали облачные технологии, социальные сети, интернет вещей и т.д., при этом туристические компании считают их элементами упрощения процессов и экономии средств. Последние разделились на три вида: некоторые активно используют инновации и предлагают своим клиентам новые продукты на их основе, вторые включают лишь некоторые элементы с целью совершенствования устоявшейся модели, третья группа компаний с обеспокоенностью отмечает изменения, но не в состоянии предпринять меры, чтобы не остаться позади.

В экономической литературе цифровая трансформация рассматривается как переход от традиционной IT-службы предприятия к новому миру открытых систем, ориентированных на человека, неформальных, спонтанных, эмпатических и доступных по цене [1]. В результате технологии перестают быть внутренними ресурсами и активами, полностью контролируемые руководством компании, и превращаются в мощные стихийные факторы, формирующие и развивающие рынки, в том числе туристический.

**Анализ последних исследований и публикаций** показал, что исследованию сущности цифровой трансформации посвящены работы отечественных и зарубежных исследователей. Так, в работе С.Н. Брускина [2, с. 234-239] рассмотрены методы и инструменты продвинутой бизнес-аналитики систем в эпоху цифровой трансформации. Р. Бергер [3] в своей работе подчеркивает, что цифровая трансформация промышленности ведет к радикальному структурному переходу в экономике Европы. Авторы К. В. Якушенко и А. В. Шиманская [4] обосновывают необходимость цифровой трансформации информационного обеспечения управления экономикой, а также рассматривают примеры развития цифровых технологий в различных сферах деятельности.

Несмотря на наличие научного интереса к исследованию в целом, в настоящее время нерешенной частью проблемы остается отсутствие анализа ключевых направлений цифровой трансформации именно в индустрии туризма. Однако ряд отечественных авторов рассматривали некоторые из ее элементов. Так, перспективы

развития виртуального информационного пространства в туристической индустрии в своей работе [5] рассматривают Е.В. Вишневецкая и Т.Б. Климова; роль информационных технологий в развитии турбизнеса - авторы Н.Н. Теодорович и И.Б. Муравьев[6]; вопросы инновационного развития туризма за счет внедрения информационных технологий - авторы Н.П. Перчинская и К.А. Грибинча [7].

Исходя из этого, существует необходимость в более детальном исследовании сущности цифровой трансформации в современной туристической деятельности и определении ее основных тенденций, поскольку недостаточная изученность и отсутствие систематизации направлений создает определенные трудности в процессе разработки конкретных методических рекомендаций.

**Целью настоящей статьи** является определение тенденций цифровой трансформации в туристической отрасли, а также детальный анализ направлений и их характерных особенностей.

**Изложение основного материала.** Технологический цикл формирования и реализации туристического продукта, в котором участвуют цифровые технологии, начинается с поиска информации в Интернете, продолжается выбором и сопоставлением цен, распространяется на покупку, которая становится все более мобильнее и заканчивается обменом информацией и опытом для следующего цикла. Результатом является качество обслуживания, которое требует внимания 24x7, и в котором цифровые возможности постоянно расширяются и становятся все доступнее.

Такие устройства как смарт-часы, браслеты с геолокацией, очки виртуальной реальности, мобильные приложения для оплаты билетов, сам электронный билет свидетельствуют о внедрении технологий Интернета вещей в туризм. В то же время большие объемы информации и аналитика данных позволяют обрабатывать огромный пласт показателей, генерируемых туристической экосистемой, и превращать их в полезную информацию для дальнейшего совершенствования туруслуг.

Рассмотрим ключевые направления цифровой трансформации туристической отрасли:

**Облачные технологии.** Применение облачных вычислений является фундаментальной основой технологических платформ и новых систем управления туризмом. Преимущества для туркомпаний очевидны: емкость хранилища, приложения в онлайн режиме; экономия затрат, освобождение от необходимости поддерживать системы и обновлять программное обеспечение; упрощение и гибкость процессов, повышение эффективности и конкурентоспособности, применение новейших технологий без дополнительных затрат и амортизационных отчислений, управление в режиме реального времени. Иначе говоря, это инструмент, который помогает турпредприятиям забыть о технологиях управления и сосредоточиться на клиенте, нет необходимости в дополнительных ресурсах и аренде большого количества офисов и персонала.

При этом облачные сервисы в современной индустрии туризма имеют ряд характерных особенностей:

1) консолидация инновационных предприятий, с целью захвата определенного сегмента на рынке, при этом в крупных туристических предприятиях облачные технологии становятся базовыми в информационной системе. Использование облачных решений имеет фундаментальное значение для консолидации инновационных туристических предприятий, для запуска новых и совершенствования существующих цифровых услуг для клиента и улучшения двусторонней связи с ним;

2) повышение производительности за счет гибкости, экономии на инвестициях и операционных расходах, оперативности управления изменениями и меньшей потребности в технологической поддержке, скорости реагирования и эффективности управления ресурсами;

3) возможности для расширения бизнеса. Масштабируемость и гибкость процессов организации туров имеют решающее значение для роста туроператорских сетей в регионе, работающих в Интернете. Использование облачных технологий способно разгрузить менеджеров в высокий сезон, что существенно снижает негативные последствия сезонности спроса в туризме;

4) коммуникация и внутреннее сотрудничество. Облачные технологии в туризме облегчают общение, сотрудничество и повседневное управление организациями, имеющими большое количество офисов в регионе.

5) взаимодействие с клиентами. Комбинация облачных вычислительных решений с инструментами аналитики Big Data обеспечивает информацию, необходимую для лучшего понимания клиента. Эти усилия направлены на удовлетворение конкретных потребностей каждого туриста, и, в конечном счете, на улучшение их пользовательского опыта и лояльности.

Таким образом, преимуществами применения облачных технологий в туристической деятельности является: создание новых бизнес моделей сотрудничества предприятий (например, системы бронирования Booking, Trivago), комплексные решения для электронной коммерции и расширенное управление клиентами (CRM, ERP), централизация, эффективность и экономия в управлении ИКТ, оперативная связь с клиентами, постоянный мониторинг информации и больших данных в режиме реального времени.

**Развитие мобильной связи.** Туристы и путешественники становятся все более прогрессивными пользователями мобильных устройств, и эта новая тенденция стала реальной движущей силой цифровой трансформации туристических компаний. Туристический сектор пострадал от развития поисковых систем и создания систем онлайн бронирования, от того, что часть клиентов предпочли самостоятельно организовывать свои путешествия. Так и мобильная связь, с одной стороны, сделала возможной быструю реакцию на проблемы туристов в ходе путешествия, но, с другой стороны, снизила необходимость посещения клиентом офиса и оплату консультационных услуг агентов.

Развитие технологий мобильной связи в современной индустрии туризма также имеет ряд характерных особенностей:

1) потребность пользователей туристических услуг в мобильной связи существует на всех этапах поездки: до, во время и после. Мобильная связь имеет основополагающее значение для достижения оптимального уровня качества предоставления туристических услуг. Клиент становится более технологичным и требует непрерывной связи, поэтому бесплатное и полное мобильное подключение для пользователя (WiFi, 4G и т. Д.) становится обязательным условием путешествия.

2) создание новых бизнес-моделей. Примером могут служить туристические компании, которые используют феномен резервирования отеля или тура в последнюю минуту, даже когда турист уже находится в пункте назначения. Для ресторанов и гостиниц мобильная связь помогла трансформировать маркетинг и сделала их услуги интерактивными, создала дополнительную возможность для увеличения спроса и заключения контрактов.

3) аналитика данных о клиентах. Предприятиям и туристическим учреждениям также выгодно использовать мобильные устройства и приложения благодаря возможности сбора данных о потребителе своих услуг. Эти данные, обработанные аналитическими инструментами, облегчают сегментирование клиентов и персонализацию потребностей путешественника.

Таким образом, преимуществом применения мобильных технологий в туристической деятельности является: персонализация в обслуживании клиентов, создание инновационных моделей сотрудничества туристических предприятий, развитие инфраструктуры туристических регионов. Мобильные приложения генерируют информацию о типе и времени использования, поиске, местоположении, расходах, предпочтениях, друзьях и многих других данных, которые упрощают маркетинговые исследования и сегментацию клиентов турпредприятий.

Интернет вещей. Технология Интернета вещей оказывает позитивное влияние на развитие туризма в мире за счет более точного анализа предпочтений путешественников с акцентом на место, которое они посещают. Интернет Вещей генерирует данные, которые имеют важное значение для государственных администраций и для учреждений туризма. С помощью этой информации они узнают профиль туристов, объекты, которые они посещают, сколько времени они тратят на это, на какие улицы ходят, потребности человека, который останавливается перед витриной магазина или выбирает определенный сувенир и т. д. Со всем этим можно получить яркий образ туриста в пункте назначения без больших инвестиций в анализ тенденций и опросы, предвидеть изменения и адаптировать предложение в соответствии с их предпочтениями и потребностями.

Развитие технологий Интернета вещей в современной индустрии туризма имеет ряд характерных особенностей:

1) большой масштаб использования. Из-за специфики туристического сектора применение технологий фокусируется на гостиницах и тематических парках определенных размеров. В этих объектах использование смарт-браслетов с устройствами RFID увеличивается, так что клиенты могут посетить определенный объект, оплатить потребление услуги, получить доступ к Интернету, пользоваться скидками или аттракционами без очередей. Эти же браслеты являются важным источником данных для учреждений, которые помогают им улучшить качество обслуживания клиентов.

2) экспериментирование. Применение технологий Интернета вещей в отелях сосредоточено на цифровом маркетинге и на использовании систем дополненной реальности для разработки инновационных мероприятий. Отели предлагают комнаты телеприсутствия для проведения голографических видеоконференций с целью привлечения делового туризма и других видов, связанных с профессиональной деятельностью. Примером использования передовых технологий в ресторанах могут служить интерактивные приложения, через которые посетители непосредственно управляют всем процессом, связанным с едой, включая оплату и последующую транспортировку. Они превращают процесс еды в замечательный и удивительный пользовательский опыт.

Преимуществом применения технологии Интернета вещей в туристической деятельности являются умные системы, которые способны реагировать на потребности цифрового туриста, помогают диверсифицировать предложение места назначения и оценить коммерческие ресурсы города. Кроме того, благодаря системе данных о посетителях могут быть проанализированы новые тенденции в торговле, характеристики клиентов, туристическая деятельность и расходы.

Социальные сети. Наиболее заметным положительным влиянием соцсетей в деятельности современных туристических предприятий является возможность персонализации и идентификации новых рынков, позиционирования туристических брендов. Социальные сети активно используются на этапе разработки планов сбыта и продаж, прогнозирования потребностей и ожиданий туриста. Соцсети стали основным коммуникационным и коммерческим каналом для развития сектора туризма в целом, которые также имеют ряд характерных особенностей:

1) специализированный персонал. Социальные сети в основном являются каналом связи для туристических организаций, что позволяет им осуществлять деятельность по обслуживанию клиентов, поддерживать лояльность посредством персонализации, коммуникации и рекламы. Эти мероприятия на средних или крупных предприятиях требуют специально обученного персонала, специализирующегося на умении работы в социальных сетях;

2) адаптация к новым привычкам клиентов. Простые решения, такие как платформы обмена мгновенными сообщениями, успешно используются в каналах продаж и туристических услуг как элемент привлечения

внимания туристов, особенно молодежи, что является примером усилий туристического сектора по адаптации к новым привычкам клиента;

3) использование форматов передачи информации, таких как RRS. Социальные сети в туристическом секторе все больше переплетаются с другими технологиями, Big Data или бизнес-аналитика, виртуальная реальность или геолокация;

4) поддержание лояльности. Комментарии пользователей в социальных сетях стали основным элементом в принятии решений путешественником, а онлайн-репутация компаний - важным активом для туристических предприятий.

Таким образом, ключевыми характеристиками использования социальных сетей в туристической деятельности является наличие специально обученного персонала, способного продвигать турпродукт в соцсетях, способность адаптироваться к новым потребностям обслуживания туристов, в том числе на основе использования формата RRS и поддержания на этой основе лояльности клиентов.

Все вышеизложенное позволяет сформулировать основные тенденции цифровой трансформации сектора туризма (рис. 1).

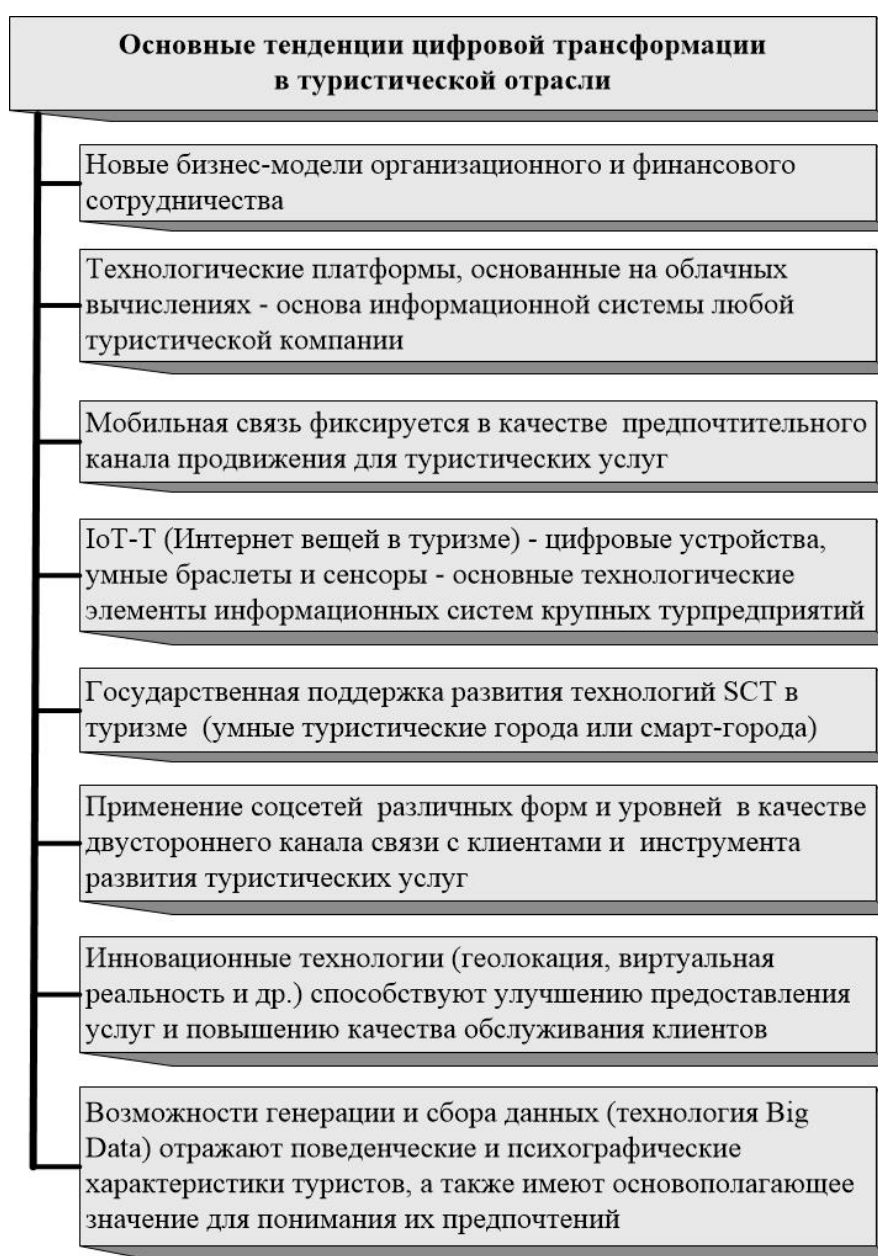


Рис. 1. Основные тенденции цифровой трансформации в туристической отрасли

За последние годы туризм продемонстрировал необычайную силу и жизнеспособность, несмотря на многие трудности, особенно те, которые связаны с вопросами безопасности и военных конфликтов. В 2016 году по данным ЮНВТО, число международных туристов возросло на 3,9% и достигло в общем итоге 1 млрд. 235 млн.

В прошлом году количество международных туристов (ночующих посетителей) увеличилось примерно на 46 млн. человек по сравнению с показателем за 2015 год [8].

Текущая экосистема туристического сектора в значительной степени зависит от доступа к Интернету, электронных транзакций и услуг, предоставляемых через сеть, поэтому развертывание и использование цифровых решений является основой для адаптации к потребностям бизнеса, как с точки зрения пользователя, так и поставщика услуг. Эта ситуация аналогична ситуации в других секторах, но с учетом многообразия посреднических схем в туризме, здесь потребность в его использовании больше. Это облегчает единый доступ к контенту, услугам, приложениям и инструментам, улучшает оперативность деятельности в организации, упрощает координацию рабочих групп и взаимодействие в режиме реального времени в проектах, улучшает дистанционное обучение.

Среди основных преимуществ цифровой трансформации для туризма - углубление знаний путешественника на основе анализа полученных данных; сокращение времени, которое должно выделяться на входы, выходы информации, управление и административные процессы; наличие механизмов умных платежей и оплата клиентом только тех услуг, которые он потребляет.

Иначе говоря, в туристической отрасли обозначились важные тенденции цифровой трансформации, и интеграция этих технологий в туристические продукты и услуги является фундаментальным элементом инновационного процесса, ведущего к интеллектуальному туризму.

#### Список использованных источников:

1. Как понимать цифровую трансформацию? Рабочий доклад Института исследований развивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО (IEMS) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO\\_IEMS/Research\\_Reports/SKOLKOVO\\_IEMS\\_Research\\_2017-05-18\\_ru.pdf](https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2017-05-18_ru.pdf) (дата обращения 05.09.2017)
2. Брускин С. Н. Методы и инструменты продвинутой бизнес-аналитики для корпоративных информационно-аналитических систем в эпоху цифровой трансформации //Международный научный журнал «Современные информационные технологии и ИТ-образование». – 2016. – Т. 12. – №. 3-1. – С. 234-239.
3. Berger R. The Digital Transformation of Industry, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www2.caict.ac.cn/zsep/qzkgz/qzkgz\\_zdqsq/201508/P020150819465\\_645080804.pdf](http://www2.caict.ac.cn/zsep/qzkgz/qzkgz_zdqsq/201508/P020150819465_645080804.pdf) (дата обращения 02.09.2017)
4. Якушенко К.В. Цифровая трансформация информационного обеспечения управления экономикой государств - членов ЕАЭС / К.В. Якушенко, А.В. Шиманская // Новости науки и технологий. – 2017. - № 2(41). – С. 11-20.
5. Вишневская Е. В. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристической индустрии. / Е. В. Вишневская, Т. Б. Климова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2017. – Т3.- №1. - С.22-33.
6. Теодорович Н.Н. Роль информационных технологий в развитии турбизнеса / Н.Н. Теодорович, И.Б. Муравьев // Сервис в России и за рубежом. - 2011. - №1. - С.193-206.
7. Перчинская Н. П. Инновации в туризме Молдовы / Н.П. Перчинская, К.А. Грибинча // Инновации. – 2012. - №6 (164). - С.94-101.
8. Sustained growth in international tourism despite challenges [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despitechallenges>.

УДК 334.7

**Гречко М.В.**, к.э.н, доцент,  
Доцент Высшей школы бизнеса  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,  
г. Ростов-на-Дону

#### К ВОПРОСУ ОБ АДАПТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ<sup>6</sup>.

**Гречко М.В. К вопросу об адаптивном управлении туристической организацией.** Статья посвящена исследованию вопроса адаптивного управления туристической организацией, что является одной из центральных, значимых и актуальных задач в экономическом анализе. Основываясь на существующей научно методологической базе посвященной инновационному управлению секторами отечественной экономики в общем и хозяйствующими субъектами, в частности, сформулирована цель исследования, состоящая в разработке

<sup>6</sup> Данный текст представляет собой переработанный и дополненный материал опубликованной ранее работы Гречко М.В. Адаптивный механизм воспроизводства интеллектуального капитала в секторе услуг высшего образования экономики России / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2015. 48 с.

механизма адаптивного управления туристской организацией. Опираясь на теорию систем и методологию инструментального проектирования, аргументировано, что условиям когнитивной глобализации с доминированием знаний и интеллекта соответствует адаптивное управление туристской организацией, атрибутивной характеристикой которой выступает интеграция инновационных процессов в сфере туризма и реального сектора экономики, что определит их опережающее развитие и повысит эффективность управления. В заключении систематизированы основные выводы по проведенному исследованию.

**Grechko M.V. To a question of adaptive management of the tourist organization.** Article is devoted to a research of a question of adaptive management of the tourist organization that is one of the central, significant and relevant tasks in the economic analysis. Based on the existing scientifically methodological base of the domestic economy devoted to innovative management by sectors generally and economic entities, in particular, the research objective consisting in development of the mechanism of adaptive management of tourism organization is formulated. Being guided by the theory of systems and methodology of tool design, it is reasoned that to conditions of cognitive globalization with domination of knowledge and intelligence there corresponds adaptive management of tourism organization as which attributive characteristic integration of innovative processes in the sphere of tourism and the real sector of economy acts that will define their advancing development and will increase management efficiency. In the conclusion the main conclusions on the conducted research are systematized.

**Ключевые слова:** адаптация, туристическая организация, адаптивное управление.

**Контекст. Постановка проблемы.** Актуальность темы исследования обусловлена тем обстоятельством, что сфера услуг, все еще находясь в отечественной экономике на этапе адаптации к рыночным отношениям, в точке бифуркации. Существует явное противоречие между потребностью российской экономики ресурсах для ее интенсивного устойчивого экономического роста на основе создания собственной инновационной сферы услуг, и, отсутствием адаптивных механизмов ее формирования. Отсутствие адаптационного механизма управления сферой услуг и организациями в нее входящими, порождает отсутствие научного инструментария, с помощью которого можно было бы разрешить указанное противоречие.

Следует отметить, что в отечественных и зарубежных исследованиях, посвященных этой научной проблеме, недостаточно разработан и раскрыт ряд ее существенных аспектов, при том, что все исследователи признают, что организации сферы услуг на современном этапе развития экономики, становится одним из ключевых факторов постиндустриальных преобразований. При этом, решающий вклад вносит сектор туристических услуг, создавая творческий потенциал новых проявлений человеческого фактора, формируя ключевые компетенции, необходимые для освоения высоких технологий и создания гибких механизмов организации хозяйственных процессов.

Тем не менее, несмотря на достаточно большое внимание в российском обществе и научных кругах к проблемам модернизации туристического сектора и его адаптации к рыночным условиям, а также наличию дискуссионных споров о его принадлежности к сфере услуг или же к иной, социально-значимой сфере деятельности, уже понятно, что проблемы управления его развитием, вряд ли возможно решить без формирования адаптивного механизма.

Все это позволяет сформулировать цель настоящей работы, состоящей в том, чтобы основываясь на существующей научно методологической базе посвященной инновационному управлению секторами отечественной экономики в общем и хозяйствующими субъектами, в частности, разработать механизм адаптивного управления туристской организацией.

Главная идея работы заключается в том, что условиям когнитивной глобализации с доминированием знаний и интеллекта соответствует адаптивное управление туристской организацией, атрибутивной характеристикой которой выступает интеграция инновационных процессов в сфере туризма и реального сектора экономики, что определит их опережающее развитие и повысит эффективность управления. При этом основополагающим моментом выступает то обстоятельство, что адаптивное управление хозяйствующим субъектом рынка туристских услуг должно развиваться на базе эволюционного управления, при котором оно адаптируется к изменениям экономики региона, ситуации на рынках труда и туристских услуг, ориентируясь на возрастающую отдачу, обеспечивающие потребности региона и внутренние потребности.

Предложение научной идеи адаптивного механизма управления туристической организацией. Полученные в ряде работ научные результаты свидетельствуют о нарастании скорости и глубины постиндустриальных преобразований, то есть, об изменении ключевых параметров внешней среды туристической организации. Указанные обстоятельства подводят к постановке задачи стратегической адаптации туристической организации к вызовам внешней среды. Приведем пояснения и аргументы.

Адаптивные характеристики туристической организации, предоставляющей услуги, связаны с факторами внешней среды различными функциональными связями. Возможности адаптивного механизма реализуются посредством применения специальных стратегий управления, при разработке которых определяющую роль играют обратные связи и сбалансированные показатели (рис. 1).

Правомерна расширенная постановка исследуемой проблемы в плоскости менеджмента - адаптивный механизм позволит туристическим организациям эффективно функционировать на рынке туристических услуг и обеспечит действие механизма управления.

При реализации адаптивной стратегии развития туристическая организация высшего образования осуществляет селективный мониторинг агрегированных сегментов рынка, анализирует их отдельные параметры и формирует общую оценку рыночной ситуации. В дальнейшем путем анализа состояний внешней и внутренней

среды данная организация выбирает адаптивные решения, реализует их и оценивает ответные реакции среды. С учетом множества таких оценок накапливается опыт адаптивного развития, на основе регулярной обратной связи возрастает эффективность принятия управленческих решений.

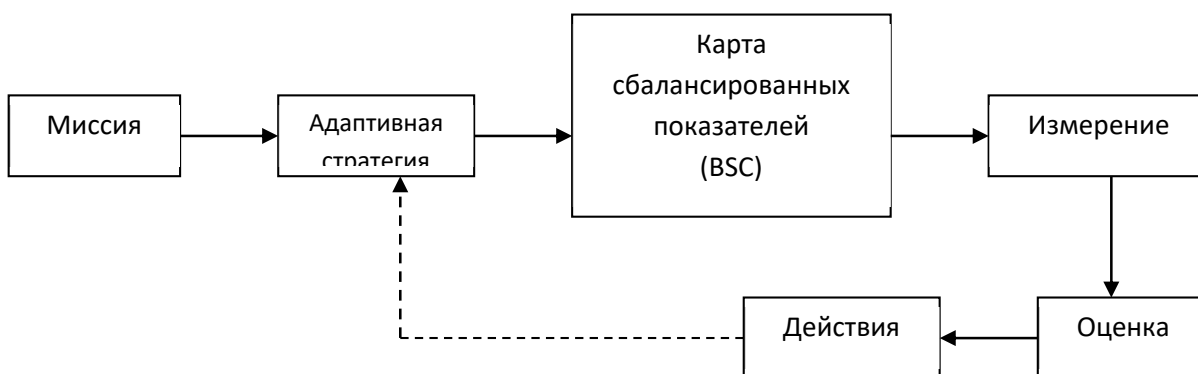


Рисунок 1 - Процесс разработки и реализации адаптивной стратегии управления туристической организацией.

Для адаптивного управления востребованы прецеденты, аккумулирующие опыт принятия решений. В работе предложено фреймовое описание прецедента и формирование базы прецедентов в рамках организации высшего образования. Указанная база развивается на основе фиксации и анализа множества принятых решений, в том числе, и решений, принятых партнерами или конкурентами, что создает возможность формирования самообучающейся организации.

Для накопления опыта и обучения системы управления туристической организацией использована модель ситуационного управления. Рыночные сигналы формируют вектор состояния внешней среды организации  $S_{вн}$ , при этом состояние ее внутренней среды описывается вектором  $s$ . Декартово произведение  $S = S_{вн} \cdot s$  для состояний внешней и внутренней среды создает множество ситуаций  $S$ , которые формируют матрицу. На множестве ситуаций определяются адекватные им решения  $R_{ij}$  в клетках матрицы, которые и формируют модель ситуационного управления туристической организацией (табл. 6).

Таблица 6 - Матрица ситуационного управления туристической организацией.

Состояния S	$S_{вн1}$	$S_{вн2}$	.....	$S_{внn}$
$s_1$	$R_{11}$	$R_{12}$	.....	$R_{1n}$
$s_2$				
.....				
$s_m$	$R_{m1}$		.....	$R_{mn}$

Например, для ситуации 1 существуют следующие состояния.  $S_{внk} = <существует большой спрос на направление «Турция»>$  &  $s_1 = <небольшой спрос на направление «Кипр»>$ . Решение  $R_{11}$ : <увеличить количество чартерных рейсов на направление «Турция»>.

Таким образом, на изученных ситуациях в виде матрицы можно формализовать основные решения. При формировании центров прибыли оперативно-тактический уровень управления правомерно рассматривать как уровень взаимодействующих между собой подсистем (центров прибыли).

Исходя из концептуального представления об адаптивном механизме управления туристической организацией, автором разработана методика оценки адаптационных характеристик организаций указанного сектора:

- выделение параметров адаптации туристических организаций;
- расчет частных индикаторов, отражающих отдельные аспекты адаптивности туристических организаций;
- сворачивание указанных частных индикаторов в интегральный показатель адаптивности туристических организаций.

В понятие адаптации как активного действия (функции управления) обычно вкладывают следующие смыслы:

- приспособление к фиксированной среде (пассивная адаптация);
- поиск среды, адекватной данной системе (активная адаптация).
- В процессе создания адаптивных систем возникают два вопроса:
- в чем заключается цель адаптации, каковы показатели эффективности функционирования системы при использовании адаптации;
- в чем состоит механизм реализации адаптивных свойств, какими способами достигается поставленная цель.

В первом случае пассивно адаптирующаяся система функционирует так, чтобы выполнять свои функции в данной среде наилучшим образом, т.е. максимизирует свой критерий эффективности функционирования в данной среде. Активная адаптация, наоборот, подразумевает либо изменение среды с целью максимизации критерия эффективности, либо активный поиск такой среды, в которой достижим желаемый комфорт. Очевидно, что в действительности оба вида адаптации встречаются одновременно и взаимодействуют друг с другом. Адаптация туристических организаций происходит за счет материальных, финансовых и человеческих ресурсов, изменений рынка, внедрения современных информационных технологий и государственного регулирования через нормативно-правовые документы.

**Полученные результаты.** В результате проведенного исследования, получены результаты, суть которых отражают следующие положения.

Во-первых, предложена научная концепция целесообразности адаптивного управления туристской организацией, основанная на анализе комплекса характеристик развития экономики (экспоненциальные закономерности развития, выраженные законами Миллера, Меткалфа, Мура, действием S-образного закона, законов самоорганизации процессов развития (Ципфа, Прайса)), определяющая необходимость адаптивных реакций на изменения глобальных факторов развития и позволяющая сформировать соответствующие параметры стратегической адаптации на перспективу,

Во-вторых, аргументировано, что структурно-функциональные характеристики рынка туристских услуг зависят от изменений факторов внешней среды, определяющих адекватный им механизм адаптации хозяйствующего субъекта. В связи с тем, что внешняя среда динамично и непрерывно изменяется, предложено в качестве практической оценки адаптационных характеристик туристской организации, использовать следующий алгоритм: 1. выделения параметров адаптации; 2. их свертке в интегральный показатель адаптивности.

В-третьих, в развитие научного задела теорий экономического развития (Б. Артур, Р. Барбрук) сформулирована авторская концепция возрастающей отдачи туристской организации, основанная на модели роста эффекта ее при непрерывном внедрении научных и организационных инноваций и интеграции исследований, позволяющая получить синергетический эффект и устойчивое развитие и обеспечить потребности реального сектора экономики.

В-четвертых, разработана система методов повышения адаптивных свойств организации сферы туризма, заключающаяся в формировании набора параметров адаптации системы управления, диагностики его адаптивных качеств и в разработке стратегии адаптации на основе применения когнитивного подхода, позволяющая повысить его гибкость и эффективность.

В-пятых, предложена и апробирована методика определения потребности в специалистах туристского профиля на основе статистической зависимости их количества от изменений объемов оказания услуг и темпов НТП, позволяющая использовать адаптивное планирование и управление подготовкой специалистов в образовательных учреждениях с целью преодоления дисфункционального развития региональных рынков труда и туристских услуг.

В-шестых, предложен инновационный цикл направленный на повышение эффективности управления организацией сферы туризма, который имеет следующий вид: процесс разработки новых идей → завоевание лидерских позиций в их отборе и усвоении → создание продвинутых туристских продуктов → привлечение большего количества клиентов → финансовый успех → рост дохода и прибыли → усиление генерации и воплощения идей и т.д.

В-седьмых, адаптивный механизм управления эффективностью организации сферы туризма, как хозяйствующего субъекта (рыночный подход) состоит из двух контуров управления: стратегического (определяет политику развития, сформированную исходя из миссии и ситуации внешней для среды) и оперативно-тактического (включающего мониторинг потребностей рынка труда, НИР и рынка туристских услуг, оценку сложившейся ситуации и выработку реакций приспособления к изменяющимся условиям функционирования).

В-восьмых, определено, что для повышения оптимума управления туристской организацией, рассматривается применение прецедентов, аккумулирующих опыт принятия решений. Предложено фреймовое описание прецедента и формирование базы прецедентов. База развивается на основе фиксации опыта решений.

#### **Список использованных источников.**

1. Гречко М.В. Адаптивный механизм воспроизводства интеллектуального капитала в секторе услуг высшего образования экономики России / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Адыгейский государственный университет. Майкоп, 2015. 48 с.



**Гусев В.И.**, к.филос.н., доцент  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского»  
г. Севастополь,  
**Крюков Н.А.**, обучающийся 1 курса бакалавриата  
направления подготовки «Туризм»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского»  
г. Севастополь

## СВЯТОЕ ПАЛОМНИЧЕСТВО И РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

**Гусев В.И., Крюков Н.А. Святое паломничество и религиозный туризм: общее и особенное.** В работе рассматриваются вопросы общих и особенных черт паломничества к священным местам представителей различных религиозных конфессий, а также варианты общецивилизационного туризма теологического направления.

**Gusev V.I, Kryukov N.A. Holy pilgrimage and religious tourism: general and special.** The paper considers issues of general and special features of pilgrimage to sacred places of representatives of various religious confessions, as well as variants of general civilization tourism of the theological direction.

**Ключевые слова:** туризм, паломничество, религиозные конфессии, духовность, миссионеры.  
**Keywords:** tourism, pilgriimage, religious denominations, spirituality, missionaries.

**Постановка проблемы.** Туризм чаще всего воспринимают с экономической точки зрения: бизнес, доход от него, рабочие места и т.д. Вместе с тем нельзя забывать, что туризм вообще – это ещё и форма межкультурного общения. Паломничество в этом контексте может рассматриваться как вариант интеллектуального взаимопонимания и духовного совершенствования людей различного мировосприятия. По большому счёту туристы и паломники ничем не отличаются друг от друга. Вообще слово «туризм» у многих ассоциируется с лесными, горными или водными походами, а слова «туризм» и «отдых» тождественны.

**Изложение основного материала.** Всемирная туристическая организация UNWTO, как наднациональный орган, туристами считает людей, покидающих свой дом с некоммерческими целями и проживающими вне дома более одного дня [1, с.22 ].

Паломничество (от лат. Palma – пальма), странствие верующих к «святым местам» (у христиан в Иерусалим, Рим, у мусульман в Мекку и др.) в надежде на «сверхъестественную помощь». Названо от обычая паломников привозить из Палестины пальмовую ветвь [2, с.957]. В этом же источнике на странице 1358 «туризм» трактуется как прогулка, поездка, путешествие в свободное время, один из видов активного отдыха. Всё же следует различать понятия паломничества и религиозного туризма. Если первое означает посещение святых мест для поклонения и совместной молитвы, то второе предполагает посещение подобных мест с познавательными целями. Паломники, как правило, посещают храмы только своей религии, а религиозные туристы, например, в Палестине храм Гроба Господнего, Стену плача и даже мечеть Аль – Акса, считая их всемирно известными достопримечательностями.

Между паломниками и религиозными туристами различия существуют объективно, но сходства – больше. Паломникам, как и туристам, нужны соответствующие билеты, места размещения и проживания, нужно сервисно-бытовое и экскурсионное обслуживание, медицинское страхование, торгово-сувенирное обеспечение и пр.

Даже беглый анализ исследований и публикаций в обозначенной теме свидетельствует об их поливариантности. Журнал «Вокруг света» в декабре 2016 года опубликовал энциклопедические данные под общим названием «Дороги к храму» о двадцати одном месте паломничества в различных уголках мира (Россия, Бразилия, Великобритания, Греция, Египет, Израиль, Индия, Ирландия, Италия, Коста-Рика, Литва, Мексика, Португалия, США, Турция, Украина, Филиппины, Франция, Чехия, Швейцария, Япония), где часто прослеживаются следы миссионерской деятельности. Анализ персоналий может выглядеть следующим образом. А. Папченко уделил внимание Испании, А. Стрелков – монастырям Тибета, С. Дмитриев рассмотрел общие проблемы русского паломничества, а И. Мигович – украинского. Эту тему развил В. Громак, проанализировавший посещения святых мест русского севера, а Т. Троянов – шаманские культы Хакассии. Кроме историко-географического аспекта паломничества и религиозного туризма следует отметить и проблемно-поисковый. Так, Г. Киселёв проанализировал религиозные смыслы жизни человека, С. Берестовская – религиозность старшеклассников, Л. Горелова – взаимоотношение Церкви и Вооружённых сил, как свидетельства интереса к различным аспектам теологии как на уровне паломничества, так и на уровне туризма. Глобальным проблемам религиозности посвятили свои исследования А. Константинов, М. Смирнов и др.

В рамках одной научной статьи не представляется возможным всесторонне проанализировать обозначенную проблему, поэтому целеполагание заключается в определённой иллюстрации ценностных ориентаций в некоторых конкретных проявлениях.

С момента возникновения церкви появились всевозможные варианты паломничества, как путешествия от монастыря к монастырю, от храма к храму. Общеизвестно, что Палестина стала местом поклонения не только иудеев, но и всех христиан и даже мусульман. Главные места паломничества для православных – это гора Афон в Греции и Константинополь как столица Византии. Католики посещают Рим и Лорето в Италии, Лурд во Франции, Сантьяго-де-Компостела в Испании. У мусульман считается почётным совершить хадж в Мекку и Медину в Саудовской Аравии. Для некоторых важно паломничество в Ирак – это Неджеф и Кербела. Буддисты часто отправляют в Тибет, а индусы в Илахабад и Варапаси. Следует отметить, что русское паломничество возникает в первой половине одиннадцатого столетия как результат крещения Руси и попыток приобщиться к Святыням игумена одного из черниговских монастырей Даниила в 1104-1107 г.г. За ним устойчиво закрепилось прозвище «Нестера русских паломников». О трудностях на пути паломничества говорит судьба Василия Григоровича-Барского, жившего в первой половине восемнадцатого столетия и посетившего Италию, Грецию, Палестину, Египет, Македонию, Румынию, Болгарию, Польшу, он скончался в г. Киеве в 1747 г. Его знание четырёх языков позволило изложить ценнейшую информацию в авторских путевых заметках [3, с. 48-52].

Святую землю позже посетили И. А. Бунин, а результатом этого паломничества стал сборник под названием «Тень птицы», вышедший в Париже в 1931 году. Ранее подобный маршрут преодолел так же А. Н. Муравьёв (1830 г.) и Н. В. Гоголь (1848 г.). Сегодня для иностранных туристов или паломников, собирающихся в Россию, услуги на английском языке предлагает Паломнический центр, информация о котором размещена на сайте Московского патриархата. На базе Паломнического центра создан культурный центр «Университетский» с современным киноконцертным залом на 500 мест. Для ищущих работу сайт сообщает о возможности пройти обучение на курсах православных экскурсоводов при участии Российского православного университета [1, с. 22-23].

Паломничество охватывает разные социальные слои населения. Примером этому может служить факт автопробега ветеранов Военно-морского флота Советского Союза по святым местам русского севера в 2015 году. Маршрут начинался от стен Киево-Печерской Лавры и захватил Брянск, Москву, Вологду, Соловки, Мурманск, Североморск, а завершился торжественным молебном в Никольском храме Санкт-Петербурга. Вот лишь некоторые путевые заметки от этого увлекательного религиозного туристического путешествия.

Вологда была и остаётся знаменита тем, что её часто именуют городом пятидесяти куполов, а первый деревянный храм возник здесь в тринадцатом веке.

Соловецкий монастырь. Первые монашеские поселения появились здесь в 1429 г. стараниями двух монахов – Германа и Савватия. На протяжении своей истории монастырь играл роль тюрьмы для раскольников и политических противников различных режимов, которые содержались здесь в специальных камерах. В 1920 году монастырь был закрыт, а воссоздан только в 1992 г. как Соловецкий историко-культурный комплекс, попавший в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Мурманск. Главный его храм – это церковь Спаса Нерукотворного Образа, а особая гордость – это икона «Спас на Водах». Уступом ниже можно увидеть рубку атомной подводной лодки «Курск» и почтить память 118 подводников субмарины, затонувшей 12 августа 2000 года.

Беломорканал. В Медвежьеугорском приходе Илии Пророка особо почитается память новомучеников, пострадавших за веру в годы гонений. Потери среди заключённых на строительстве Беломорканала только за 1931-1933 годы составили более 14 000 человек. Неподалёку располагается мемориальное лесное кладбище в урочище Сандормах, где покоятся жертвы политических репрессий 1937-1938 годов. По разным данным здесь было расстреляно от 7 до 9,5 тысяч человек [4, с. 98].

Абсолютно важно для части населения России, как и для Крыма, возможность осуществления паломничества мусульман в праздник курбан-байрам [2, с. 1433].

Российские мусульмане, как правило, пользуются услугами территориальных управлений Татарстана, Башкирии, Ингушетии, Чечни, Крыма и др.. Например, в Татарстане существует хадж оператор «ДУМ РТ ХАДЖ». Есть вся необходимая информация для паломников, собирающихся в Мекку или другим мусульманским святыням. Подобная поездка может обойтись в сумму около 1 600 долларов США.

Буквально фрагментарно необходимо сказать и о представителях третьей мировой религии – самой древней из них – о буддизме, в одном из его проявлений в Тибете.

Тибет или «Страна снегов» остаётся даже в 21 веке малоизученной территорией. Именно здесь расположен один из оплотов тибетского буддизма монастырь Гумбум. Он был основан в 1578 г. и по форме напоминает восьмилепестковый лотос, расположенный в ущелье. До знаменитой китайской «культурной революции» в Гумбуме насчитывалось до 3 000 монахов, а сейчас их около 1 500. Монастырь имеет 4 учебных факультета, главным из которых является общедоктринальный факультет. Большое значение имеет здесь изучение астрологии и медицины. Применяются астрологические знания и в медицине: по лунному календарю определяются благоприятные дни сбора лекарственного сырья и вычисляется день начала приёма лекарств. Полный учебный курс тибетской медицины охватывает около 20 лет [5, с. 62].

**Вывод.** Факты и материалы, приведённые в статье, свидетельствуют о том, что проблемы паломничества и религиозного туризма не только не угасают, а приобретает новое социально-духовное звучание. Условный «звон» колоколов различных храмов и церквей может и должен сделать нашу жизнь ярче, чище и благороднее.

#### Список использованных источников

1. Иванов, И.С. Вера пути [Текст] / И.С. Иванов // Совершенно секретно. Международный ежемесячник. - №10. – 2013. – с.22.
2. Советский энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред А. М Прохоров. – 3-е изд.- М.: Сов. Энциклопедия, 1984. – 1600с.
3. Дмитриев, С. И. Русское паломничество [Текст] / С.И. Дмитриев // Преподавание истории в школе. - 2010. - №6.- с.48 – 52
4. Громак, В. И. Святые места [Текст] / В. И. Громак // История в подробностях. - 2015.- №11.- с.90-98.
5. Стрелков, А.Н. Из современной жизни тибетских монастырей [Текст] / А. Н Стрелков // Азия и Африка сегодня. - 2007. -№11.- с. 59-64.

УДК 338.48

Добында М. К., преподаватель ГБОУПО  
«Севастопольский торгово-экономический техникум»,  
г. Севастополь

### ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЁЖНЫХ СПОРТИВНО-ПАТРИОТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

**Добында М.К.** Деятельность молодёжных спортивно-патриотических организаций, как фактор развития туризма в Крыму. В работе рассматриваются проблемы и перспективы участия молодёжных спортивно-патриотических организаций в развитии туризма в Республике Крым и городе федерального значения Севастополе. В частности, произведён анализ сложившейся в данной сфере ситуации. Изучена возможность и опыт сопряжения спортивно-патриотической и туристической сфер деятельности, необходимость такого сопряжения, перспективы сотрудничества туристических и спортивно-патриотических организаций. Выработаны предложения и рекомендации по практической организации такого сотрудничества.

**Dobinda M.K.** Activity of youth sports and patriotic organizations as a factor in the development of tourism in the Crimea.

The paper discusses the problems and prospects for the participation of youth sports and patriotic organizations in the development of tourism in the Republic of Crimea and the city of federal significance in Sevastopol. In particular, an analysis of the current situation in this area was made. The possibility of conjugation of the sports-patriotic and tourist spheres of the life activity of the society, the need for such interface, the prospects for cooperation between tourist and sports-patriotic organizations was studied. Proposals and recommendations on the practical organization of such cooperation have been worked out.

**Ключевые слова:** молодёжная политика, культурное наследие, патриотическое воспитание, государственное финансирование, популяризация, изучение опыта, эффективность использования, области применения.

Цели современного российского государства по патриотическому и духовно-нравственному воспитанию населения в современном Крыму, на мой взгляд, как никогда совпадают с намерением, выраженным в официальных документах, реализовать комплекс мероприятий по развитию нашего полуострова как туристической Мекки для всего населения нашей страны.

Добиться вышеуказанных целей возможно только при условии комплексного подхода как к развитию туризма, так и к реализации на практике мер по воспитанию молодого поколения в духе любви к родине, культурному наследию предков. Смежным, но не побочным направлением должно быть развитие спортивно-оздоровительных мероприятий.

При подготовке данной статьи мной был проанализирован ряд, по большей части, электронных ресурсов. Это обусловлено тематикой моего исследования, которая не предполагает наличие на сегодняшний день объёма печатных тематических работ. Тем более актуальной и необходимой является эта работа, целью которой является направление внимания к заявленной проблеме исследования.

В рамках реализации системного и комплексного подхода мною использованы следующие источники, помогающие раскрыть тему работы с разных точек зрения и в нескольких плоскостях исследования: материалы Официального портала правительства Республики Крым, сайта Федерального агентства по делам молодёжи, «Центра детско-юношеского туризма и краеведения», Министерства образования, науки и молодёжи Республики Крым, сайта Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации (Сборник материалов «круглого стола» на тему «Опыт субъектов Российской Федерации по военно-патриотическому воспитанию молодежи») – с целью выяснить настоящее положение дел в данной области и понять ситуацию с текущим и перспективным финансированием спортивно-патриотических проектов [1, 6, 7, 8, 9].

Изучен опыт спортивно-патриотического клуба «Архангел Михаил» (город Екатеринбург) и военно-патриотического клуба «Рубеж» (Белоруссия), деятельность Министерства просвещения Приднестровской республики в реализации молодежной политики [3, 4, 5].

Из текста Указа Главы Республики Крым «Об утверждении Концепции патриотического и духовно-нравственного воспитания населения в Республике Крым» взяты основные стратегические направления деятельности в данной сфере. Ценны для обзора и формулировки перспективной части оказались материалы дипломной работы «Развитие патриотического туризма в Крыму» [2, 10].

Республика Крым и город федерального значения Севастополь сегодня только начинают реализовывать свой огромный потенциал по развитию различных видов туристической деятельности. Инновацией в данной области, несомненно, является комбинирование туристической деятельности с такими направлениями молодежной политики, как развитие спортивно-патриотических и военно-патриотических клубов.

В Указе Главы Республики Крым «Об утверждении Концепции патриотического и духовно-нравственного воспитания населения в Республике Крым» отмечены основные направления комплексных мероприятий по реализации комплексных мероприятий в рамках патриотического воспитания. Среди них – историко-краеведческое, социально-патриотическое, спортивно-патриотическое, культурно-патриотическое и военно-патриотическое. Сочетанием этих направлений задана парадигма творческого союза патриотических организаций и туристических структур, который обеспечит наилучшие результаты как в сфере развития туризма, так и в реализации программ патриотического воспитания, в первую очередь школьников и молодежи. Концепцией среди много другого, предусмотрено, в частности: «проведение этнографических праздников, инсценированных и театрализованных представлений, развитие выставочной деятельности, развитие перспективных туристско-рекреационных зон, туристических краеведческих программ и проектов развитие таких форм военно-патриотического воспитания, как оборонно-спортивный оздоровительный лагерь, учебно-полевые сборы, военно-исторические, военно-технические и военно-спортивные клубы и объединения» [10, с. 11-14].

В регионе имеется базовая основа системы патриотического воспитания. Вместе с тем, остается актуальным вопрос приведения ее в полное соответствие с общероссийскими подходами в организации работы по патриотическому воспитанию граждан. При общем понимании важности патриотического воспитания нужно повышать уровень координации исполнительных органов власти, местного самоуправления муниципальных образований и общественных объединений, и некоммерческих организаций в организации работы по патриотическому воспитанию [10, с. 2].

Наши государственные структуры активно развивают и поощряют данное направление молодежной политики, привлекая к нему самые разные, в том числе общественные организации. Так, например Управлением молодежи, спорта и туризма в рамках действующей муниципальной программы «Развитие патриотического воспитания молодежи» на 2016-2018 годы проводятся общегородские военно-патриотические мероприятия: «Городской патриотический слет молодежи и студентов и военно-спортивная игра «Патриот», военно-спортивная игра «Зарница», городские турниры по пейнтболу для студенческой молодежи, молодежный форум «Крымская весна – время перемен». Проект «Путь Победы» успешно реализуется на территории нескольких населённых пунктов [1].

На стыке туристической и военно-патриотической сфер деятельности проводятся исторические реконструкции: «Штурм Сапун-горы», «Штурм высоты Горной» и другие. Организуются пешие походы «Дорогами героев» и «Партизанскими тропами».

«Городской подростково-молодежный центр» развивает туристические кружки, и при взаимодействии с клубом «Наследники Победы», для детей организовываются туристические походы, в том числе и военно-патриотической направленности.

Управлением спорта и туризма разработан и зарегистрирован туристический маршрут «Крымская весна». Пешеходный маршрут рассчитан на три часа и проходит по ключевым местам, связанным с вхождением Крыма в состав России [8, 9].

Важным для развития туризма и патриотического воспитания молодежи в Крыму является то, что федеральный центр понимает несомненную важность такого развития именно в нашем регионе. На круглом столе, организованном Советом Федерации России было отмечено, что, в связи с образованием в составе России двух новых субъектов, возникли новые задачи в рамках культурно-просветительской и военно-патриотической деятельности. Во многом они обусловлены неудовлетворительным состоянием многих крымских памятников, в том числе отсутствием на них необходимого пакета документов. Так, Керченский заповедник функционирует во многом благодаря энтузиастам, но из-за недостатка государственного или альтернативного финансирования экспонаты, имеющие безусловную историческую и культурную ценность, приходят в негодность. Принято решение о создании военно-мемориального горного детского патриотического лагеря при поддержке военно-исторических обществ г. Керчи, которые займутся воспитательной, военно-патриотической деятельностью, оказанием помощи и поддержки ветеранам.

Другие заметные и перспективные предложения субъектов Российской Федерации – создание федерального интернет-ресурса о военно-патриотических молодежных организациях; размещение на нем информации о локальных проектах по патриотической тематике, направленных на мотивирование молодежи и школьников быть полезными своему региону, району, стране; подготовка проектов законов по внесению изменений в законодательство в сфере интеграции культур России, Крыма и Севастополя [6, с. 148-156].

На высочайшем уровне, обусловленном сугубым вниманием государства к развитию туризма, сохранению и развитию памятников истории и культуры в сочетании с грамотной молодёжной политикой, в Республике Беларусь и Приднестровской республике организована деятельность спортивно-патриотических клубов. На общественных началах дети, подростки и молодёжь, в рамках уставной деятельности этих организаций, реализуют волонтерские проекты не только по поддержанию в достойном состоянии памятников истории и культуры, использующихся как туристические объекты, но и по развитию и позитивной пропаганде туристических объектов и маршрутов. Они также сами разрабатывают и курируют такие маршруты, приглашая из-за рубежа молодёжные и детские организации, организуют слёты и фестивали патриотической направленности. Под руководством специалистов-реставраторов и профессиональных археологов волонтеры участвуют даже в восстановлении и реставрации памятников, археологии, истории и культуры, с целью дальнейшего их использования как пунктов туристических маршрутов и отдельных туристических объектов. Достоинно внимания, прежде всего, участие волонтеров спортивно-патриотических клубов в восстановлении памятников приграничной обороны периода Великой Отечественной войны в Белоруссии и содействие в развитии такого уникального туристического объекта - памятника истории и культуры - Бендерская крепость (г. Бендеры, Приднестровская молдавская республика) [4, 5].

В Екатеринбурге спортивно-патриотическим клубом «Архангел Михаил» при содействии как государственных, так и общественных организации создана уникальная в Российской Федерации база – культурный, военно-патриотический, туристический, спортивный центр с музеем, спортивно-тренировочным комплексом и другими объектами инфраструктуры. Принципы работы и материально-технические аспекты деятельности центра можно использовать как образец для создания сети таких клубов в России, и на территории Крыма особенно, где объективно присутствуют сугубо благоприятные для этого условия [3].

Проблемы финансирования как туристической сферы, так и спортивно-патриотических (военно-патриотических) организации должны решаться и решаются в первую очередь государством, и только во вторую частным инвестором. Потому что дивиденды от таких инвестиций государству и обществу просто необходимы для того чтобы полноценно функционировать и развиваться. Причём основной проблемой всё-таки является на сегодня не само финансирование, а предметность и качественность его использования в контексте необходимости получения результата как быстрого, так и эффективного одновременно. В 2016 году в рамках Всероссийских и окружных молодежных форумов на публичные защиты были представлены 2 253 проекта, 703 из них получили гранты на реализацию. Гранты предоставляются за счёт субсидий из федерального бюджета некоммерческим общественным организациям на реализацию проектов культурно-исторической и спортивно-патриотической направленности. В 2017 году сумма выделенных грантов выросла на 10 %, количество одобренных проектов на 5 % [7].

Русская и советская военная история является одним из важнейших источников культурных, исторических и туристических ресурсов в современной Российской Федерации. Она предоставляет нам не только соответствующие туристические объекты для показа, но и влияет на мотивационную активность туристов в выборе места отдыха. Важными функциями военной истории являются содействие воспитанию гражданственности и патриотизма у россиян, международной и межкультурной коммуникации [2].

Военно-историческое прошлое Крыма и Севастополя способно оказать позитивное влияние на их туристское настоящее. Патриотические туры помогут лучше разбираться не только молодёжи и школьникам, но и другим группам населения в истории и культуре страны - многие граждане отслеживают патриотические события России и последним из них является присоединение Крыма к России в 2014 году что делает экскурсии в данном регионе ещё более актуальными и привлекательными.

#### **Список использованных источников:**

1. Официальный портал правительства Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://simf.rk.gov.ru>.
2. Информационный портал ДипКур. Дипломная работа «Развитие патриотического туризма в Крыму» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://xn--d1aigtgr.xn--p1ai/?p=7639>
3. Сайт спортивно-патриотического клуба «Архангел Михаил». Город Екатеринбург / [Электронный ресурс]. – URL: <http://archangelmichaelclub.ru/ru>.
4. Сайт Отдела образования, спорта и туризма. Белоруссия, г. Крупки. Военно-патриотический клуб «Рубеж» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://krupki.edu.minskregion.by/index.php?op=ViewArticle&articleId=17555&blogId=34>.
5. Официальный сайт Министерства просвещения Приднестровской республики. / [Электронный ресурс]. – URL: [http://minpros.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3734&Itemid=1](http://minpros.info/index.php?option=com_content&task=view&id=3734&Itemid=1).
6. Официальный сайт Совета Федерации ФС РФ. Сборник материалов «круглого стола» на тему «Опыт субъектов Российской Федерации по военно-патриотическому воспитанию молодежи» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://council.gov.ru/media/files/APbuAgAbqlySRfFABb92EIAWED4RHPz.pdf>.
7. Сайт Федерального агентства по делам молодёжи. Материалы. <https://fadm.gov.ru/activity/grant/details>.
8. Сайт «Центра детско-юношеского туризма и краеведения» Министерства образования, науки и молодежи Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://crimuntur.ru/23-09-2017-turiadaposvyashhennaya-vsemirnomu-dnyu-turizma>.

9. Официальный сайт Министерства образования, науки и молодёжи Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://monm.rk.gov.ru/rus/info.php?id=644193>.

10. Указ Главы Республики Крым «Об утверждении Концепции патриотического и духовно-нравственного воспитания населения в Республике Крым» / [Электронный ресурс]. – URL: [http://krbm.ru/wp-content/uploads/2016/02/Ukaz\\_ob\\_utverzhdenii\\_Kontseptsi\\_patrioticheskogo\\_i\\_dukhovno-nravstvennogo\\_vospitania\\_v\\_Respublike\\_Krym.pdf](http://krbm.ru/wp-content/uploads/2016/02/Ukaz_ob_utverzhdenii_Kontseptsi_patrioticheskogo_i_dukhovno-nravstvennogo_vospitania_v_Respublike_Krym.pdf).

УДК 336.14

Егоркина Т.А., к.э.н., доцент кафедры финансов  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТЬЮ БЮДЖЕТА И ГОСУДАРСТВЕННЫМ ДОЛГОМ

**Егоркина Т.А. Совершенствование управления сбалансированностью бюджета и государственным долгом.** Рассмотрены сущность, причины и последствия бюджетного дефицита и государственного долга, обобщён опыт управления государственным долгом и снижения дефицита бюджета, предложены мероприятия направленные на сбалансированность бюджета и сокращение государственного долга.

**Yegorkina T.A. Improving the management of balanced budget and public debt.** We consider the nature, causes and consequences of budget deficit and public debt, summarizes the experience of public debt management and reduce the budget deficit, measures aimed at a balanced budget and reducing the national debt.

**Ключевые слова:** сбалансированность бюджета, дефицит, профицит, государственный долг.

В современном мире практически нет государства, которое в те или иные периоды своей истории не сталкивалось бы с дисбалансом государственного бюджета и не имело бы государственных займов. Постепенно, во многих странах, роль важного источника денежных средств государства стали занимать государственные заимствования, объем которых в условиях экономического спада год от года становился все более ощутимым. Результатом этого стал практически неограниченный рост государственного долга и расходов бюджета по его обслуживанию. Таким образом, изучение вопросов преодоления дефицита бюджета и оптимизации государственного долга являются актуальными для многих стран мира.

Значительный вклад в становление теории управления сбалансированностью бюджета и государственным долгом внесли такие ученые как: А. Вагнер, К. Эрроу, М.Е. Косов, В.Ф. Шаров, Р.Г. Ахмадеев, Ж.С. Кузнецова и др. Актуальность и дискуссионность многих теоретико-методологических положений, а также их высокая практическая значимость определили выбор темы исследования.

Целью статьи является изучение экономической сущности, причин и последствий бюджетного дефицита и государственного долга, разработка рекомендаций по сокращению бюджетного дефицита и оптимизации государственного долга.

Бюджетный дефицит представляет собой состояние государственного бюджета, при котором государственные расходы превышают бюджетные поступления.

Причины дефицита бюджета и значительного роста бюджетных расходов одним из первых исследовал ученый экономист А. Вагнер [1], который видел их как в экономическом, так и в социальном прогрессе общества. Его исследования подтверждались работами и других ученых того времени. Большой вклад в исследовании причин бюджетного дефицита внес американский ученый-экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике К.Эрроу [1]. Подходы ученых-экономистов относительно причин возникновения бюджетного дефицита приведены на рисунке 1.

Обобщение взглядов ученых-экономистов позволило выделить следующие причины возникновения и роста дефицита бюджета:

- рост государственных расходов связанный со структурным переустройством экономики;
- сокращение доходов государственного бюджета в момент кризиса экономики;
- чрезвычайные обстоятельства (войны, массовые беспорядки, крупные аварии и катастрофы, стихийные бедствия);
- неэффективная финансовая система государства;
- политический популизм, выражающийся в росте социальных программ, которые не обеспечены финансовыми возможностями;
- высокая степень коррупции в государстве;
- неэффективность налоговой политики, которая вызывает лишь увеличение теневого сектора экономики.

Отметим, что одним из наиболее часто используемых источником покрытия дефицита бюджета является государственный займ, что приводит к появлению государственного долга, как внутреннего, так и внешнего. Взаимосвязь между дефицитом и государственным долгом представлена на рисунке 2.



Рисунок 1 - Причины бюджетного дефицита по мнению ученых-экономистов

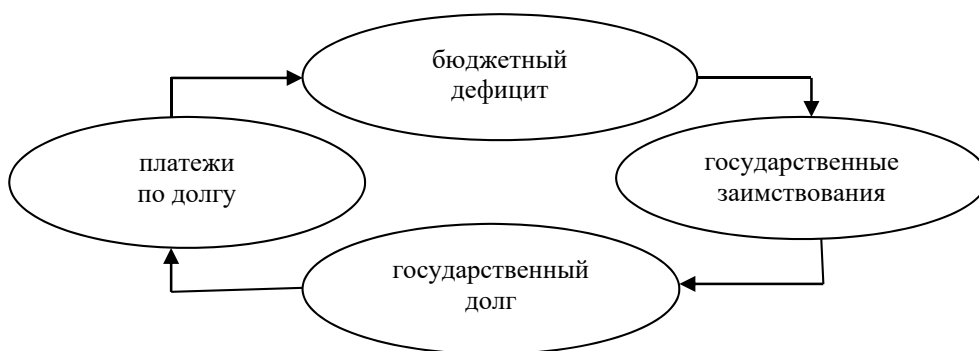


Рисунок 2- Взаимосвязь государственных заимствований с бюджетным дефицитом.

Государственный заём является важным источником покрытия бюджетного дефицита, и, установить насколько опасен тот или иной размер дефицита бюджета, невозможно без тщательного анализа величины государственного долга [2].

Дефицит бюджета и государственный долг оказывают значительное влияние на экономику, так как рост дефицита и долга влекут за собой негативные последствия. Последствия влияния дефицита бюджета на экономику обобщены на рисунке 3.

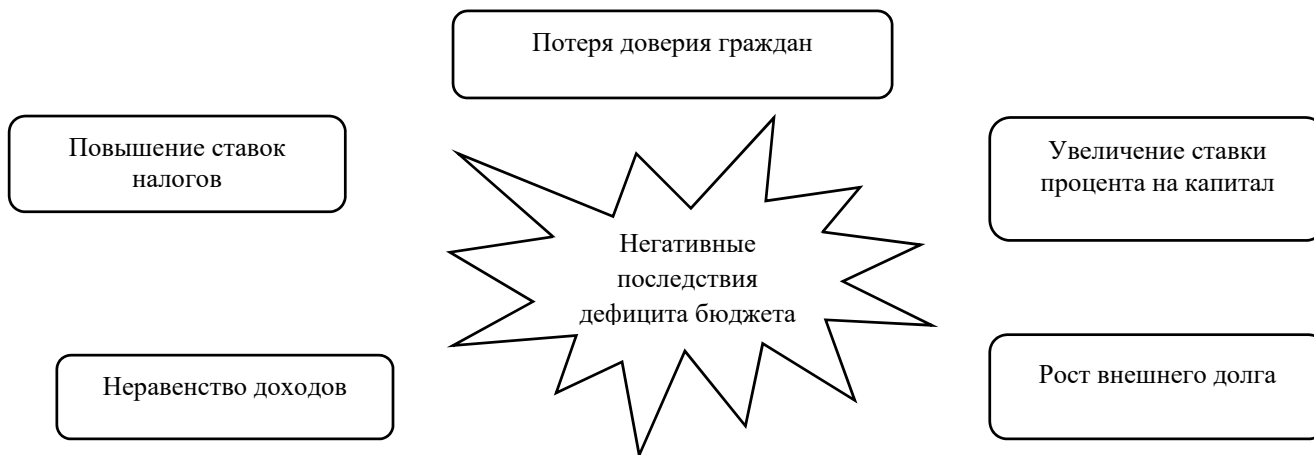


Рисунок 3 - Негативные последствия дефицита бюджета на экономику страны

Негативные последствия роста государственного долга выражаются в банкротстве нации и опасности переложения налоговой нагрузки на будущие поколения. Так, стремясь выполнить свои обязательства по обслуживанию государственного долга, правительство прибегает к увеличению налоговых поступлений (путем ввода новых налогов, повышение ставок действующих налогов и отмены существующих налоговых льгот), а также к выпуску новых займов.

В соответствии с Маастрихтскими соглашениями, предельное значение бюджетного дефицита для членов ЕС определено в размере 3% к ВВП [3]. В табл. 1 приведен анализ дефицита (профицита) бюджетов таких государств как Российская Федерация, Украина и Республика Беларусь.

Таблица 1 - Сводная таблица основных показателей выполнения федерального (государственного, республиканского) и консолидированного (сводного) бюджета России, Украины и Белоруссии за 2010-2016 гг., %\*

Страна	Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Абс. отклонение 2016 к:	
									2010	2015
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Российская Федерация	Дефицит (профицит) к ВВП (федеральный бюджет)	-1,79	-0,61	-0,33	-0,28	0,07	-0,24	-0,32	1,47	-0,08
	Дефицит (профицит) к ВВП (консолидированный бюджет)	-0,96	0,29	0,55	-0,13	-0,11	-0,32	-0,35	0,61	-0,03
Республика Беларусь	Дефицит (профицит) к ВВП (республиканский бюджет)	-0,37	0,17	-0,05	-0,16	0,35	0,76	0,41	0,78	-0,35
	Дефицит (профицит) к ВВП (консолидированный бюджет)	-0,39	0,47	0,19	0,10	0,52	0,81	0,51	0,9	-0,3
Украина	Дефицит (профицит) к ВВП (государственный бюджет)	-5,82	-1,43	-3,52	-4,41	-4,6	-2,1	-2,87	2,95	-0,77
	Дефицит (профицит) к ВВП (сводный бюджет)	н/д	-6,16	-8,85	-9,71	-8,61	-3,20	-5,60	-	-2,4

\* Составлено по данным Министерства финансов Российской Федерации, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства финансов Украины

Так, в РФ на протяжении пяти лет имел место дефицит консолидированного бюджета, и два года – 2011 и 2012 – профицит (Федеральный бюджет шесть лет был с дефицитом, а в 2014 году – с профицитом). Размер дефицита бюджета находится в допустимых пределах, наибольшая его величина отмечена в 2010 году – 0,96 % ВВП.

В Республике Беларусь на протяжении последних 6 лет наблюдается профицит консолидированного бюджета, и на протяжении последних 3 лет - профицит республиканского бюджета. Наличие профицита бюджета свидетельствует о готовности и способности государства рассчитываться по своим обязательствам после покрытия всех предусмотренных бюджетных расходов в течение соответствующего бюджетного периода.

В Украине весь исследуемый наблюдается дефицит как сводного, так и государственного бюджетов. Максимальный его размер был в 2013 году – 9,71% к ВВП, минимальный в 2015 году – 3,20 % к ВВП. При этом размер дефицита превышает рекомендуемые значения.

Как говорилось выше, государственный долг выступает важным макроэкономическим показателем, оказывающим значительное воздействие на состояние национальной экономики. Научиться разумно и эффективно управлять государственным долгом — одна из главных задач любого государства. Проведение такой политики должно быть направлено на своевременное и в полном объеме погашение обязательств государства по долгу без существенных нагрузок на имеющиеся ресурсы. Согласно Маастрихтским соглашениям для стран ЕС был установлен предельный размер государственного долга к ВВП, который равен 60 % [3]. Показатели,



характеризующие степень долговой нагрузки Российской Федерации, Украины и Республики Беларусь, представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Сводная таблица показателей характеризующих, степень долговой нагрузки стран\*\*

Страна	Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Абсол. отклонение 2016 к	
									2010	2015
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Российская Федерация	Сумма долга к ВВП, %	9,6	10,4	3,6	11,2	13,1	15,3	12,9	3,3	-2,4
	Сумма долга на одного жителя, \$	958,0	1248,3	1475,1	1643,1	1683,3	1159,7	1160,4	202,4	0,7
Республика Беларусь	Сумма долга к ВВП, %	-	-	55,1	55,1	66,8	89,7	93,9	-	4,2
	Сумма долга на одного жителя, \$	-	-	3794,2	3965,9	4605,8	4423,3	4194,8	-	-228,5
Украина	Сумма долга к ВВП, %	85,4	84,2	86,1	91,8	126,8	174,3	158,9	158,9	-15,4
	Сумма долга на одного жителя, \$	3038,2	3242,7	3532,2	3582,6	3910,1	3664,5	3292,5	254,3	-372

\*\* Составлено по данным Министерства финансов Российской Федерации, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства финансов Украины

По данным таблицы видно, что Украина и Республика Беларусь имеют государственный долг, который в сумме значительно превышает рекомендуемые значения.

Анализ государственного долга, приходящегося на одного жителя каждой из рассматриваемых стран показал, что наименьшая сумма долга приходится на одного жителя России и составляет 1160 дол. США. На каждого украинца приходится 3290 дол. США. Республика Беларусь является рекордсменом в данном показателе, и для выплаты государственного долга, каждый белорус должен положить в казну 4190 дол. США.

В работе был обобщен зарубежный положительный опыт преодоления бюджетного дефицита. Для сбалансированности бюджета рекомендовано применять мероприятия, представленные на рисунке 4.

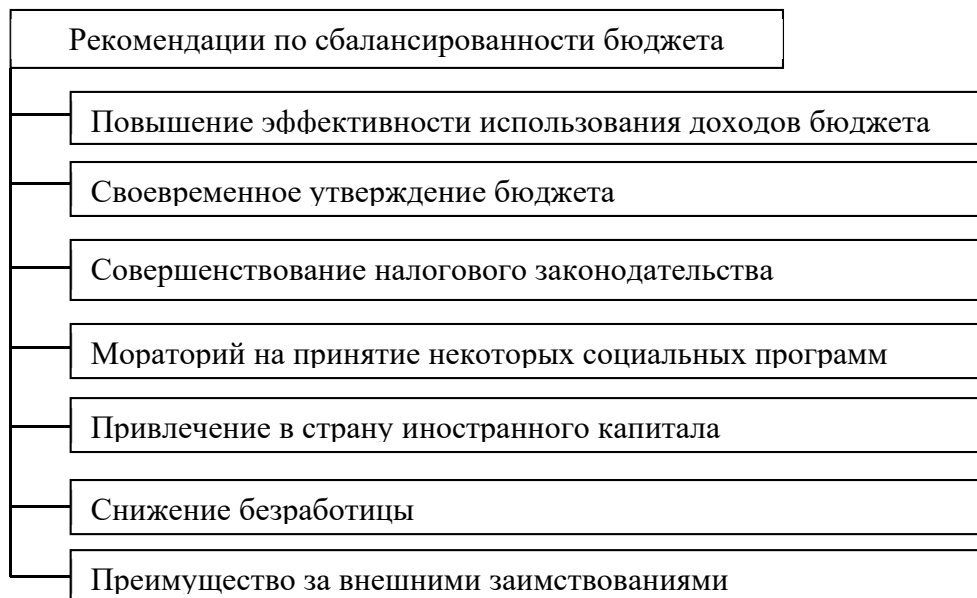


Рисунок 4 - Рекомендации по сбалансированности бюджета

С целью повышения эффективности государственной политики в области управления государственным долгом рекомендуются следующие мероприятия:

- повышение эффективности общественного воспроизводства как основного источника повышения доходов бюджета государства;
- совершенствование налогового законодательства;

- оптимизация объема и жесткий контроль за расходованием средств бюджета;
- постатейный анализ и оптимизация военных расходов и расходов на управление;
- пересмотр социальных программ и их оптимизация, принятие только обоснованных новых социальных программ;
- расширение платных услуг, предоставляемых бюджетными учреждениями (организациями), без ущерба доходов малозащищенных слоев населения;
- повышение эффективности трансфертной политики;
- приоритетность программно-целевого метода при планировании бюджета;
- обеспечение условий дополнительного привлечения иностранных инвестиций.

Таким образом, для достижения реального эффекта в области сбалансированности бюджета и снижения государственного долга, вышеуказанные мероприятия должны рассматриваться в их единстве и применяться комплексно. Последовательная реализация предложенных мероприятий, направленных на увеличение доходов и сокращение расходов, регулирование бюджетного дефицита, эффективное управление государственным долгом будет способствовать стабилизации финансового положения государства, улучшению макроэкономических показателей его развития.

#### **Список использованных источников:**

1. Государственный долг [Текст]: теоретические и методологические аспекты / М. Е. Косов, В. Ф. Шаров, Р. Г. Ахмадеев; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». – М.: ЮНИТИ, 2017 –76 –84 с.
2. Кузнецова, Ж. С.: Финансово-правовой принцип сбалансированного бюджета [Текст]: монография / Ж.С. Кузнецова; Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ)» Ростов-на-Дону Азов: АзовПечать, 2013 – 147 с.
3. Договор о Европейском союзе (Маастрихт, 7 февраля 1992 г.) (в редакции Лиссабонского договора 2007 г.) / [Электронный ресурс]. – URL: <https://docviewer.yandex.ua>.
4. Министерства финансов Республики Беларусь. Официальный сайт / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.minfin.gov.by>.
5. Министерства финансов Российской Федерации. Официальный сайт / [Электронный ресурс]. – URL: [www.mf.gov.ru](http://www.mf.gov.ru)
6. Министерства финансов Украины. Официальный сайт / [Электронный ресурс]. – URL: <https://minfin.gov.ua>

УДК 379.65

**Елисеева О.В.**, к.э.н., доцент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донской государственной технической университет» в г. Шахты Ростовской области,  
г. Шахты

#### **МЕХАНИЗМ ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНОГО СВОЕОБРАЗИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПОЛЕЙ**

**Елисеева О. В. Механизм оценки регионального своеобозраия коммуникационных полей.** В работе рассматриваются особенности формирования коммуникационных полей в российских регионах. Описаны факторы, на которых должны основываться программы позиционирования регионов. Представлен механизм оценки регионального своеобозраия коммуникационного поля туризма.

**Eliseeva O.V. Mechanism of assessment of a regional originality of communication fields.** In work features of formation of communication fields in Russian regions are considered. Factors on which programs of positioning of regions have to be based are described. The mechanism of assessment of a regional originality of the communication field of tourism is presented.

**Ключевые слова:** коммуникационные поля, туристская отрасль, регионы, позиционирование.

На современном этапе развития туристских регионов России коммуникация, и в частности, процесс передачи информации, приобретает конструирующий характер, определяющий направление туристской деятельности и формирование эффективного коммуникационного поля.

Взаимосвязи в коммуникационном поле возникают в виде многообразных информационных потоков и обеспечиваются коммуникационной инфраструктурой, позволяющей субъектам коммуникации взаимодействовать между собой.

Так, общность коммуникационного поля туристской деятельности обеспечивается не только наличием взаимодействующих компаний и лиц, но и коммуникационной инфраструктурой (рекламная деятельность, PR-службы) и их трансляции широкой публике (СМИ).

Определенная стабильность и закрытость коммуникационного поля позволяет говорить о нем как об открытой самоорганизующейся системе. Стабильность коммуникационному полю придает опора на привычку выбора определенных каналов и источников информации, имеющая основу в культурной и социально-экономической реальности.

Коммуникационное поле действует как многоканальная сетевая структура, где взаимодействие субъектов коммуникационного процесса может быть как непосредственным (межличностным), так и опосредованным множеством каналов (разнообразные средства массовой информации).

В обществе, находящемся на этапе динамичного развития, коммуникационные поля объединены неким устойчивым комплексом значений, представлений о нем самом, разделяемым индивидами априори, своего рода ценностно-нормативными основаниями повседневной жизни.

Поэтому региональные различия коммуникационных полей представляют собой диапазон коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают различное влияние на культурное, социально-экономическое и политическое пространство региона, определяют их коммуникативную деятельность, которая обусловлена региональными стандартами, культурными особенностями, коммуникативными сферами, нормами общения и другими компонентами, принятыми в данном региональном подразделении.

Комплексность коммуникационных полей определяется уровнем институциональной сформированности, направленностью общественных потребностей и многими другими факторами, отражающими региональные интересы, структуру, особенности и формы коммуникационных процессов в регионе.

В условиях высокой конкуренции на рынке туристских услуг многие регионы стремятся сформировать привлекательный имидж, обеспечивающий территориальное развитие и привлечение большого потока туристов. В данном направлении важнейшим элементом формирования позитивного имиджа региона является его позиционирование в информационно-коммуникационной сфере или, другими словами, развитие коммуникационных полей.

«Позиционированием называется процесс поиска такой рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать его от положения конкурентов. Позиционирование является основой для создания у потребителя мотивации воспользоваться предлагаемой услугой» [1].

В условиях позиционирования региона значительную роль играют интересы и потребности целевой группы, для которой разрабатывается уникальное предложение, включающее в себя ряд конкурентных преимуществ и особенностей. Безусловно, без четкого определения направленности деятельности туристских организаций, без выявления социально-экономических потребностей общества, очень сложно подготавливать и проводить маркетинговые и коммуникационные кампании.

Как отмечает Исаев В. А. в работе «Менеджмент туризма», «туристский регион – это и цель путешествия, и туристский продукт, и конкурентоспособный субъект, который должен управляться как стратегическая коммерческая единица» [2, с. 44].

Туристский регион необходимо рассматривать, учитывая требования туристов и отдыхающих, при этом выделяются четыре основных параметра, исходя из которых складывается туристская привлекательность региона с точки зрения туристов: проживание, место, ландшафт, аттрактивность и экскурсионное обслуживание.

В этом случае туристская привлекательность региона должна измеряться по тем признакам, по которым регион сможет приспособить свои услуги под потребности туристов, удовлетворить требования путешественников.

Стратегической целью всего региона как конкурентоспособной единицы является обеспечение конкурентоспособности на длительный период времени. Взаимодействие всех отраслей (гостиниц, предприятий питания, транспорта, торговли), их рынков и населения оказывает влияние на конкурентоспособность региона. Рынки предъявляют высокие требования к туристским продуктам и услугам, и тем самым стимулируют работу отраслей, и наоборот – конкурентоспособные отрасли заинтересованы в сохранении и увеличении количества потребителей.

Отрасли, получающие от туризма хорошую прибыль, формируют положительный имидж, как у местного населения, так и в других регионах. Население, позитивно относящееся к туризму в своей местности, — гарантия гостеприимства, что облегчает реализацию инновационных туристских проектов. Отношение населения к позитивным и негативным внешним эффектам также оказывает влияние на состояние конкурентоспособности региона.

Туристский регион как конкурентная единица включает в себя:

- общественно-экономическую систему,
- туристскую политику,
- политику окружающего мира,
- интересы экономики,
- интересы государства,
- интересы населения,
- ресурсы,
- экологическую систему [2, с. 44].

Так, все составные элементы туристского региона складываются в единую систему, в которой важная роль отводится социально-экономическим, политическим, культурно-историческим и многим другим факторам.

Поэтому программы позиционирования регионов всегда должны основываться на проработке следующих факторов:

1. социально-экономическая атмосфера в регионе,
2. уникальность, своеобразие и особенности региона,
3. потребности и интересы целевых групп,
4. туристский потенциал региона и т.д.

При условии изученности и проработанности данных факторов, можно говорить о сформированности коммуникационных полей на данной территории.

В связи с этим, можно выделить следующий механизм оценки регионального своеобразия коммуникационного поля туризма:

1. оценка культурного и социально-экономического уровня региона,
2. оценка преимуществ региона в удовлетворения потребительского спроса,
3. оценка туристского потенциала, ресурсов и объектов культурно-исторического наследия в регионе,
4. оценка сформированности туристской инфраструктуры,
5. оценка условий разработки и проведения уникальных маркетинговых и коммуникационных кампаний, формирующих коммуникационные поля региона,
6. оценка сформированности уникального имиджа региона, выделяющегося среди других территориальных образов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Механизм оценки регионального своеобразия коммуникационного поля туризма [составлен автором на основе факторов, формирующих коммуникационные поля].

Исходя из этого, можно обобщить необходимость создания ряда благоприятных условий для формирования позитивного регионального образа.

Необходимо отметить тот факт, что для каждого региона процесс организации и развития коммуникационных полей будет различным и своеобразным в силу географической, социально-экономической и культурной уникальности каждой отдельно взятой территории.

**Вывод:** выделен механизм оценки регионального своеобразия коммуникационных полей, взяв за основу широкий диапазон факторов и условий развития и позиционирования региона на рынке туристских услуг.

**Список использованных источников:**

1. Кошлякова, М. О. Позиционирование в коммуникативном пространстве регионального туризма [Текст] / М. О. Кошлякова. – Изд.: Сервис +, 2010. – 52 с.

УДК 379.851

**Журко Е.М.**, обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭНОТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ

**Журко Е.М. Проблемы и перспективы развития энотуризма в Севастополе.** Был проведен анализ нормативно-правовых актов и законов в области виноградарства, виноделия и сбыта алкогольной продукции, а также опыт зарубежных стран в данной отрасли. Публикации на тему туризма экономистов Р. Джозефа, М. Симонова, нормативно-правовые акты, материалы научных конференций.

**Zhurko E.M. Problems and perspectives of enotourism development in Sevastopol.** In the article conducted analysis of normative legal acts and laws in the field of viticulture, winemaking and alcoholic beverages sales, as well as the experience of foreign countries in this industry. Publications on the theme of tourism R economists. Joseph M. Simon's, legal acts, materials of scientific conferences.

**Ключевые слова:** туристская отрасль, тенденция, энотуризм, виноделие, реклама, проблемы, перспективы развития

**Цель работы исследовать** – проблемы недостаточного развития винного туризма в Крыму.

Из года в год все большей популярностью пользуется энотуризм (винный туризм). В 2015 году в России было насчитано более 500 тыс. туристов, посетивших эногастрономические туры [4]. Только в России сегодня насчитывается более 70 винодельческих хозяйств, из них в десятку лучших и наиболее посещаемых входят 4 Крымских фирмы: ФГУП «Производственно-аграрное объединение «Массандра» Управления делами Президента РФ» (2 место), ООО «Инкерманский завод марочных вин» (6 место), Дом шампанских вин «Новый Свет» (9 место) и Агрофирма «Золотая Балка» (10 место) [5].

Крым, начиная с конца 70-х годов XIX в., прославился как один из главных центров энотуризма. Так и сегодня невозможно представить туризм в Крыму без посещения винных заводов [2]. Сегодня все больше туристских агентств предлагают своим гостям туры по винодельческим хозяйствам для ознакомления с культурой и винными традициями. Актуальность темы состоит в том, что на сегодняшний момент Крым обладает уникальным ресурсом, который не используется до конца. Данное направление туризма имеет возможность ежегодного привлечения миллионов туристов. Энотуризм – это не только осмотр винных погребов и дегустации, это также лечение с использованием вина – ампелотерапия. За границей все больше распространяются винные SPA-салоны. У нас подобных аналогов нет.

Как правило, в винные туры входит посещение целых винодельческих регионов с дополнительным экскурсионным сопровождением либо участие в винных фестивалях, посещение виноградников в момент сбора урожая, общение с виноделами предприятия и т.д. [23].

На основании проведенных исследований сделан вывод о недостаточном использовании такого инструмента маркетинговой стратегии и управлении сбытом, как винные фестивали. Более того, в связи с Федеральным законом «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ [1], в России запрещена пропаганда алкогольной продукции, а вместе с тем, и реклама винодельческих предприятий, экскурсий по ним, дегустаций натуральных местных вин и т.д., что является крайне негативным фактором для развития энотуризма в Крыму.

Незабываемые впечатления на туриста производят обширные природные красоты и многовековые традиции виноградарства. Крым можно по праву назвать всероссийским центром истории и культуры виноделия. Это идеальный регион как для спокойного и размеренного отдыха, так и для активного отпуска, в который будут включены увлекательные туры с экскурсией «от лозы до бокала», сбором урожая, прогулкой на квадрациклах среди винограда и т.д. Это дает туристам возможность не только отдохнуть, но и поправить свою физическую форму, знания и навыки, а также приобщит их к культуре потребления вина.

На сегодняшний день Крымский регион, и Севастополь в частности, уступают в развитии международного винного туризма. Однако, существуют специальные программы, освобождающие местные винодельческие предприятия от непосильных налогов, а также предоставляющие определенные субсидии на посадку новых виноградников и закупку оборудования для выдержки виноматериалов [3].

Практически все местные винзаводы проводят специальные туры – туры «от лозы до бокала», показывая полный процесс создания продукции, которую они поставляют. Когда человек наблюдает все процессы поэтапно, у него формируется целостное восприятие кропотливой работы агрономов, виноделов и технологов. Это

повышает ценность продукции в глазах покупателя. А широкий ассортимент позволяет привлекать большие сегменты потенциальных клиентов.

Конкурентное преимущество состоит в использовании исключительно терруарного сырья, высокий профессиональный уровень технологического персонала, а также наличие уникального туристского продукта.

Один из важных инструментов развития энотуризма – эногастрономические фестивали – метод массового приобщения населения и туристов к культуре потребления вина и правильного сочетания напитка с различными блюдами. Виноделы прежде всего должны выработать общий подход, разработать правила и оговорить с местными властями условия участия в винных фестивалях. Местные органы власти, в свою очередь, должны всячески способствовать проведению такого рода мероприятий поднимая имидж города, привлекая туристов и потенциальных партнеров, усиливая интерес к отрасли, которая занимает далеко не последнее место в формировании доходной части бюджета города. В частности в Крыму и Севастополе необходимо разрешить продажу винопродукции на винных фестивалях, не в целях пропаганды распития спиртных напитков, а в целях поднятия культуры питания продукции виноделов и роста эффективности отрасли.

Проведение винных фестивалей помогло бы привести к развитию внутреннего рынка винного туризма. Так или иначе, энотуризм остается перспективным направлением развития рынка туризма в Крыму.

#### Список использованных источников:

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>.
2. Клепайло, А. И. Лев Голицын и его дар [Текст] / А. И. Клепайло. – Симферополь : Таврида, 2007. – 104 с.
3. Страшко, Е.В. Проведение винных фестивалей как инструмент привлечения туристов и продвижения продукции отрасли региона [Текст] / Е.В. Страшко // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе : материалы научной конференции. – Симферополь, 2016. – С. 221-225.
4. Travel.ru / [Электронный ресурс]. – URL : <http://travel.ru>.
5. ТурСтат / [Электронный ресурс]. – URL : <http://turstat.com>.

УДК 662.612–428.4

**Зайцев О.Н.**, д.т.н., профессор,  
Заведующий кафедрой теплогазоснабжения и вентиляции  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь  
**Степанцова Н.А.**, аспирантка  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь  
**Егоров С.А.**, аспирант  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь  
**Кунский М.В.**, аспирант,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь<sup>©</sup>

#### ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАБОТЫ СИСТЕМ ЕСТЕСТВЕННОЙ ВЕНТИЛЯЦИИ В ГОСТИНИЦАХ

**Зайцев О.Н., Степанцова Н.А., Егоров С.А., Кунский М.В. Обеспечение работы систем естественной вентиляции в гостиницах и отелях.** В работе выявлено, что для обеспечения нормируемого воздухообмена в переходный и теплый периоды года необходимо изменить сечения воздухопроводов вентиляционной системы таким образом, что потери давления в ответвлении вентиляционной системы на каждом следующем этаже были на 10% выше потерь давления в данной узловой точке расчетной ветви, но ниже на 10% располагаемого перепада давления в системе. Также предложен способ обеспечения требуемого воздухообмена в теплый период путем обеспечения необходимого перепада давления с помощью подогрева удаляемого воздуха теплом от наружного блока сплит-систем.

**Zaitsev ON, Stepanцова NA, Egorov SA, Kunsky MV. Ensuring the operation of natural ventilation systems in hotels and hotels.** It was found that in order to ensure normalized air exchange during the transitional and warm periods of the year, it is necessary to change the cross-sections of the ventilation ducts of the ventilation system in such a way that the pressure losses in the branch of the ventilation system on each next floor were 10% higher than the pressure losses at a given node of the settlement branch, but lower by 10% of the available differential pressure in the system. A method for providing the required air exchange in the warm period is also proposed by providing the necessary pressure drop by heating the removed air with heat from the outdoor unit of the split systems.

**Ключевые слова:** Вентиляция, воздухообмен, перепад давления.

Постановка проблемы. На сегодняшний день в России огромное количество потребляется энергии системой вентиляции. Это связано в значительной степени с особыми климатическими условиями, относительно низкими ценами на топливо и электроэнергию, а также запущенностью и отсталостью жилищно-коммунального хозяйства. Важнейшей и одной из ключевых составляющих для создания оптимальных условий для работы и жизни людей является эффективная вентиляция помещения. В жилищном строительстве в настоящее время наиболее приемлемой в экономическом и технологическом плане является естественная система вентиляции [1-3]. Однако данный способ организации воздухообмена имеет как преимущества, так и недостатки. Вопрос о повышении эффективности таких систем до настоящего времени является нерешенным [4-6].

**Цель работы** – состоит в усовершенствовании и разработке модели позволяющей разработать методики расчета систем естественной вентиляции многоэтажных зданий гостиниц, опираясь на которую возможно получить решения по повышению эффективности работы систем естественной вытяжной вентиляции.

Основным способом обеспечения нормируемых параметров воздушной среды в квартирах жилых домов и гостиниц является организованный воздухообмен - вентиляция. От качества и работоспособности системы вентиляции зависит не только комфортность проживания, но и сохранность, и долговечность конструкций [1-3]. Для устранения недостатков систем естественной вентиляции и повышения ее работоспособности необходимо изучение теоретических методов расчета таких систем [4-6].

Для построения модели [7] и приближению ее реальным условиям, был выбран 5-ти этажный многоквартирный дом, которые обычно применяются наиболее упрощенной и дешевой системой вентиляции: естественная вытяжка и неорганизованный приток через неплотности оконных проемов, форточки или фрамуги. Здание расположено в г. Симферополе, имеющий умеренно-континентальный климат. Вентиляционная шахта позволяет обеспечить удаление воздуха из основного помещения, высота вентиляционной шахты равна общей высоте здания. Но увы, сложившаяся ситуация, когда окна стало практически герметичными, а жильцы достаточно часто разрушают вытяжные короба, данная конструкция системы и данный принцип вентиляции себя изжили.

**Характеристика объекта исследования**

Объектом исследования было взято типовое жилое пятиэтажное здание, блочного типа. На этаже расположено по четыре квартиры (номера):

две двухкомнатные: зал - 17 м; спальня - 12 м ; кухня — 10,2 м ; санузел раздельный; и две однокомнатные: зал - 17 м ; кухня - 8,9 м ; санузел - совмещенный. Высота помещений квартир равна 3,2 м. Отметка подвала составляет -2.4 м.

Наружные стены выполнены из альминского камня, толщиной м, внутренние стены толщиной 0,16 м. Перекрытие верхнего этажа: железобетонная плита перекрытия - 0,1 м; пароизоляция – пергамин, один слой; утеплитель - плиты жесткие минераловатные толщиной 0,05 м.

В здании предусмотрена вертикальная нерегулируемая проточная однотрубная система отопления с нижней разводкой магистралей и П-образными стояками. Магистральные трубопроводы расположены в подвальном помещении. Также принята следующая схема вентилирования квартир (номеров): воздух удаляется непосредственно из зоны его наибольшего загрязнения (из кухни и санитарных помещений), посредством естественной вытяжной канальной вентиляции. Его замещение происходит воздухом, поступающим через неплотности наружных ограждений (главным образом оконных) всех помещений квартиры и нагреваемого системой отопления. Удаление воздуха осуществляется из кухонь и санитарных узлов через индивидуальные вытяжные каналы сечением 100x100 мм, расположенные в вентиляционных блоках. Вентиляционные решетки имеют размер 110x110 мм. В двухкомнатных и однокомнатных квартирах вытяжка осуществляется с помощью одной «сдвоенной» системы. Выпуск воздуха из вентиляционного оголовка осуществляется в атмосферное пространство. Оголовки имеют высоту 500мм.

Система сконструирована для трех периодов года, что позволяет наиболее детально изучить движение воздушных масс.

Наиболее проблемный для систем естественной вентиляции период, а именно, когда температура наружного воздуха составляет от +29 °С до +5 °С. Дальнейшее понижение температуры приводит к увеличению располагаемого давления, и соответственно к улучшению работы системы вентиляции. При повышении температуры наружного воздуха возникает необходимость открывания окон и форточек, что улучшает воздухообмен в квартирах.

## Результаты исследования и их анализ.

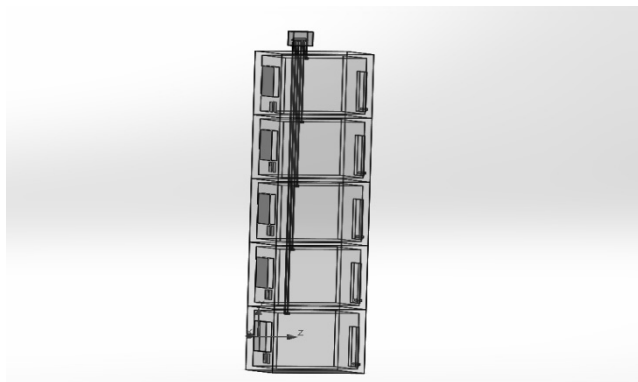


Рисунок 1 - Общий вид трехмерной модели исследуемого здания

В процессе исследований изменялись следующие параметры:

- температура воздуха внутри помещений  $t_b$  °C;
- температура в вентиляционных каналах  $t_k$  °C;
- скорость движения воздуха в помещении, м/с;
- скорость движения воздуха проходящего через вентиляционные решетки, м/с; коэффициент турбулентной вязкости, Па\*с;
- объемный расход воздуха, м<sup>3</sup>/ч;
- интенсивность турбулентности, %.

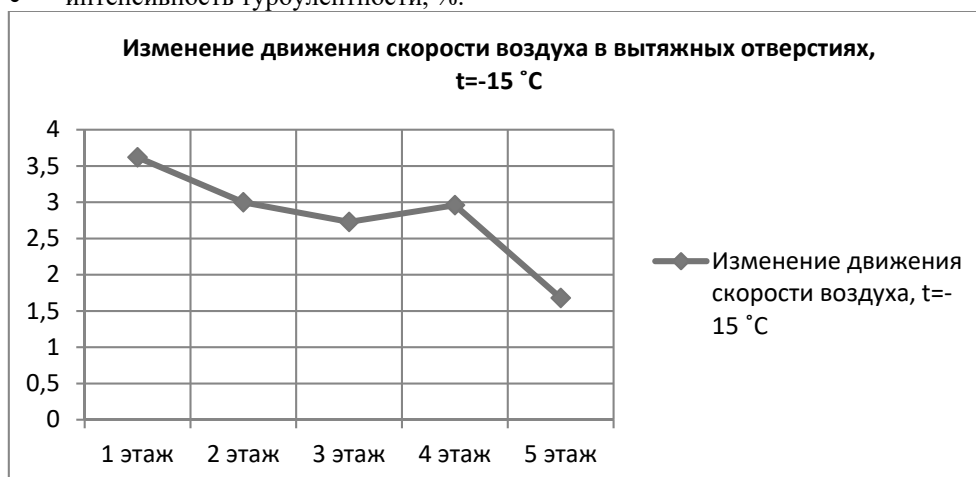


Рисунок 2 - Изменение скорости движения воздуха в канале по высоте при  $t_{н} = -15$  °C

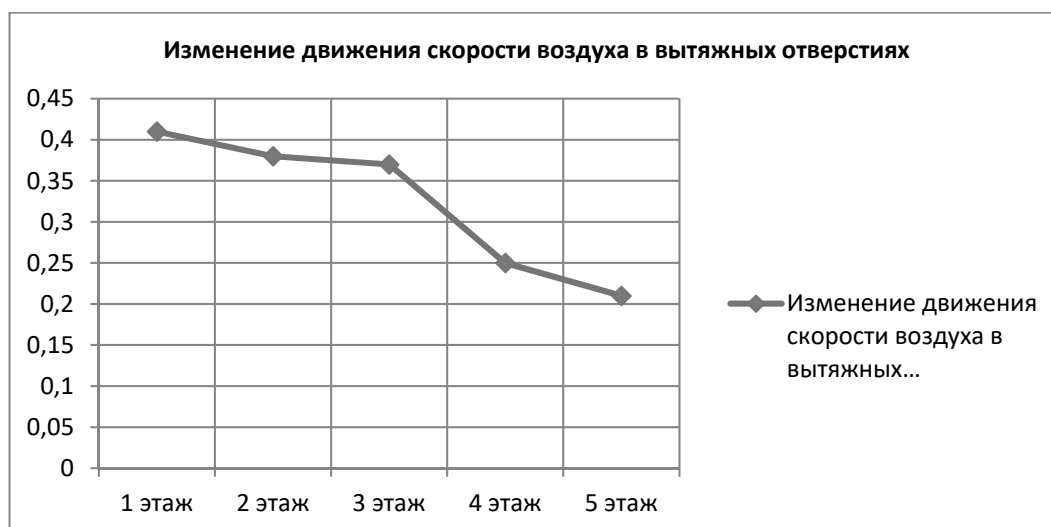


Рисунок 3 - Изменение скорости движения воздуха в канале по высоте при  $t_{н} = 29$  °C



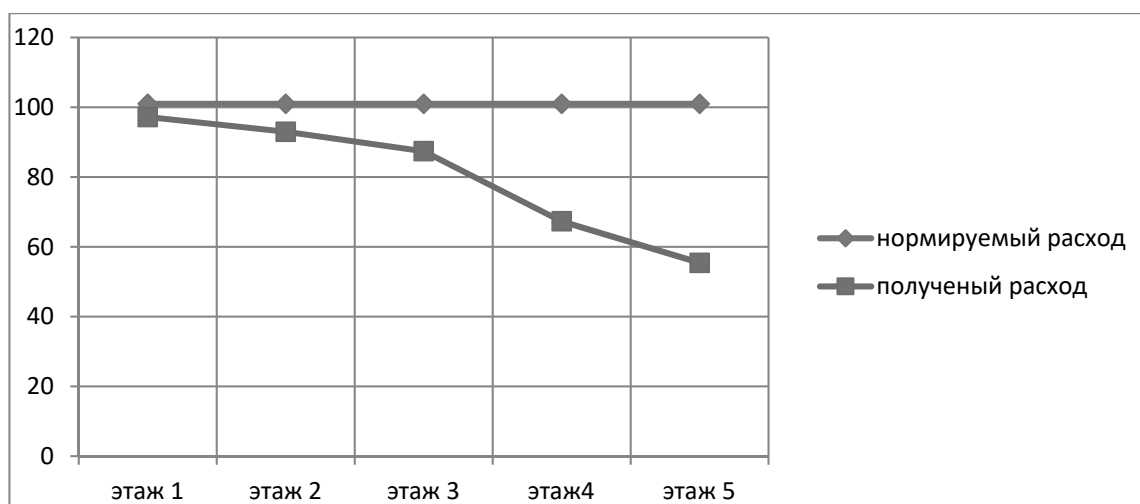


Рисунок 4 - Объемы удаляемого воздуха в переходный период года при  $t=+8\text{ }^{\circ}\text{C}$

Полученные данные по объемам удаляемого воздуха через вентиляционные системы кухонь показали (рис.2-4), что фактический объем удаляемого воздуха практически всегда не соответствует нормируемому. При температуре наружного воздуха  $+5\text{ }^{\circ}\text{C}$  в помещениях кухонь всех этажей не соответствует норме. С понижением температуры наружного воздуха количество удаляемого воздуха увеличивается, норма наблюдается при температуре  $t=+18\text{ }^{\circ}\text{C}$ ,  $t_{н} = 0\text{ }^{\circ}\text{C}$  на первом этаже. В кухнях воздухообмен значительно лучше, однако при  $t = +5\text{ }^{\circ}\text{C}$  норма наблюдалась на трех этажах, с понижением температуры нормативные объемы вытяжки были зафиксированы уже на шести этажах. Дефицит удаляемого воздуха в сумме по этажам при нормативном перепаде температур составляет 5...40%. В ряде случаев расчетный воздухообмен соответствовал или превышал нормы расхода удаляемого воздуха, однако такие факты наблюдались только при отрицательной температуре наружного воздуха [8]. При температуре наружного воздуха  $+5\text{ }^{\circ}\text{C}$  ни в одной из квартир не зафиксирован нормативный воздухообмен. Следует также отметить наблюдавшуюся неравномерность расходов удаляемого воздуха по этажам. Для обеспечения требуемого воздухообмена предложено выполнить дополнительный подогрев удаляемого воздуха за счет тепла конденсаторных – наружных блоков сплит-систем путем частичного отвода тепла (от 30 до 70% от общего количества выделяемого тепла) от них в воздухопровод. Таким образом, решается проблема обеспечения работы систем естественной вентиляции в теплый период и снижается тепловое загрязнение окружающей среды.

**Выводы.** Для обеспечения нормируемого воздухообмена в переходный и теплый периоды года было предложено изменить сечения воздухопроводов вентиляционной системы таким образом, что потери давления в ответвлении вентиляционной системы на каждом следующем этаже были на 10% выше потерь давления в данной узловой точке расчетной ветви, но ниже на 10% располагаемого перепада давления в системе.

Однако в проектах остается неизменным формальный расчет системы вентиляции, а в системе отопления предусматривается необходимый запас мощности на нагрев приточного воздуха в нормируемом объеме, поэтому предложен способ обеспечения требуемого воздухообмена в теплый период путем обеспечения необходимого перепада между наружным давлением в воздуховоде с помощью подогрева удаляемого воздуха теплом от наружного блока сплит-систем. Данный подогрев также позволит снизить тепловое загрязнение окружающей среды.

С помощью предложенной методики расчета можно анализировать влияние фильтрации на воздушный режим помещений. Также с ее помощью можно разработать рекомендации для уменьшения влияния вертикальных перетоков воздушных масс между помещениями, расположенные на разных этажах.

#### Список использованных источников:

1. Естественная вентиляция жилых зданий // АВОК. –1999. –№ 2.
2. Если в квартире- нечем дышать (вентиляция городских квартир). //Идеи вашего дома. – 2004. – № 8.
3. Поспелова, И.Ю. К вопросу методики подсчета количества инфильтрующего воздуха и расхода теплоты на его нагревание // Изв. вузов. Строительство. – 2001. – N 4. – С.91-93.
4. Алексеев, И. Ю. Регулируемая система вентиляции жилых помещений // АВОК.— Б.м. – 2001. – N 5. – С.50-53.
5. Полосин, И. И.. Теоретические основы создания микроклимата в помещении: учеб. пособие / И.И.Полосин, Б.П.Новосельцев, В.Н.Шершневу; Федер. агенство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования, Воронеж, гос. архитектур.-строит. ун-т. - Воронеж: Изд-во ВГАСУ, 2005. – 146с.

6. Гримитлин А. М., Дацок Т. А., Денисихина Д. М. Математическое моделирование в проектировании систем вентиляции и кондиционирования: монография / А. М. Гримитлин, Т. А. Дацок, Д. М. Денисихина.- СПб : АВОК Северо-Запад, 2013. – 192 с.

7. SolidWorks. Компьютерное моделирование в инженерной практике/ [Алямовский А. А., Собачкин А. А., Одинцов Е. В., Харитонович А. И., Пономарев Н. Б. ] — СПб.: БХВ-Петербург, 2005. –800 с.

8. Борисенко К.А., Зайцев О.Н. Современные системы обеспечения теплового режима зданий // Труды Междунар. научно-технической конф. «11-ой Европейский форум энергетиков». – Opole (Poland). – 2008.- С. 247-252.

УДК [338.48-6:502/504]:640.4-043.86

**Заремба П.А.**, д.э.н., профессор  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
г. Донецк

**Охременко С.И.**, к.т.н.,  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
г. Донецк

### **ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КРЫМУ**

**Заремба П.А., Охременко С.И. Экологический туризм как фактор инновационного развития гостиничного бизнеса в Крыму.** В работе рассмотрены вопросы развития экологического туризма в Крыму, как одной из важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики. Проведен мониторинг рынка гостиничных предприятий, проанализированы проблемы и определены перспективы развития экотуризма в Крыму.

**Zaremba P., Okhremenko S. Ecological tourism as a factor in the innovative development of the hotel business in the Crimea.** The paper considers the development of ecological tourism in the Crimea, as one of the most important socio-economic branches of the world economy. The monitoring of the hotel industry market has been conducted, the problems have been analyzed and the prospects for the development of ecotourism in the Crimea have been determined.

**Ключевые слова:** экологический туризм, гостиничный бизнес, Крым.

На современном этапе глобализации экономики и развития мировой хозяйственной системы туристическая сфера является одной из самых перспективных, высокодоходных и динамических в своем развитии. На туризм приходится приблизительно 30% мировой торговли услугами и 10% мирового валового продукта, что позволяет считать эту отрасль одной из лидирующих отраслей мировой экономики.

В то же время, Россия, имея огромный туристический потенциал, занимает очень низкое место на туристическом мировом рынке. На долю России приходится лишь 1 процент от мирового туристического бизнеса [1].

В связи со значительным загрязнением окружающей среды деятельностью человека, в том числе и туристической, на сегодня особенный интерес представляет развитие экологического туризма (экотуризма).

Существует несколько определений экологического туризма. Одно из них, по нашему мнению, наиболее удачное: экологический туризм – это форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении туристами относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий [2].

Последние годы экологический туризм находит все большее распространение в современном мире. По оценкам экспертов, в последнее десятилетие экологический туризм развивался в три раза быстрее, чем туристская индустрия в целом. Ежегодно количество путешественников, предпочитающих экологический туризм, увеличивается на 20%. Подсчитано, что экотуризм составляет 10–20% от всего рынка мирового туризма и является наиболее динамично развивающейся отраслью туристического бизнеса [3,4].

Такое динамическое развитие экологического туризма в мире на протяжении последнего десятилетия объясняется не только ухудшением экологического состояния окружающей среды, но и все большей наполненностью популярных регионов отдыха – горных курортов, морских побережий, а также продолжающейся их индустриализацией.

Признание и распространение идей сохранения окружающей среды – один из важнейших факторов, обусловивших спрос на экологический туризм во многих западных странах. Идеи охраны природы позволяют людям, которые вносят свой личный вклад в дело сохранения дикой природы, ощутить удовлетворение от того, что их путешествие окажет содействие охране уникального природного ландшафта [5].

В период разразившегося экономического кризиса многие владельцы гостиниц не прекратили обращать внимание на проблемы окружающей среды. От большинства экологических идей все же пришлось отказаться, но, по данным результатов исследований Корнельского университета, около 90 % из опрошенных постояльцев отелей готовы платить больше за экологически чистые продукты и услуги с использованием экологически чистых технологий [6].

Представители туристической и гостиничной индустрии отмечают, что и сами путешественники стали более ответственными в вопросах сохранения экологии. Согласно результатам исследования туристической ассоциации Association of British Travel Agents (ABTA), каждый третий отдыхающий считает, что отели, помимо традиционного количества звезд, должны иметь и обязательный экологический рейтинг [7].

Тенденции развития экологического туризма сформулированы Всемирной Туристской Организацией (ВТО). Согласно ее выводам, экотуризм входит в пятерку основных стратегических направлений развития туризма на период до 2020 г. [8].

Существует два основных направления экологического туризма. Первое из них, возникшее в США, определяет, что главным объектом экотуризма являются территории, мало измененные производственной деятельностью человека. Второе направление развития экотуризма, которое приобрело распространение прежде всего в Европе, направлено на посещение мало измененных человеческой деятельностью естественных территорий, а также объектов традиционной местной культуры.

В России в последние годы также наблюдался значительный рост экотуризма [9]. Российские отели, придерживающиеся в своей работе экологических принципов, пользуются спросом не только среди туристов, озабоченных защитой окружающей среды. Многие российские экоотели располагаются на территории экологически привлекательных и живописных ландшафтов, и именно поэтому пользуются повышенным спросом у жителей мегаполисов [10].

Крымский регион в силу ряда объективных и субъективных причин имеет все условия для развития туризма. Прежде всего следует учитывать, что туристический комплекс Крыма является бюджетообразующей отраслью, поддерживающей ряд других отраслей: транспорт, торговлю, связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров широкого потребления, и является одним из наиболее перспективных направлений экономики данного региона [11].

Именно поэтому туристическая индустрия – приоритетное направление социально-экономического развития Крыма. Благодаря ландшафтным и естественным особенностям в Крыму можно развивать все виды отдыха: пешеходный, конный, спортивный, велотуризм, дайвинг, сельский, этнотуризм и много других. Туризм оказывает положительное влияние на многие отрасли народного хозяйства Крыма, стимулирует экономическое развитие территорий, увеличивает занятость населения, и даже «помогает в решении вопросов развития толерантности между народами» [12]. Экотуризм в этом ряду призван занять свое достойное место.

Важными факторами развития экологического туризма в Крыму является естественно-рекреационный и историко-культурный потенциал. Достаточно сказать, например, что природно-заповедный фонд Крыма занимает огромную территорию площадью более 135 тыс. га, что составляет более 5% общей площади полуострова. Статус заповедной зоны имеют уникальные участки равнинно-степной, горно-лесной и субсредиземноморской природной среды Крыма. Основу заповедного фонда крымского полуострова составляют шесть государственных природных заповедников: Крымский государственный заповедник (создан в 1923 г. и является старейшим на территории полуострова), Ялтинский горно-лесной заповедник и Заповедник «Мыс Мартьян» (созданы в 1973 г.), Карадагский заповедник (создан в 1979 г.), Казантипский и Опукский природные заповедники (созданы 1998 г.). Также на территории Крымского полуострова действует 33 государственных природных заказника [13].

Кроме того, Крым имеет развитую инфраструктуру здравниц, оставшихся в наследство еще со времен советского периода. Общее количество здравниц составляет более 600 с общей ёмкостью более 200 тыс. мест, из них 91 являются нерезидентами, т.е. находятся в собственности Российской Федерации – 84, Беларуси – 4, Латвии – 1, Молдовы – 1, Узбекистана – 1 здравница. Территориальную структуру сети здравниц формируют прежде всего Южный Берег Крыма (ЮБК) и Юго-Восточный Берег Крыма (ЮВБК) – 64% всех здравниц; на Западном Берегу (ЗБК) – 33%; на Восточном Берегу (ВБК) – лишь 1%. В глубинных территориях располагаются около 3% здравниц. В Крыму примерно 97% здравниц сконцентрированы в прибрежной трехкилометровой полосе. Санатории сосредоточены в основном на ЮБК и курорте «Евпатория». В шести городах-курортах Крыма - Ялте, Алуште, Евпатории, Судаке, Феодосии и Саках проживает лишь 20% населения Крыма, но они обслуживают 2/3 всех отдыхающих [14].

Неблагоприятной тенденцией последних двадцати лет является уменьшение роли лечебных процедур в структуре предоставляемых услуг и, соответственно, рост развлекательных и оздоровительных мероприятий [15].

Крым владеет огромными экологическими ресурсами, использование которых, наряду с динамично растущим спросом на туристические услуги, закономерно приведет к интенсификации развития инфраструктуры и территориальной организации экотуристической деятельности. Однако крымский регион, невзирая на такие колоссальные возможности, занимает очень скромное место на мировом рынке гостиничных и туристических услуг, продолжая оставаться в стороне от мировых тенденций развития туристического бизнеса. Подсчитано, что на долю полуострова выпадает меньше половины процента от общего объема таких услуг.

На сегодняшний день материально-техническая база объектов инфраструктуры гостеприимства Республики Крым, ассортимент и качество услуг отстают от мирового уровня, что значительно снижает конкурентоспособность региона на международном рынке.

Существуют организационные и экономические причины, которые сдерживают развитие экотуризма в Крыму [16].

К организационным причинам можно отнести:

- ограниченность туристических дестинаций в зонах экологического туризма и их недостаточное обустройство;
- отсутствие специализированных турорганизаций в сфере экотуризма;
- бюрократические запреты и ограничения на посещение экотуристами привлекательных в естественном отношении, мест в результате отсутствия механизма взаимодействия администрации охраняемых территорий с организаторами экотуристичних путешествий;
- скромный набор рекреационных услуг для туристов;
- отсутствие рекламы экотуризма;
- ограниченность числа квалифицированных специалистов в области экологического туризма;
- отсутствие необходимой законодательной базы экотуризма.

К числу экономических причин относятся:

- отсутствие необходимого начального капитала для финансирования работ из создания экоцентров, которые начали бы разработку всего комплекса вопросов, которые относятся к формированию целевых программ экологических путешествий;
- незначительные инвестиции в инфраструктуру экотуризма, которые влияют на состояние гостиничного, транспортного обслуживания туристов;
- отсутствие средств на проведение рекламной кампании для привлечения потенциальных туристов.

По мнению руководства полуострова, основными факторами, сдерживающими развитие туризма в Крыму, являются [12]:

- недостаточность туристической инфраструктуры;
- высокие затраты на внутренние перевозки;
- проблемы дорог и отсутствие необходимой придорожной инфраструктуры на большинстве автомагистралей страны;
- качество обслуживания, уступающее мировым стандартам во всех секторах туристической индустрии;
- недостаточная информированность потенциальных туристов, как внутри страны, так и за рубежом, о возможностях региона.

Что касается количества туристов, посещающих Крым, то события последних лет серьезно повлияли на сложившуюся ситуацию. Динамика туристических потоков в Крым приведена на Рис. 1.

26% от общего числа отдыхающих, а в 2014 году стало 93%, в 2015 году выросло до 95%) [18].

До 2014 года на Крым приходилось около 35% всех иностранных туристов, которые въезжали на территорию Украины. До вступления в состав РФ Крым превратился в курорт исключительно местного значения, на котором привыкли отдыхать преимущественно украинцы. Ежегодно АР Крым принимала около 5 млн. чел. отдыхающих, из них 11,6 % - жители Украины, 59,8 % - граждане СНГ и около 28,8 % - выходцы из дальнего зарубежья. Основными потребителями туристических услуг являлись отдыхающие из Восточной, Центральной и, в незначительной мере, Западной Европы. Практически полностью отсутствовал спрос на крымский турпродукт на рынках Северной Америки, Латинской Америки, Южной и Юго-восточной Азии, Африки, Австралии и Океании [17].

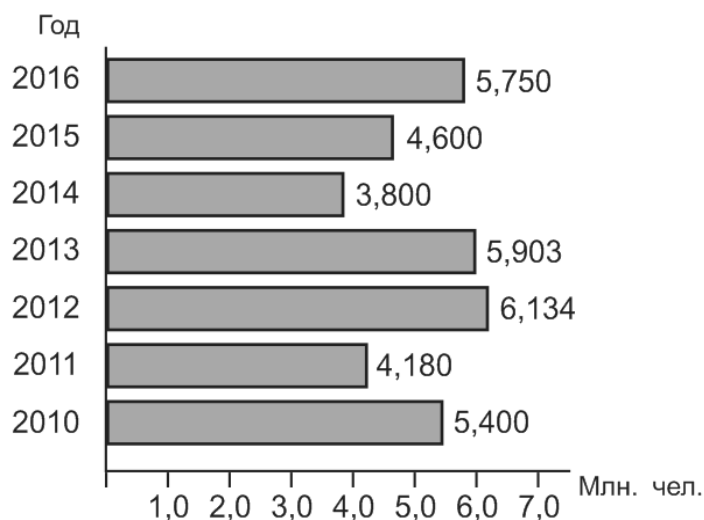


Рисунок 1 - Динамика туристических потоков в Крым в 2010-2016 годах

Согласно данным Министерства курортов и туризма региона количество отдыхающих в Крыму за три первых месяца 2017 года практически соответствует уровню такого же периода 2016 года. Только за январь-март 2017 года в Крыму отдохнуло 243,5 тыс. туристов, что на 0,1% выше уровня за аналогичный период прошлого года [21]. Крым рассчитывает в 2017 удержать турпоток на уровне 2016 года, который составил 5,75 млн туристов. В прошлом году этот показатель был ограничен только возможностями логистики. После запуска моста через Керченский пролив ожидается увеличение туристического потока в Крым на 30% [22].

Еще одной особенностью российского Крыма является проблема с рабочей силой. Большинство предприятий полуострова, связанных с туризмом, не могут содержать штат обслуживающего персонала круглый год. В прежние годы проблема решалась за счет привлечения украинских сезонных рабочих. Однако Украина значительно усложнила своим гражданам посещение полуострова, и лишила возможности граждан Украины работать в гостиничных и ресторанных предприятиях Крыма в курортный сезон. [23].

О сложностях с рабочей силой в Крыму, особенно в «пиковый» летний период, шла речь на заседании Президиума Государственного Совета в 2015 году. Было отмечено, что проблема остается, хотя российские студенты вполне эффективно занимают освободившуюся нишу [12].

Отдельного внимания заслуживает возможность развития экологического туризма в регионе. Формирование и внедрение экологических туристских дестинаций отвечает стратегическим направлениям социально-экономического развития РФ, тенденциям перехода к принципам «зеленой экономики», рационального природопользования. [23,24].

Еще одной проблемой является отсутствие культуры экотуризма, т.е. развитие туризма без негативного влияния на природу, что приобретает особую актуальность на волне значительного роста внутреннего туризма на Крымский полуостров. Несмотря на то, что в Крыму существуют и периодически разрабатываются новые экологические маршруты, вопросы эффективного функционирования, поддержания высокого уровня конкурентоспособности остаются недостаточно изученными [23,24].

Как следствие, необходима разработка единой концепции создания и внедрения «зеленых маршрутов» [24], включающей следующий комплекс организационных мероприятий [25]:

- создание сети туристско-информационных центров на территории объектов природно-заповедного фонда для выполнения функций экологического просвещения.
- содействие развитию сотрудничества субъектов туристского бизнеса и специализированных общественных организаций в организации экологических туров и маршрутов.
- разработка сети «зеленых маршрутов» на территории объектов природно-заповедного фонда с наличием основной и сопутствующей инфраструктуры, отвечающей принципам «зеленой экономики».
- внедрение системы мониторинга обеспечения качества и экологичности туристско-рекреационных и гостиничных услуг в дестинации.

Для решения комплекса организационных мероприятий необходимо решение вопросов финансирования туристической отрасли Крыма. С 21 марта 2014 года на территории Крыма вступают в силу все законы и нормативно-правовые акты России, что определено в Федеральном конституционном законе о принятии Республики Крым и города федерального значения Севастополь в состав Российской Федерации. На полуострове начинает действовать в том числе и Федеральная целевая программа развития туризма, которая реализуется с 2011 по 2018 год, и которая входит в государственную программу «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы.

Реализация Госпрограммы осуществляется за счет средств федерального бюджета, бюджета Республики Крым и местных бюджетов.

Общий объем финансирования Госпрограммы «Развитие культуры и туризма» в 2015-2017 годах составляет 8 243 110,0 тыс. руб., в том числе 8 105 400,0 тыс. руб. – из федерального бюджета, 137 550,0 тыс. руб. – из бюджета Республики Крым, 160,0 тыс. руб. – из местных бюджетов.

Объем финансирования по годам реализации Госпрограммы распределяется следующим образом [26] (Рис. 2):

На заседании правительственной комиссии по вопросам социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа в марте 2017 года федеральную целевую программу по развитию туризма (ФЦП) решено продлить после 2018 года и уже сейчас создается новая концепция этой программы [27].

**Выводы.** На сегодняшний день большинство стран мира стремятся развивать экологический туризм, привлекая любителей естественной природы и, соответственно, внушительные денежные средства. Крым — это новый для Российской Федерации бурно развивающийся регион, имеющий хорошие перспективы в туристической сфере. Динамичное развитие туристического бизнеса в крымском регионе в последние годы наглядно демонстрирует, что Крым, представляющий уже сейчас колоссальный туристский интерес, способен к масштабному развитию.

Развитие туризма и гостиничного бизнеса на Крымском полуострове сдерживают ряд проблем, многие из которых достались в наследство с прежних времен, и настоятельно требующих своего решения: устаревшая инфраструктура, недостаточное количество квалифицированных специалистов гостиничного и туристического сервиса, не решенные вопросы правового регулирования, проблемы с финансированием гостиничного и транспортного обслуживания туристов, недостаточное внедрение «зеленых технологий» и концепции «зеленых маршрутов», слабая технологическая и организационная инновационность, недостаточная реклама и информированность потенциальных отечественных и зарубежных туристов о возможностях Крымского региона.

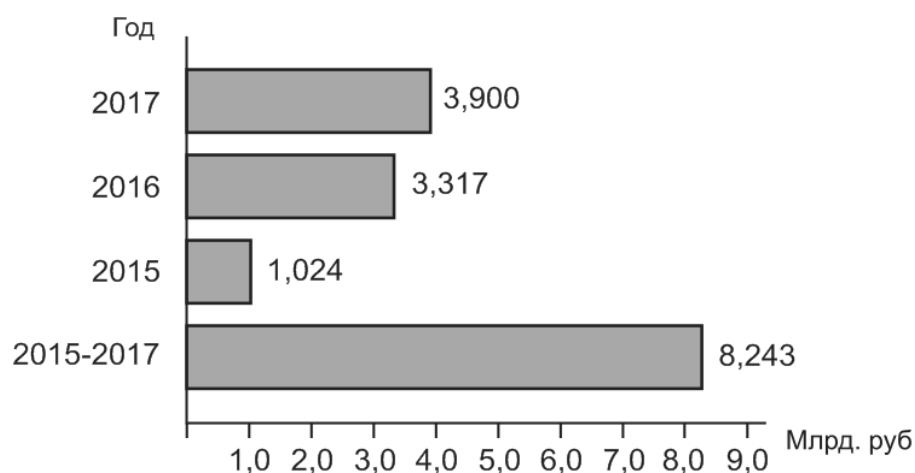


Рисунок 2 – Финансирование Крыма согласно Госпрограммы «Развитие культуры и туризма»

Решить этот комплекс проблем, не прибегая к нововведениям, практически невозможно. В современных условиях ведения гостиничного и туристического бизнеса в Крыму для достижения его устойчивого развития и высокого уровня конкурентоспособности требуется внедрение максимального количества инноваций, предполагающих качественные изменения в технологиях производства гостиничных и туристических услуг, в менеджменте и методике ведения бизнеса, которые должны сопровождаться не только высокими экономическими, но и экологическими результатами.

#### Список используемых источников:

1. Состояние туризма в России / [Электронный ресурс]. – URL:<http://rusotourism.ru/sostoyanie-turizma-v-rossii.html> (дата обращения: 14.08.2017).
2. Лукичев А. Б. Сущность устойчивого и экологического туризма / А. Б. Лукичев // Российский журнал экотуризма. – 2011. – № 1. – С. 3–6
3. Экологический туризм. / [Электронный ресурс]. –<http://www.findbg.ru> (дата обращения: 14.08.2017).
4. Экотуризм развивается быстрее других направлений / [Электронный ресурс]. – <http://rusotourism.ru/sostoyanie-turizma-v-rossii.html> (дата обращения: 14.08.2017).
5. Бочкарева Т.В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта // Все о туризме. Туристическая библиотека / [Электронный ресурс]. –[http://tourlib.net/statti\\_tourism/bochkareva.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/bochkareva.htm).
6. Зеленые отели – будущее гостиничного бизнеса: портал про гостиничный бизнес / [Электронный ресурс]. –<http://prohotel.ru/news-177316/0/> (дата обращения: 13.08.2017).
7. Печерица Е.В. Инновационные методы энергосбережения в гостиничном бизнесе // Инновационные технологии в сервисе: сб. материалов III Международной научно-практической конференции / под ред. А.В. Боровикова. – СПб.: изд-во СПбГУСЭ, 2012.
8. Мировые тенденции и перспективы развития экологического туризма / [Электронный ресурс]. – <http://tourism-book.com/books/book-20/chapter-1263/> (дата обращения: 14.08.2017).
9. Мартышенко Н.С. Экологический туризм – важнейшее направление развития международного туризма в Приморском крае // Российский Журнал Экотуризма. – 2012. – №3. – С. 34-38.
10. Печерица Е.В. Рекомендации по внедрению экологических инноваций в отелях категории «пять звезд» (на примере гостиницы «Гранд отель Европа», Санкт-Петербург) // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 43.
11. Туризм и гостинично-ресторанный бизнес. / [Электронный ресурс]. –<http://erakrim.com/strategicheskie-sferyi/turizm-i-gostinichno-restorannyi-bizn/> (дата обращения: 12.08.2017).
12. Сергей Аксёнов выступил с докладом на заседании президиума Государственного Совета Российской Федерации / [Электронный ресурс]. –<http://glava.rk.gov.ru/rus/index.htm/news/311980.htm> (дата обращения: 12.08.2017).
13. Экологический туризм в Крыму как экономический вектор развития [Электронный ресурс]: URL: <http://zapiski.kipu-rc.ru/downloads/zapiski/2013/uz-42-vol-04.pdf> (дата обращения: 12.08.2017).
14. География рекреационного комплекса республики Крым / [Электронный ресурс]. – <http://refleader.ru/polatyfyfsujsujg.html> (дата обращения: 12.08.2017).
15. Козлов Д.А., Лайко М.Ю., Попов Л.А. Прогноз развития туристского комплекса Крыма. В сборнике: Роль экономических наук в развитии общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа. 2014. С. 61-63.
16. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма Учебное пособие. - М.: Издательство МНЭПУ, 2001. - 60 с

17. Туристские потоки в Крыму: состояние и проблемы. / [Электронный ресурс]. –<http://sn-geography.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/11/017yakov.pdf> (дата обращения: 12.08.2017).
18. Частный сектор Черного моря / [Электронный ресурс]. –[http://minkurort.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4627](http://minkurort.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4627) (дата обращения: 12.08.2017).
19. Туристическая статистика Крыма за 2016 год / [Электронный ресурс]. – <http://flowerspbmax.livejournal.com/796283.html> (дата обращения: 11.08.2017).
20. Российский союз туриндустрии сообщил о росте числа украинских туристов в Крыму / [Электронный ресурс]. –<http://www.c-inform.info/news/id/55633> (дата обращения: 12.08.2017).
21. Число туристов в Крыму держится на уровне прошлого года / [Электронный ресурс]. – <http://www.trn-news.ru/digest/54806> (дата обращения: 14.08.2017)
22. На треть увеличится число туристов в Крыму после строительства моста / [Электронный ресурс]. –<https://www.pravda.ru/news/society/29-06-2017/1340026-crimia> (дата обращения: 12.08.2017).
23. Механизмы интенсификации развития туризма в Республике Крым в переходный период / [Электронный ресурс]. – <http://eee-region.ru/article/4502/> (дата обращения: 11.08.2017).
24. Современный инструментарий развития индустрии туризма в республике Крым / [Электронный ресурс]. – <http://novainfo.ru/article/9305/pdf> (дата обращения: 11.08.2017).
25. Туризм в Крыму: есть ли перспективы развития? / [Электронный ресурс]. – <http://qkempek.livejournal.com/1813182.html> (дата обращения: 14.08.2017).
26. Программа развития туризма в Крыму / [Электронный ресурс]. – <http://kraevedenie.net/2016/03/02/programma-razvitiya-turizma-v-krymu-na-2015-2017-god-razdely-5-10-okonchanie/> (дата обращения: 11.08.2017).
27. Ростуризм: ФЦП по развитию туризма будет продлена / [Электронный ресурс]. – <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/39803> (дата обращения: 14.08.2017).

УДК 338.48

**Заричная А.А.**, преподаватель кафедры туризма  
Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им.В.И.Вернадского», г. Севастополь  
**Денисенко О.Э.**, обучающаяся 3 курса  
Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им.В.И.Вернадского», г. Севастополь

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

**Аннотация.** В современном мире туризм - одна из наиболее динамически развивающихся отраслей экономики. Кроме экономического значения в мировом масштабе, туризм несет и большую культурную нагрузку на территории в вопросе обмена, познания и освоения культурно-исторических, архитектурных и иных ресурсов, представленных в выбранном регионе. Взаимопроникновение культур обеспечивается стабильным притоком туристов, которые не только готовы потратить свои денежные средства, но и забрать с собой уникальные впечатления и эмоции, формирующие устойчивую лояльность к выбранной территории. Особенными во всем мире являются туристы, прибывшие из Китайской Народной Республики. Требования, основанные на значительном культурном, историческом и социальном отличии китайского народа от европейского и русского, заставляют изучать новые, отличные от привычных подходы и методы формирования туристского продукта.

**Ключевые слова:** ТУРИЗМ, КНР, ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, РОССИЯ.

**Abstract.** In the modern world tourism is one of the most dynamically developing branches of economy. Except the economic value on the worldwide scale tourism bears a heavy cultural load on the territory by means of exchanging, learning and developing interest in cultural, historical, and architectural resources present at the destination. Mutual cultural penetration is provided by a stable inflow of tourists that are not only ready to spend their cash but to take away unique emotions and experience that help develop a high level of loyalty toward the visited area. Tourists from PRC are unique due to the difference in culture, history and social life. These differences lead to creation of new methods and approaches in developing a touristic product.

**Key words:** tourism, prc, incoming tourism, touristic product, Russia

**Введение.**

По данным ВТО международный туризм продолжает быть одним из лидирующих в отраслях мировой экономики. Несмотря на кризис и сложности, связанные с его развитием, сокращением сроков пребывания в зарубежных странах и повышенной заботе о собственной безопасности, спрос остается на высоком уровне[1,2]. Статистические данные фиксируют рост международных туристских прибытий на 3,9 % по сравнению с 2015

годом, что составляет 1 миллиард 235 миллионов человек. Также отмечается семилетний стабильный и устойчивый рост показателей за период, последующий за кризисом 2009 года, что ведет за собой соответствующий рост доходов от этого вида деятельности.

В числе значительных факторов, влияющих на развитие мирового туризма, отмечен культурный. По мере роста глобализации, развития международных и межнациональных отношений, желание туристов познакомиться с культурой других народов увеличивается одновременно с желанием сохранить свою культурную идентификацию.

В региональном разрезе, наибольший рост числа международных туристских прибытий пришелся на Азиатско-Тихоокеанский регион и составил +8% за счет внутрорегионального спроса. Эксперты ЮНВТО продолжают быть оптимистично настроенными в оценке рынка и в 2017 году

Наибольший интерес в данном регионе для России представляет Китайская Народная Республика ввиду наличия совместной границы, общих внешнеполитических интересов и длительного экономического сотрудничества. Статистически отмечен рост в 40% по сравнению с 2015 годам в числе безвизовых посещений России китайскими туристами[3].

**Основная часть.** Проблематикой межкультурных и экономических отношений КНР и России занимаются ученые обеих стран. Так, среди отечественных и зарубежных исследователей сложно выделить работы, направленные исключительно на исследования туристских взаимоотношений. Их рассматривают в комплексе мер по оживлению и поддержанию экономических и инфраструктурных связей, а также в рамках межкультурной интеграции.

Однако цифры, отражающие значительный прирост туристского потока на территорию России говорят как о положительном эффекте от принятых мер, так и о необходимости проводить исследования для изучения этого феномена.

В 2016 году граждане Китая совершили 122 млн поездок за пределы материковой части страны (в том числе в Гонконг и Макао). Более 80% китайских туристов направляются в другие страны Азии, но число отдыхающих в Европе и США увеличилось в 2016 году на 25% и 12% соответственно[4].

Рассматривая основные направления, в которых распределяется китайский выездной поток (рисунок 1) легко заметить, что для этой страны характерна высокая доля внутрорегиональных поездок - 72,5%, что обусловлено большим числом поездок в районы «полу внутреннего туризма» - Сянган и Аомынь. Такой выбор китайских туристов объясняется простотой поездки, а именно это свободный въезд и транспортная доступность (ж/д сообщение связывает Сянган со всеми административными центрами).

В тройке лидеров посещаемости китайскими туристами зарубежных стран мы видим на втором месте Японию - 3,5%, что связано с географической близостью, наличием экономических и культурных связей. И на третьем месте Россию - 2,8%.

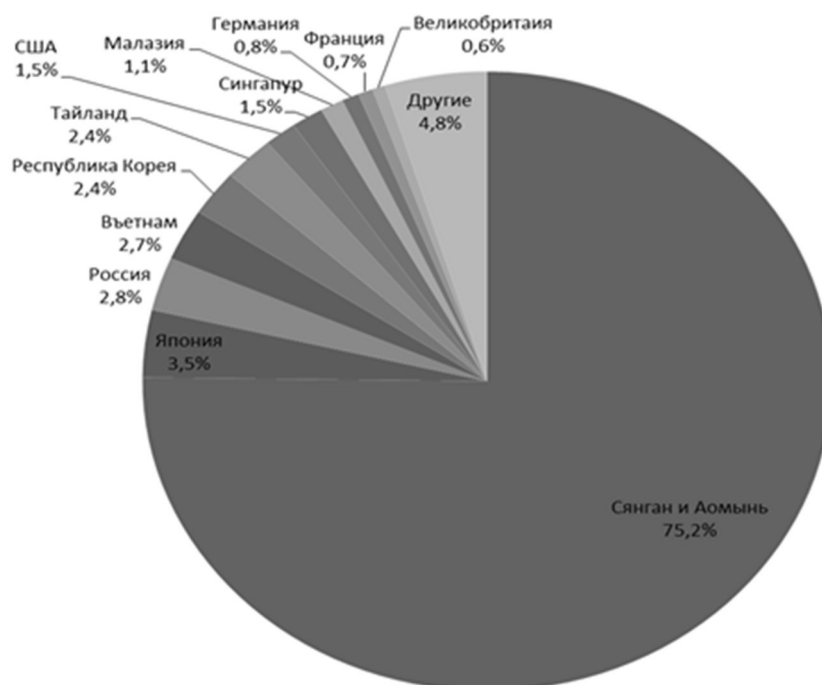


Рисунок 1. Тенденции китайского туризма

По данным федеральной службы государственной статистики в 2016г. Россию посетило 24571000 иностранных граждан:

- Китай-1289000.
- Германия-566000.



- США-239000.
- Италия-192000.
- Израиль-179000.
- Соединенное королевство-177000.
- Франция-177000.
- Республика Корея – 161000.
- Испания – 109000.
- Турция – 43000.

Отдельно число китайских туристов с 747640 в 2010 году возросло до 1289000 в 2016.

Согласно информации Государственного управления по делам туризма КНР, ежегодный прирост за последние 5 лет составляет 18%, что привело к значительному увеличению числа китайский туристов в мире (см.таб.1).

Таблица-1. Численность китайских туристов в мире за 2010-2016гг.(чел)

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Численность туристов</b>	57386500	70250000	83182700	98190000	107000000	120000000	122000000

Источник: по данным Государственного управления по делам туризма КНР

Общая численность населения КНР составляет 1378883778, что в сравнении с числом туристов означает, что путешествует каждый 11 гражданин.

Таким образом можно отметить общую тенденцию к увеличению числа туристов из Китая в мире, а также в России в частности.

Основные цели путешествия для китайца – служебная необходимость, туризм (групповой и индивидуальный), частные визиты и другое.

Особенностью туристических групп является высокая доля организованных путешествий –до 80% всех туристов едут именно в числе групп. Принимая во внимание значительную численность путешественников, 20% индивидуальных туристов – это 257800. Данная цифра значительна, ведь основной поток внутри страны – до 45% - принимают Москва и Санкт-Петербург, на третьем месте по числу туристов из Китая – Приморский край.

Согласно данным Пограничной службы ФСБ России за 2016 год китайцы посетили следующие регионы России (см. таб.2).

Таблица-2. Численность туристов из КНР по регионам РФ (чел)

Регион	Москва	Приморский край	Амурская область	Санкт-Петербург	Иркутская область	Забайкальский край	Новосибирская область	Хабаровский край	Еврейская АО
Число туристов из КНР	291515	191259	79074	72391	43558	32438	19801	19145	2809

Источник: по данным Пограничной службы ФСБ России

Выделяя факторы, способствующие развитию китайского туризма в РФ, стоит выделить следующие:

- Безвизовый туристский обмен между Россией и Китаем.
- Ослабление российского рубля по отношению к юаню.
- Активная кампания по продвижению туристических возможностей в Китае
- Реализация новой маркетинговой политики Visit Russia за рубежом.
- Организация новых туристских продуктов, ориентированных на Китай (экологический, круизный, «красный» туризм).

- Введение tax free.

- Позитивный фон вокруг российско-китайских отношений на политическом уровне.

К негативным факторам, тормозящим развитие туристских отношений можно отнести:

- Недостаток или отсутствие информации о России на китайском туристическом рынке, и особенно в китайском Интернет-пространстве.

- Недостаток ресторанов традиционной китайской кухни (особенно в регионах).

- Сервис, не ориентированный на особенности и потребности китайских туристов.

- Слабый охват прямого авиасообщения между Китаем и российскими регионами.

- Нехватка гидов-переводчиков и персонала с китайским языком.

В Китае действует система ADS (Approved Destination Status), применяемая китайским правительством в заключении соглашений с зарубежными странами и означающая, что гражданам можно путешествовать в данную страну. Кроме того, увеличение турпотока влияет смягчение визового режима и упрощение валютных взаимоотношений.

Расходы китайских туристов растут пропорционально уровню комфорта и культурной доступности выбранного направления. По данным Государственного управления по делам туризма КНР в 2016 году туристы потратили за рубежом 261 миллиард долларов США; с 2000 года ежегодный прирост данного показателя колеблется от 30 до 70% и в среднем составляет около 40% ежегодно.

Основные траты китайского туриста в порядке убывания – покупки, проживание, транспорт, рестораны, билеты в театр и музей, развлечения. По данным исследования GfK, более 58% туристов отмечают, что основная доля их затрат в путешествии приходится на шопинг. Однако эта тенденция сокращается, и шопинг перестает быть приоритетом для туристов, по-прежнему сохраняя высокую долю.

Особая роль в формировании взаимоотношений в туристской отрасли отведена программе China friendly, которая всячески способствует формированию приемлемой среды для китайских туристов в РФ.

«China Friendly» («Дружественный Китаю») — это программа, призванная создать комфортную среду пребывания для китайских туристов, и направленная на продвижение российского турпродукта на международном рынке, содействие привлечению клиентов и увеличению доходов турбизнеса.

В процессе нормализации культурного диалога стоит отметить сотрудничество стран в образовательной сфере:

- Форум ректоров вузов России и Китая 5 июля 2016 года.
- Многопрофильные молодежные обмены в 2014-2015 годах, количество участников более 60 тысяч человек.
- 22 института Конфуция в России и 22 центра русского языка в Китае;
- Обучающие программы для пекинских студентов в Университете информационных технологий, механики и оптики Санкт-Петербурга (НИУ ИТМО) с 2014 года.
- Стипендиальные программы (Пекинский технологический институт, Шеньянский политехнический университет) для российских студентов.

Сотрудничество в сфере культуры и спорта:

- «Фестиваль российского кино в Китае — 2016»;
- Фестиваль Китайской культуры в России в 2016 году;
- Фестиваль FeelRussia в Шанхае в 2015 году;
- «Куньлунь Ред Стар» - первый клуб КХЛ из Китая.

**Заключение.** Комплекс отношений между Россией и Китаем стабильно развиваются с 2001 года. Интенсивность политических связей в последние три года резко возросла и свидетельствует о поиске сторонами пути расширения взаимного сотрудничества в других сферах. Экономические связи между российским и китайским бизнесом углубляются. Россияне позитивно оценивают Китай как партнера, а китайцы Россию. Рост китайского туризма в Россию – в том числе показатель повышения политического доверия между странами. Культура – потенциальный козырь России, фактор роста ее позиций на китайском рынке.

В условиях мирового экономического кризиса развитие и продвижение туризма между двумя странами имеет важное стратегическое значение. С учетом быстрых темпов роста общего числа убытий из Китая, в обозримом будущем Китай может стать главным партнером России в области туризма. Важным направлением взаимовыгодного сотрудничества двух наших стран должно стать дальнейшее формирование на российском и китайском Дальнем Востоке единого приграничного туристского пространства, обеспеченного туристской инфраструктурой и соответствующими льготами для туристов.

Это позволит увеличить долю взаимных международных туристских посещений по сравнению с челночными «шопинг-турами».

Международный туризм прошел в своем развитии долгий путь и сегодня является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей мировой экономики. Китай и Россия имеют много общего не только в области развития туризма, но и в других сферах хозяйственной деятельности.

Анализируя состояние и структуру выездного туризма обеих стран, обобщая их положительные стороны и недостатки, мы можем исправлять ошибки и выйти на путь прогрессивного развития туризма, и, в конечном счете — содействовать укреплению дружбы, экономических и культурных связей между двумя нашими странами. Развитие взаимовыгодного сотрудничества между Китаем и Россией — это стратегически оправданный путь в будущее.

#### Список использованных источников:

1. UNWTO World Tourism Barometer // World Tourism Organization UNWTO World Tourism Barometer [Электронный ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer> (дата обращения: 29/09/2017).
2. Мельник Г. Мировой туризм переживает глобальные перемены // РИА Новости. 2017. 5.01. Ст. 7.

3. Китайский «поток» как вызов времени и месту // Туристическая Ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.visit-russia.ru/news/kitayskiy-potok-kak-vyzov-vremeni-i-mestu> (дата обращения: 29/09/2017).

4. Шопинг за рубежом перестал быть приоритетом для туристов из Китая // Интерфакс [Электронный ресурс]. URL: <http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/42694/> (дата обращения: 01.10.2017).

УДК 908

**Зелинская Е.Л.**, старший преподаватель кафедры менеджмента  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет»  
г. Севастополь

### НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ КРЫМА В ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIX ВЕКА

**Аннотация.** Зелинская Елена Львовна. Некоторые вопросы развития виноградарства и виноделия Крыма в первой трети XIX века. В статье рассмотрены основные этапы разведения виноградников и производства виноградного вина в Крыму. Отражены первые шаги в освоении крымских земель с целью промышленного виноделия в первой трети 19 века. Описан вклад Новороссийского и Бессарабского генерал-губернатора М.С. Воронцова в становлении промышленного виноделия Крыма.

**Summary.** Zelinskaya Elena Lvovna. Some questions of development of wine growing and winemaking of the Crimea in first third of 19th century. In the article are considered the main stages of cultivation of vineyards and production of grape wine in the Crimea. The first steps are reflected in development of the Crimean lands for the purpose of industrial winemaking in the first third of the 19th century. Is described the contribution of the Novorossiysk and Bessarabia governor-general M.S. Vorontsov in formation of industrial winemaking of the Crimea.

**Ключевые слова:** Крым, виноделие, виноградарство, виноградники, история виноделия

**Постановка проблемы.** На протяжении всей истории развития Крыма культура винограда и виноградарства играла в его жизни значительную роль.

Колонии греков до нашей эры и итальянцев в средние века развивали винодельческое хозяйство полуострова; имели свои виноградники и делали вино также и местные жители, населявшие Крым в те времена [1, с.127].

После древних греков виноградарством и виноделием в Крыму занимались древние римляне, о чем свидетельствуют найденные изображения винограда в виде орнаментальных украшений на стенах пантикапейских погребальных склепов, относящихся к I веку н.э.

После нашествия на Крым гуннов и в период раннего средневековья культура винограда в Крыму пришла в упадок. Не получило развитие виноградарство и при татарах, занявших Крым в XIII веке.

Виноградарство начало возрождаться на Крымском полуострове с приходом в Крым генуэзцев, которые по договору с татарским ханом основали в Кафе (Феодосии) свою колонию. За сто лет пребывания генуэзцев в Крыму они расширили свои колониальные владения от Феодосии до Балаклавы.

В XV веке, в связи с нашествием турок на Крым, культура винограда снова приходит в упадок. Целый ряд войн в XVIII столетии, ареной действий которых являлся Крым, привели к упадку виноградарства и виноделия. Выселение христианского населения Крыма (греков, армян) и других народов, промышленяющих виноделием, окончательно ухудшили состояние отрасли. К моменту присоединения к России Крым находился в опустошенном и разоренном состоянии.

И только в конце XVIII столетия, после присоединения Крыма к России, виноградарство и виноделие снова начинают восстанавливаться [2, с.104].

**Цель статьи** – изучить процессы становление виноградарства и виноделия в Крыму в первой трети XIX века.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельные аспекты истории виноделия в Крыму были отражены в работах А.М. Авидзбы, А.М. Бузни, А.Н. Гаркуша, С.Ю. Дженева, С.Г. Черемисиной, Ж.А. Шадринной, Е.П. Шольц-Куликова. Ими разработаны общие методические подходы относительно оценки эффективности функционирования виноградарства и концепции его дальнейшего развития. Исторические данные содержатся в научных трудах В.В. Навроцкого, О.С. Скрипника. Следует отметить труды Страшко Е.В. [3], Конкина Д.В. [4].

**Изложение основного материала.** Первым оценил привлекательность крымских земель для возделывания винограда князь Г.А.Потемкин. Он облюбовал порядка 13 тысяч десятин земли у побережья Ласпи, в Байдарской долине «для насаждения масличных деревьев и виноградников» [5]. На этих землях промышленные виноградники из венгерских лоз были заложены коммерции советником Вильгельмом Рувье, специально выпущенном из Франции. Тем не менее, отмечается, что в первые годы после присоединения полуострова Крым к России, несмотря на все усилия князя Г.А. Потемкина, развитие виноградарства и виноделия в Крыму не было особенно успешным.

В начале XIX века виноградарством и виноделием стали заниматься многие энтузиасты из числа новых поселенцев. Особенно бурное развитие эти отрасли получили, когда генерал-губернатором Новороссии и Бессарабии был назначен граф М.С. Воронцов в 1823 году. В разделе новостей «Журнала Министерства внутренних дел» за 1831 год сообщалось: «До 1823 года в нашем отечестве едва знали о существовании крымских вин, между тем, как оных вывозилось из полуострова от 200 до 300 тысяч ведер» [6, с. 184], «Самая же южная часть берега Крыма оставалась неизведанною и почти в неизвестности, тогда как климат и почва земли оной представляли большие удобства к производству лучших вин. Генерал-губернатор граф Воронцов первый из местных начальников усмотрел сии выгоды и оживил южный берег от Алупки до Фороса и Ласпи. Кто видел сей берег до 1823 года и взглянет на него теперь, тот, конечно, поражен будет приятным удивлением: вместо непроходимых дебрей татарских лачужек и каменных громад, он увидит удобные дороги, прекрасно выстроенные дома, изящные здания и виноградники, неуступающие лучшим иностранным» [6, с. 185].

Примеру Воронцова в разведении виноградников последовали княгиня А.С. Голицына в Кореизе, Л.А. Нарышкин в Форосе, Д.В.Нарышкин в Симеизе, граф Г.Олизар в Гурзуфе и другие землевладельцы. При графе М.С. Воронцове виноградарство стало приобретать все признаки промышленного развития. Только в 1830 году из Франции и Испании выписали 120 тысяч чубуков лучших лоз и роздали их частным лицам. В 1828 году, рядом с Никитой, открылось Магарачское училище виноделия, а в 1834 году из Франции приехал профессиональный винодел Франц Гаске, положивший начало массандровского виноделия.

В 1831 году «с дозволения правительства в Крыму учредилась компания для возделывания вина, и уже приняла свое начало» и «есть одно из надежнейших средств к усовершенствованию виноделия в России» [6, с. 186]

В уставе компании значилось «Крымская компания поставляет себе в обязанность определить по возможности качество и силу вин всех заведений в Крыму, положить конец неизвестности и непростительной, вредной, подделки оных перекупщиками под вина иностранные... Учреждение сей компании сильно подвигает крымских владельцев к изящному размножению виноградников, усовершенствование виноделия, и, миллионы рублей, платимые россиянами за иностранные вина, останутся внутри нашего отечества» [6, с. 187].

В конце 30-х годов на Крымском полуострове благодаря стараниям М.С. Воронцова насчитывалось более двух миллионов виноградных лоз [7, с. 232]. Виноградарство становилось все более выгодным. Правительственное поощрение его выразилось в указе от 14 сентября 1828 года, который утвердил наследственное право собственности на разведение виноградников при определенном количестве посаженных кустов. Платежи в казну за эти участки были льготными. В распоряжении Новороссийского и Бессарабского генерал-губернатора решено было ежегодно отпускать 16000 рублей на денежные награды и медали за успехи в области виноградарства [5, с. 236]. После 30-х годов XIX века в Крыму началось широкое строительство виноподвалов. Одним из первых являлся подвал в Форосе «Шесть лучей», сооруженный по проекту архитектора Ф.О.Шехтеля, по образцу существовавших во французской Шампани. Он вмещал от 75 до 100 тысяч ведер вина. Стараниями графа М.С. Воронцова к 40-м годам XIX века в Крыму насчитывалось уже 350 виноградарских хозяйств, а площади виноградников достигли 3,5 тысячи гектаров [5].

**Вывод.** Таким образом, расширению посадок виноградных лоз способствовало своевременное взаимодействие местных и центральных властей, которые принимают прогрессивные меры – дают разрешение на выгодных условиях выделять земли желающим заниматься этим видом деятельности.

Личный пример Новороссийского и Бессарабского генерал-губернатора М.С. Воронцова и удачное сотрудничество с губернскими властями и правительством способствовали успешному становлению виноделия в Крыму.

#### Список использованных источников:

1. Егоров, А. Крымские вина [Текст] / А. Егоров // Советский Крым. Историко-краеведческий и литературно-художественный сборник. – 1946. – № 2. – С. 127-148.
2. Болгарев, П. Виноградарство Крыма и очередные задачи его развития: исторические данные [Текст] / П. Болгарев // Советский Крым. Историко-краеведческий и литературно-художественный сборник. – 1945. – № 1. – С. 103-119.
3. Страшко Е.В. Проведение винных фестивалей, как инструмент привлечения туристов и продвижения продукции отрасли региона [Текст] / Е.В. Страшко // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. Сборник научных трудов. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – 380 с. , С. 225-229
4. Конкин Д. В. Некоторые аспекты истории виноградарства и виноделия в Крыму в конце XVIII - первой трети XIX века [Текст] // Terra Alustiana MMXI = Терра Алустиана: сб. материалов X научн. конф., посвященной 110-летию г. Алушты и 1460-летию со времени основания крепости / ГБУ РК «Центральный музей Тавриды», ГБНУ РК «Институт археологии Крыма»; [ред.-сост. В. Г. Рудницкая, И. Б. Тесленко]. - Симферополь: АнтикВА, 2015. – С. 395-404 Неяченко, И. Соперники Массандры / И. Неяченко // Таврические ведомости. – 1993. - № 29. – С.4
5. Журнал Министерства внутренних дел Ч. 4 1831. Кн. 2 Тип. Мед. деп. М-ва внутр. дел, 1831, – 205 с. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://нэб.рф/catalog/005664\\_000048\\_RuPRLIB12053781/viewer/?page=186](http://нэб.рф/catalog/005664_000048_RuPRLIB12053781/viewer/?page=186) (дата обращения: 22.12.16)
6. Захарова, О.Ю. Светлейший князь М.С.Воронцов [Текст] / О.Ю.Захарова. – Симферополь: Бизнес-Информ, 2005. – 312., илл.

## ТЕНДЕНЦИИ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зозуля В.М., Смирнов Д.В. Тенденции выездного туризма в Российской Федерации. В статье рассматривается современное состояние и перспективы развития выездного туризма в Российской Федерации. Приведена и проанализирована статистика выездного туризма из РФ.

Zozulya V. M., Smirnov D. V. The trends of outbound tourism in the Russian Federation. The article discusses the current state and prospects of development of exit tourism in the Russian Federation. Presented and analyzed the statistics of outbound tourism from Russia.

**Ключевые слова:** туризм, Российская Федерация, выездной туризм, состояние, перспективы развития.

**Постановка проблемы.** В условиях существующей социально-экономической нестабильности выездной туризм в РФ претерпевает серьезные изменения в силу действия ряда факторов (экономические санкции в отношении РФ, закрытие или ограничение для российских туристов египетских и турецких курортов, падение цены на нефть, ослабление курса национальной валюты, угроза терроризма в ряде стран, сокращение численности операторов выездного туризма и др.). В частности, сократился общий объем выездного туризма из РФ и изменилась его география.

**Цель статьи** – проанализировать статистические данные выезда граждан Российской Федерации в другие страны мира и сделать соответствующие выводы.

Как известно, выездной туризм – это туристское путешествие лиц, постоянно проживающих на территории определённого государства, в другую страну с различными целями от отдыха до деловых встреч, без занятия оплачиваемой деятельностью.

XXI век ознаменовался бурным развитием международного туризма в мире. Российская Федерация не стала исключением в этом международном тренде. При этом выездной туризм из РФ демонстрирует значительно больший объем, чем въездной (рис. 1). Так, в 2011 году из страны выехало 14,495 млн. российских туристов, а посетило Россию всего 2,335 млн. чел. (т.е. почти в 6,2 раз меньше).

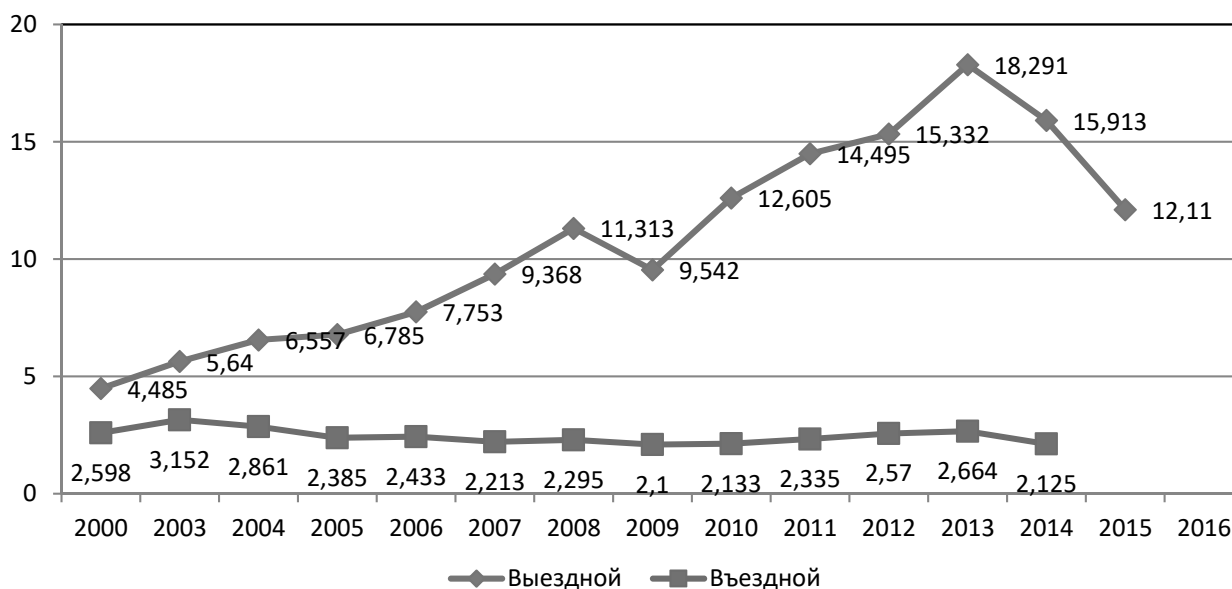


Рисунок 1 – Динамика въездного и выездного потока с целью туризма за период с 2000 по 2014 год млн. чел. (составлен по данным [5])

Анализ динамики выездного туризма в России с 2000 по 2014 годы позволяет отметить следующее. Ежегодно число граждан России, выезжающих за рубеж, растёт. Выездной туристский поток особенно стабильно рос в период с 2000 по 2008 год. В 2009 году наблюдалось его значительное снижение, которое объясняется мировым финансовым кризисом. Количество граждан, выехавших из России с целью туризма, снизилось с 11,31 млн. человек до 9,54 млн. человек. Однако уже в 2010 году ситуация стала выправляться и, как результат, рост выездного турпотока составил 32%, что выше темпа роста в 2008 году на 11 процентных пунктов [5]. В 2011-2013 гг. наблюдался рост выездного турпотока на 1,89 млн. человек в 2011 г., на 0,84 млн. чел. в 2012 г., на 2,96 млн. чел. в 2013 г.). Однако, 2014 год стал непростым для российской туристической отрасли. Ослабление курса рубля, вызванное, во многом, падением цен на нефть и политическими конфликтами, негативные тенденции развития внутри самой отрасли туризма, сыграли свою отрицательную роль в её развитии. Многие россияне отказались от заграничных поездок. В 2014 г. число выехавших за границу граждан сократилось на 2,39 млн. человек по сравнению с 2013 г. Турпоток в Россию в 2014 г. также снизился – хоть и не так ощутимо – с 2,664 млн. человек в 2013 г. до 2,125 млн. человек. [5].

2015 года стал для России годом рекордного падения объёма выездного туристского потока. Выезд россиян за пределы страны уменьшился в этом году сразу на 31,3%, составив 12,11 млн. чел. Это стало антирекордом за 18 лет [3]. Такое существенное сокращение спроса на зарубежные туры вынудило туроператоров значительно сократить объёмы бизнеса – от полётных программ до площади офисов и количества сотрудников. В 2016 году тренд сокращения объёма выездного туризма сохранился, но темпы этого сокращения снизились в 2,5 раза. Впервые в истории российского туризма для путешественников были закрыты одновременно два самых популярных направления – Египет и Турция. Это полностью изменило туристический рынок. Компаниям пришлось практически в авральном режиме переориентировать огромные объёмы турпотока внешних направлений, в том числе на внутренние. По данным Ростуризма, за год рынок покинуло 11 туроператоров, но громких скандалов, какие были после ухода «Капитал-тура», «Ланты-тур-воаяж», «Лабиринта», «Невы» и других крупных игроков, сейчас удалось избежать [10].

По прогнозам Ассоциации туроператоров России, 2017 год – год открытия турецкого направления – должен стать переломным в статистике выездного туризма. Впервые за последние 3 года ожидается положительная динамика, хотя темпы планируемого прироста выездного турпотока будут в пределах достаточно скромных 5-7% в сравнении с 2016 годом [1].

Как было выше упомянуто, выездной туризм в Российской Федерации меняет не только объёмы потока, но и географию, что обусловлено экономическими факторами (в приоритете более дешёвые направления), возникшими определёнными трудностями передвижения ряда россиян в зоне стран Европы и США вследствие ужесточающихся санкций и дипломатических войн и террористическая угроза в ряде стран Ближнего Востока.

Закрывание в 2015 году Турции и Египта, которые были главными направлениями российского выездного турпотока до этого, не только привело к общему сокращению наших туристов, но кардинально изменило географию их поездок. Весьма ощутимо было снижение турпотока в «непляжные» страны Европы. Кроме того, снижению конкурентоспособности этих стран способствовало наличие визовых барьеров и отсутствие системы «all inclusive», что автоматически вело к их удорожанию. Так, Францию в 2016 году посетило российских туристов на 7% меньше в сравнении с предыдущим годом, Чехию – на 8%. С другой стороны, в 2016 году наблюдался некоторый рост популярности тех европейских стран, которые полностью или хотя бы частично были связаны с пляжным отдыхом и где туроператоры сумели выдать конкурентоспособное ценовое предложение. Так, значительный прирост показали Кипр, Греция, Испания, даже Италия смогла прирасти на 4%. В 2016 году россияне чаще всего посещали Кипр (рост на 47,8%), Китай (30,5%), Таиланд (28,4%), Грецию (23,3%), Испанию (14%). Во многом такую тенденцию можно считать субституторской – как альтернатива Турции и Египту [9].

Открытие Турции для российских туристов привело к значительному росту продаж туров в эту страну в 2017 году. Так, по итогам первого полугодия этого года рост продаж составил в 8,78 раза [7]. Вместе с тем, существующая неопределённость с турецким направлением, периодически появляющаяся в СМИ информация о возможном повторном закрытии данного направления для российских туристов, потенциальная террористическая нестабильность вынудила россиян искать новые направления, что нашло свое отображение в статистике продаваемых туров. Так, рост продаж туров в Доминикану вырос в первом полугодии 2017 года в 3,23 раза в сравнении с первым полугодием 2016 года, на Кубу – в 2 раза, в Чехию – в 1,56 раза, во Вьетнам и ОАЭ – в 1,49 раза. Росту последнего направления способствовала отмена виз для граждан РФ [7].

Анализ статистических данных, приведенных на рис.2, показал, что Европейский союз по-прежнему остается лидером в приеме российских туристов, несмотря на то, что РФ находится под санкциями со стороны стран ЕС. Однако количество поездок россиян в страны Европейского союза сокращается – так, в 2016 г. по сравнению с 2013 годом количество турпобитий граждан Российской Федерации в страны Европейского Союза сократилось более чем на 7,8 млн.

Вектор поездок российских туристов меняется в направлении Юго-Восточной Азии. Так в 2016 г. наблюдается увеличение поездок в данный регион в сравнении с предыдущим годом, даже несмотря на отрицательную в целом по РФ динамику выездного туризма.

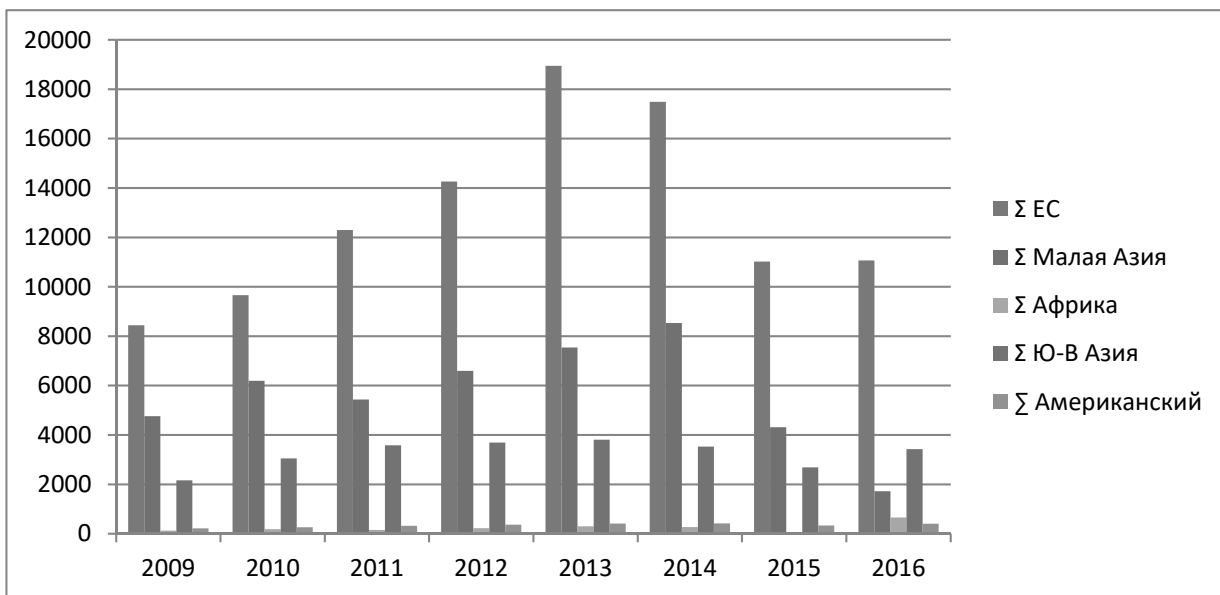


Рисунок 2 – Распределение выездного туризма в Российской Федерации по регионам мира в 2009-2016 гг. (млн. турприбытий)

В связи с закрытием Египта, видно, что россияне, стали выбирать страны для отдыха и в Африканском регионе, в частности, Марокко, Тунис и Алжир. Марокко и Алжир для российских туристов появились на туристском рынке сравнительно недавно, динамика выезда россиян в Африканский регион носит положительный характер, хотя прежде данный регион и вовсе не был известен российским гражданам.

Американский регион, не пользуется большой популярностью у россиян, в силу отдаленности и соответственно высокой стоимости туров, а также значительными визовыми сложностями.

Таким образом, в течение 2014-2016 гг. наблюдалась тенденция значительного сокращения объема выездного туризма в Российской Федерации и изменение его географии. Причиной таких изменений можно считать социально-экономические, политические и иные факторы. Существующие тренды развития выездного туризма в 2017 году позволяют прогнозировать стабилизацию выездного турпотока и выход в 2018 году на докризисный уровень при условии отсутствия резких скачков национальной валюты и угроз безопасности туристам за рубежом.

#### Список использованных источников:

1. В 2017 году выездной турпоток из России увеличится на 5-7% [Электронный ресурс]. – URL: <http://vop.ru/news/2017/05/26/Uvelichilsya-turpotok> (дата обращения – 20.08.2017).
2. Въездной туризм в Россию вырос в 2016 году на 7% [Электронный ресурс]. – URL: <http://tass.ru/obschestvo/4086662> (дата обращения – 20.08.2017).
3. Въездной поток из РФ рекордно рухнул в 2015 году [Электронный ресурс]. – URL: <http://ktovkurse.com/rossiya/vyezdnoj-turpotok-iz-rf-rekordno-ruhnul-v-2015-godu> (дата обращения – 20.08.2017).
4. Въездной туризм в РФ обвалился [Электронный ресурс]. – URL: <https://rtournews.ru/blog/articles/vyezdnoj-turizm-v-rf-obvalilsja.html> (дата обращения – 20.08.2017).
5. Дуздибаева, А. С. Современное состояние российского туризма [Текст] / А.С. Дуздибаева. // Молодой ученый. – 2015. – № 7. – С. 390-393.
6. Королева, Н.В. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/analiz-sovremennogo-sostoyaniya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения – 20.08.2017).
7. Российский выездной поток за 1-е полугодие 2017 года вырос почти на 29% [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pitert.ru/news/rossiiskii-vyezdnoi-potok> (дата обращения – 06.09.2017).
8. Российский рынок туризма сегодня [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.e-vesti.ru/ru/tourism-2015/> (дата обращения – 20.08.2017).
9. Темпы уменьшения выездных турпотоков из РФ в 2016 г снизились в 2,5 раза [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/tourism/20170317/1490272179.html> (дата обращения – 20.08.2017).
10. Туристические итоги 2016 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://travel.rambler.ru/article/3091/> (дата обращения – 06.09.2017).
11. Туристические итоги 2016 года: не всё так плохо на выездном рынке [Электронный ресурс]. – URL: [http://ratanews.ru/news/news\\_17032017\\_1.stm](http://ratanews.ru/news/news_17032017_1.stm) (дата обращения – 20.08.2017).

## СПЕЦИФИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РФ

**Золотовский В.А. Специфика правового регулирования социального туризма в РФ.** В работе рассматриваются вопросы доктринального и нормативного определения социального туризма, его сущности, специфики регулирования отношений этого вида туризма на федеральном и региональном уровнях. Определена необходимость перехода к системному регулированию в рамках специального закона. В качестве основы такого закона предложен проект модельного закона.

**Zolotovskiy V.A. Specificity of legal regulation of social tourism in Russia.** Notion the questions of the doctrinal and normative definition of social tourism, its essence, specifics of regulation of relations of this type of tourism at the federal and regional levels is considered. The necessity of transition to systems regulation within the framework of a special law is determined. As the basis of such a law proposed model law project.

**Ключевые слова:** правовое регулирование в сфере туризма, социальный туризм, закон «О социальном туризме», субъекты социального туризма, программирование в туризме.

В современных условиях социально-экономического развития приобретают актуальность вопросы обеспечения отдыха и поддержания здоровья граждан. В этой связи в Российской Федерации на разных уровнях активизировалась работа по совершенствованию режима правового регулирования в социальной сфере. Несмотря на общую негативную оценку состояния [9, С. 150; 10, С. 105; 11, С. 65-66], следует отметить, что в рамках данного направления государственной политики особое место отводится правовому регулированию отдельных вопросов сферы социального туризма. В тоже время отсутствие в государственной туристской политике системного подхода к правовому обеспечению туристских отношений в целом, а также доктринальная дискуссионность отдельных вопросов организации социального туризма определяют актуальность темы исследования.

Специфика гражданско-правовых отношений в сфере туризма обуславливает межотраслевой характер их правового регулирования. К базовым национальным источникам права в туризме следует относить: Конституцию РФ, закрепляющую обязательную охрану здоровья людей, (ст. 7), право свободно передвигаться (ст. 27), право на отдых (ст. 37), гарантированное социальное обеспечение (ст. 39), право на охрану здоровья (ст. 41), право доступа к культурным ценностям (ст. 44); Гражданский Кодекс РФ, регламентирующий договорные и недоговорные отношения в сфере туризма; Трудовой кодекс РФ, гарантирующий право на отдых и обеспечивающий защиту (компенсацию вреда) жизни и здоровья работника; ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2] (далее – ФЗ «Об основах»), закрепивший цели, принципы, формы и способы правового регулирования в туризме.

Сущность социального туризма понимается в туристской науке как потребление туристских услуг, имеющее массовый характер (туризм доступным для как можно большего количества людей), а также как деятельность, осуществляемая государственными и негосударственными организациями в интересах социально уязвимых слоев населения, с целью реализации их прав на отдых, в той или иной мере субсидируемая из средств, выделяемых государством на социальные нужды и/или иных источников финансирования. [11, С. 64]. Такой подход всецело соответствует указанному современному нормативному определению. Согласно ст. 1 ФЗ «Об основах» социальный туризм является видом туризма, туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей. Из сказанного можно сделать вывод о сложносоставном подходе государства к сущности социального туризма. С одной стороны, по своему содержанию законодатель не отделяет общую цель социального туризма от специальных видов: он может иметь культурно-познавательное назначение, историко-патриотическое, спортивное, образовательное и проч. Более того, определяя наиболее значимым признаком источник финансирования (бюджет коммерческий и некоммерческий), законодатель явно относит социальный туризм к организованному. Таким образом, в этом походе российская политика в сфере социального туризма имеет много общего с его европейской.

С другой стороны, вводя конкретизацию источников средств государственных внебюджетных фондов – «выделяемых в рамках государственной социальной помощи», законодатель явно подчеркивает особое место социального туризма в системе социальной защиты населения. Современная доктринальная трактовка и нормативное определение социального туризма указывают на его социально-обеспечительный характер, имеющий целевое специальное содержание. Главной задачей социального туризма является обеспечение права на отдых и поддержание здоровья каждого члена общества, включая малоимущих, посредством субсидирования прежде всего из государственных, муниципальных и коммерческих источников. Реализация данной задачи возможна исключительно посредством государственного регулирования в форме законодательства, а также прогнозирования и программирования развития социального туризма.



В современных условиях нормативная база социального туризма в РФ представлена федеральным и региональным законодательством, а также подзаконными нормативными актами программного характера. Остановимся на общей характеристике отдельных источников права социального туризма.

ФЗ «Об основах» стал основным правовым документом, определяющим принципы государственной политики в области туризма в целом. В нем же заложены и основы социального туризма. Законом определена основная цель государственного регулирования туристской деятельности – обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий; охрана окружающей среды; создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов; развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия. Кроме того, определяя социальный туризм как приоритетное направление государственного регулирования туризма, законодатель отнес организацию и реализацию мероприятий, способствующих развитию социального туризма к компетенции федеральных органов государственной власти в сфере туризма и соответствующих органов субъектов РФ.

Следующая группа законов формирует источники права в сфере социального туризма как инструмента социальной защиты населения. Учитывая специфику целей данного направления государственной политики, законодатель обращается к правовому регулированию одной конкретной сферы – организация лечения и профилактики заболеваний. Однако при этом, обоснованно, в систему регулирования вводятся вопросы источников средств оплаты проезда [5], размещения (в особых случаях), оказания медицинской реабилитации, лечебно-оздоровительных услуг [1; 4; 7; 6; 3], средств поддержки развития курортов [1].

Особое значение в регулировании социального туризма имеют подзаконные акты программного характера. Прежде всего, следует остановиться на содержании постановления Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 «О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)». Несмотря на то, что данная программа имеет статус целевой, и за прошедшие годы ее реализации произошли существенные качественные изменения в системе туристских кластеров, сложно дать ей положительную оценку с точки зрения интересующего нас вопроса. Фактически не один из заявленных показателей эффективности, ни одна из мер развития не коррелируется даже косвенно с задачами социального туризма.

Вместе с тем, авторы программы в определении ее основных задач и предполагаемых результатов декларативно учитывают социально-обеспечительную роль туризма. В частности, характеризуя проблему, на которую направлена программа, а авторы подчеркивают, что развитие внутреннего туризма становится актуальной задачей и одним из инструментов оздоровления нации. Оценивая социально-экономический эффект авторы программы подчеркнули, что реализация Программы «позволит решить ряд важных социальных задач, связанных с удовлетворением потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья и приобщении к культурным ценностям, а также с патриотическим воспитанием молодого поколения страны».

Аналогичным образом фактически проигнорированы важнейшие аспекты социального туризма и во втором по значению программном документе – «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года». Большая часть текста документа содержит перечисление базисных признаков (свойств) туристских дестинаций регионов России. В рамках этого описания встречается характеристика роли лечебно-оздоровительного туризма в отдельных субъектах РФ.

Наиболее определенно, хотя бы косвенная связь Стратегии с задачами социального туризма проявилась в раскрытии функции по укреплению и восстановлению здоровья населения. В этой связи, авторы программы подчеркивают необходимость уделять «особое внимание развитию лечебно-оздоровительного туризма, совершенствованию его материально-технической базы, подготовке и привлечению кадров в эту сферу и активному продвижению лечебно-оздоровительного туризма на внутреннем рынке, в том числе путем организации сотрудничества (ознакомительных и обучающих мероприятий) с медицинскими работниками. В работе с детьми и молодежью важную оздоравливающую роль играют туристские программы с активными способами передвижения по маршруту, к участию в которых необходимо привлекать учащихся образовательных учреждений».

Большее внимание социально-обеспечительный аспект социального туризма уделено в специальной Стратегии социально-экономического развития Южного федерального округа до 2020 год. Однако и в этом документе основной акцент был сделан на актуальности развития лечебно-оздоровительного сектора туризма. Следует отметить, что, несмотря на разнообразный рекреационный потенциал из всех субъектов ЮФО, основное внимание в этом вопросе была уделена Астраханская область. В частности, авторы Программы подчеркивают необходимость сконцентрировать внимание на зону лечебно-оздоровительного туризма на территории озера Баскунчак; актуальность модернизации туристско-рекреационного комплекса Астраханской области для развития лечебно-оздоровительного туризма.

Следует отметить, что из всего комплекса программных документов федерального и регионального значения наиболее близко к задачам социального туризма сформулированы задачи «Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года». Авторы Стратегии определяют одной из задач развития «социального туризма для граждан старшего поколения (лечебно-оздоровительного, культурно-

познавательного, экологического, религиозного, круизного туризма и др.)». Выделяя в качестве базового признака социально-обеспечительной сущности социального туризма снижение стоимости туристских услуг, авторы программы предлагают «сформировать единую межведомственную систему развития социального туризма для них, которая будет основана на взаимодействии органов исполнительной власти в сфере туризма, социальной защиты, здравоохранения, транспорта, культуры, предприятий туристской отрасли, некоммерческих организаций, в том числе с использованием механизмов государственно-частного партнерства».

В настоящее время практически все субъекты РФ разработали и утвердили специальные законы, регулирующие сферу туризма. Во многих из этих актов законодатели уделили внимание и социальному туризму. Однако, в большинстве случаев авторы законов субъектов о туризме, ограничивались характеристикой роли или определением сущности социального туризма. Остановимся на характеристике туристского законодательства субъектов, входящих в ЮФО.

Ст. 2 Закона Волгоградской области «О развитии туризма в Волгоградской области» относит социальный туризм к приоритетным направлениям развития туризма (Отметим, что к приоритетным направлениям развития туризма отнесен и в «Концепции развития внутреннего и въездного туризма в Волгоградской области на период до 2020 года»). Кроме того, к теме социального туризма можно отнести норму ст. 12.1., определяющей правовые основы обеспечения условий доступности для инвалидов объектов туристской индустрии и предоставляемых в них услуг. (Социально-обеспечительный характер социального туризма в Волгоградской области, подчеркивается нормами «Социального кодекса» Волгоградской области и специального Закона Волгоградской области «Об организации отдыха и оздоровления детей в Волгоградской области»).

Ст. 1 Закона Краснодарского края «О туристской деятельности в Краснодарском крае» дает определение социального туризма полностью идентичное федеральной дефиниции – «туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей». Вместе с тем, в ст. 3 Закона указано, что одним принципами государственной политики в сфере туризма являются: оказание государственной поддержки субъектам туристской деятельности, осуществляющим деятельность в сфере социального туризма; обеспечение доступности для инвалидов туристских ресурсов в соответствии с законодательством Российской Федерации в области социальной защиты инвалидов. При этом последний принцип, определен в ст. 4 Закона в качестве одной из целей государственного регулирования туристской деятельности в Краснодарском крае, а социальный туризм обозначен в качестве приоритетного направления. Очевидное внимание к социальному туризму подчеркнуто в законе нормами, направленными на создание открытой среды в туризме (ст. 11).

Закон Астраханской области «Об отдельных вопросах правового регулирования отношений в сфере Туризма» по аналогии с федеральным законом относит социальный туризм к приоритетным направлениям развития туризма в Астраханской области (ст. 4). Закон города Севастополя «О туризме и туристской деятельности в городе Севастополе» уделяет внимание вопросам социального туризма в аспекте создания условий для развития доступной среды в туризме (ст. 10). Закон Республики Крым «О туристской деятельности в Республике Крым», содержит принятое на федеральном уровне определение туризма (ст. 1). Аналогичным же образом социальный туризм отнесен к приоритетным направлениям развития туризма (ст. 7).

Подводя итоги анализа правового регулирования туризма в субъектах, следует отметить, что на сегодняшний день в России действует только одна специальная программа развития социального туризма – «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан», подпрограмма «Развитие социального туризма в Республике Башкортостан». Главной задачей программы авторы определили – обеспечение доступности туристских услуг для отдельных категорий граждан (пенсионеров, инвалидов, воспитанников детских домов). В этом же социально-обеспечительном направлении были определены и целевые показатели программы: доля пенсионеров, инвалидов, отдохнувших в социальных турах, в общем числе пенсионеров, инвалидов, получивших сертификаты в текущем году; доля воспитанников детских домов, отдохнувших в социальных турах, в общем числе воспитанников детских домов, получивших сертификаты в текущем году. Кроме того, все мероприятия программы также ориентированы на приоритетные задачи социального обеспечения: предоставление туристских услуг пенсионерам и инвалидам, в том числе пенсионерам и инвалидам с определенным уровнем доходов, а также инвалидам-колясочникам, инвалидам по зрению I группы, детям-инвалидам и сопровождающим их лицам на льготных условиях; организация туристских маршрутов для воспитанников детских домов Республики Башкортостан; организация специализированных социальных туров для отдельных категорий граждан Республики Башкортостан. Несмотря на актуальные задачи программы, необходимо подчеркнуть, что ее авторы не представили четких механизмов реализации целей, разрешения задач и достижения целевых показателей.

Завершая анализ, необходимо отметить, что в настоящее время состояние нормативно-правового регулирования в сфере социального туризма на федеральном, региональном и уровне субъектов не имеет системного характера. В общем виде мы сталкиваемся с абсолютно неорганизованной политикой в этой сфере, обуславливающей огромное количество пробелов и коллизий в регулировании. Учитывая выявленный социально-обеспечительный характер социального туризма, прежде всего, следует отметить: неразрешенность проблемы общего системного подхода к содержанию механизма правового регулирования социального туризма; отсутствие определения содержания социально-туристской услуги, а также системы субъектов социального туризма и их правового статуса; отсутствие общего подхода к решению проблемы соотношения

софинансирования из различных источников, а также системы льготирования участников софинансирования; необходимость расширения круга социальных туристов, прежде всего за счет студентов.

Очевидно, решением большинства из указанных проблем, может быть специальный закон «О социальном туризме». Отметим, что Россия имеет опыт рассмотрения проекта Федерального закона «О социальном туризме», разработанного и представленного Государственной Думой Российской Федерации»; проекта Федерального закона «О социальном туризме», разработанного и представленного Московским центром Академии туризма и Российской Ассоциацией социального туризма. Каждый из этих проектов обладал множеством недостатком (пробелы, схематичность, выборочность предмета и объектов регулирования, отсутствие необходимых дефиниций), обусловленных, прежде всего общей неразвитостью теории и практики туристского правотворчества.

В настоящее время, в случае утверждения, качественной основой законодательства в сфере социального туризма в России может стать модельный закон «О социальном туризме», подготовленный и переданный на рассмотрение Совета Межпарламентской Ассамблеи государства–участников Содружества Независимых государств в 2017 г. В рамках гармонизации правового пространства государства–участников СНГ в национальное туристское право сможет войти целый ряд актуальных вопросов социального туризма, предложенных авторами проекта: виды и разновидности социального туризма; участники правовых отношений; социальный туристский продукт; приоритетные виды социального туризма; источники финансирования; расходы на программы социального туризма; фонд социального туризма; туристская рента; туристские перевозки; отпускные чеки; средства работодателей; поощрительные и благотворительные источники; добровольчество (волонтерство); освобождение от налогообложения; виды и особенность деятельности субъектов хозяйствования в сфере социального туризма; договор оказания услуг туристского обслуживания; форма договора оказания услуг туристского обслуживания и порядок его заключения; туристская путевка (ваучер); существенные условия договора; цена и оплата услуг туристского обслуживания; аудит финансовой деятельности туроператора; предоставление услуг аттракций и аттракционов; объединения субъектов туристской индустрии в сфере социального туризма; саморегулирование в туризме; финансовая ответственность организаторов туризма и исполнителей туристских; контроль за соблюдением законодательства о социальном туризме; международные договоры в сфере туризма; ответственность за нарушение законодательства о социальном туризме [8].

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон от 23.02.1995 N 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» (ред. от 28.12.2013) // Собрание законодательства РФ. 27.02.1995. N 9, ст. 713; Российская газета. N 44. 01.03.1995.

2. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 28.12.2016) // Собрание законодательства РФ. 02.12.1996. N 49, ст. 5491; Российская газета. 03.12.1996. N 231.

3. Федеральный закон от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (ред. от 28.12.2016) // Собрание законодательства РФ. 03.08.1998. N 31, ст. 3802; Российская газета. N 147. 05.08.1998.

4. Федеральный закон от 16.07.1999 N 165-ФЗ «Об основах обязательного социального страхования» (ред. от 03.07.2016) // Собрание законодательства РФ. 19.07.1999. N 29, ст. 3686; Российская газета. N 139. 21.07.1999.

5. Федеральный закон от 17.07.1999 N 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 19.07.1999. N 29, ст. 3699; Российская газета. N 142. 23.07.1999.

6. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (ред. от 29.07.2017) // Российская газета. N 263. 23.11.2011; Парламентская газета. N 50. 24.11-01.12.2011; Собрание законодательства РФ. 28.11.2011. N 48, ст. 6724.

7. Федеральный закон от 28.12.2013 N 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» (ред. от 21.07.2014) // Российская газета. N 295. 30.12.2013; Собрание законодательства РФ. 30.12.2013. N 52 (часть I), ст. 7007.

8. Модельный закон о социальном туризме: проект. СПб, 2017 / [Электронный ресурс]. – URL: [www.travelglossary.ru/knowledge/files/modelnii\\_zakon\\_.docx](http://www.travelglossary.ru/knowledge/files/modelnii_zakon_.docx) (дата обращения: 25.09.2017 г.).

9. Алексеева Е.В., Тарасов А.Е. Состояние, проблемы и перспективы развития социального туризма в России // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2015. №11. С. 149-151.

10. Соколова Н.А. Социальный туризм в системе социальной защиты населения // Вестник Омского университета. Серия «Право». 2007. № 3 (12). С. 99–106.

11. Стрижова О.С., Праздничкова Н.Н. Социальный туризм в России: проблемы и перспективы развития // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2014. № 1. С. 64-68.

**РАЗВИТИЕ ТУРИНДУСТРИИ РЕГИОНОВ ЗА СЧЕТ ВВЕДЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СБОРА**

**Зяблова А.А. Развитие туриндустрии регионов за счет введение туристического сбора.** Развитие туризма требует огромных денежных средств, которых зачастую не хватает в бюджете отдельных регионов. Правительством РФ был разработан закон, предусматривающий взимание курортного сбора в некоторых из них. Однако мнения относительно целесообразности введения данного налога расходятся.

**Zyablova A. A. the Development of tourism regions due to the introduction of a tourist tax.** The development of tourism requires a big amount of money, which is often not enough in the budget of the region. The Government of the Russian Federation has developed a law that provides to collect resort fees in several regions. However, opinions on the expediency of introducing this tax differ.

**Ключевые слова:** курортный сбор, туриндустрия, развитие туризма, улучшение туристской инфраструктуры

Любая отрасль народного хозяйства нуждается в улучшении и развитии. Развитие туриндустрии в РФ будет способствовать росту числа российских туристов, улучшению инфраструктуры регионов, развитию богатого потенциала России в области туризма, а также улучшению имиджа России в глазах как российских, так и иностранных туристов.

На сегодняшний день остро стоит проблема в необходимости создания благоприятных условий для развития туризма. Долгое время в России вопросам финансирования в туриндустрию не уделялось должного внимания. Однако в течение последнего десятилетия было разработано несколько программ, направленные на создание конкурентоспособного турпродукта.

Регионального бюджета часто не хватает на поддержание и улучшение туристской инфраструктуры. Частные инвесторы опасаются вкладывать свои денежные средства в туристическую сферу, а в период кризиса некоторые инвесторы приостановили финансирование. Поэтому с целью привлечения дополнительных средств на развитие туризма в ряде регионов был разработан закон о введении курортного сбора, который вступит в силу с 1 мая 2018 года. Пилотный проект будет реализован в четырех регионах: республике Крым, Краснодарском, Алтайском и Ставропольском краях - регионы, где существуют огромные возможности для развития туризма, но также есть ряд серьезных проблем.

В результате вхождения республики Крым в состав РФ, в регионе резко возрос уровень въездного туризма. В 2016 году Крым принял 5,57 тысяч туристов (на 21% больше, чем в 2015 г.) [1]. Крым обладает огромным туристическим потенциалом, так как обладает уникальными природными ресурсами. В Крыму развиты следующие виды туризма: рекреационный, познавательный, этнографический, событийный, оздоровительный и многие другие. Однако для поддержания высокого уровня потока туристов необходимо решение ряда серьезных проблем, тормозящих развитие индустрии: неразвитость инфраструктуры, низкое качество обслуживания, изношенное оборудование в оздоровительных комплексах, низкая квалификация персонала, низкая транспортная доступность.

Популярным курортом России также является Краснодарский край. Благоприятный климат, море, сезонные фрукты и овощи, туристская инфраструктура в крупных городах, оздоровительные учреждения - все это привлекает туристов в Краснодарский край не одно десятилетие. С другой стороны, в регионе есть слабые места, которые препятствуют эффективному функционированию санаторно-курортной зоны: необходимость благоустройства пляжных территорий, решение экологических проблем, неэффективность использования природных ресурсов (в том числе лечебной грязи), ярко выраженная сезонность.

Российские туристы также посещают Ставропольский край с целью оздоровления и отдыха. Основным местом, которое выбирают туристы для данных целей, является Кавказские Минеральные Воды. Однако КМВ во многом проигрывают подобным курортам за границей в связи с низкой развитостью туристской инфраструктуры, необходимостью благоустройства рекреационных зон, негативным имиджем курорта, низкой долей иностранных туристов (около 1%) [2].

Алтайский край является богатейшим регионом по наличию природных, водных и рекреационных ресурсов. Здесь разработаны неповторимые маршруты, одни из которых требуют специальной подготовки, а другие подойдут для любителей пеших прогулок, прогулок на лошадях, водных сплавов. Белокуриха является знаменитым горнолыжным и бальнеологическим курортом. С другой стороны, в регионе существует ряд проблем, решение которых способствует привлечению дополнительного числа туристов: плохой инвестиционный климат в крае, дефицит гостиничных мест, узкая ориентированность на VIP клиентах, низкое качество путей сообщения.

Пилотный проект будет функционировать в данных регионах четыре с половиной года (до 2022 года). По его результатам будет принято решение о том, стоит ли вводить данный сбор на всей территории России. Основной целью данного законодательного акта является поддержание, восстановление и развитие курортов, создание необходимых условий для устойчивого развития сферы туризма, формирование единого туристского пространства [3].

Региональные власти смогут самостоятельно устанавливать размер курортного сбора, территории, где он будет взиматься, а также сроки уплаты от операторов (средств размещения). В законе предусмотрен верхний порог размера сбора: не более 50 рублей в 2018 году и 100 рублей в последующие годы [3].

Мнения относительно целесообразности введения курортного сбора разделились. Многие считают, что 50-100 рублей не слишком обременительная сумма, зато польза для развития туризма в регионе колоссальная (таблица 1). Данные средства можно применить на оборудование пляжей, в том числе и для людей с особыми потребностями, восстановление памятников архитектуры, облагораживание парков и садов, скверов и набережных. С другой стороны, некоторые туристы отмечают, что для них это существенная сумма и при выборе места отдыха выбор падет на отдых за границей (например, на популярных среди российских туристов курортах Турции, Болгарии, Туниса). По результатам опроса фонда «Общественное мнение», 68% россиян против введения данного сбора, только 18% положительно относятся к данной идее и 14% затрудняются ответить [4].

Таблица 1- Положительные и отрицательные стороны введения курортного сбора в РФ [4]

	<b>Положительное влияние, оказываемое введением налога</b>	<b>Отрицательное влияние, оказываемое введением налога</b>
<b>Влияние на регион</b>	1. Развитие инфраструктуры региона 2. Восполнение дефицита бюджета 3. Создание благоприятных условий для развития туристической отрасли	1. Некоторая часть денег пойдет на административные нужды, связанные с взысканием данного налога 2. Взимание курортного сбора может привести к тому, что туристы будут отдавать предпочтение отдыху зарубежом 3. Увеличение числа официально не зарегистрированных объектов размещения 4. Ухудшение имиджа российских курортов
<b>Влияние на туристов</b>	1. Улучшение туристской инфраструктуры: пляжи, набережные, парки, скверы. 2. Видимый результат от своих вложений через несколько лет	1. Некоторые отели будут включать курортный сбор в стоимость проживания, что приведет к увеличению цены за номер 2. Дополнительные расходы для многих туристов являются крайне нежелательными

Однако закон о курортном сборе далеко не новая идея и имеет свою историю. Впервые курортный сбор был введен в СССР в 1933 г. постановлением Центрального Исполнительного комитета (ЦИК). Согласно данному закону все граждане (кроме двух льготных категорий-военнослужащие и малоимущие) должны были одновременно оплатить 3 рубля на благоустройство курортов. Далее, с течением времени, сбор видоизменился по форме оплаты и размера платежа. Так, с 1936 г. сбор заменила единая государственная пошлина на путевки. А с 1960 г. сбор начал взиматься с самих санаториев и домов отдыха профсоюзными организациями. Однако сбор не взимался с тех, кто приехал самостоятельно и без профсоюзных путевок.

В 1991 г. Б.Н. Ельцин подписал закон о «курортном сборе с физических лиц», который предполагал уплату отдыхающими налога в размере до 5% от минимального размера оплаты труда (МРОТ). Следует отметить, что сбор часто не оплачивался туристами в виду отсутствия контроля и постоянного роста МРОТ, который использовался для расчета ставки налога. Однако закон РСФСР «о курортном сборе с физических лиц» утратил силу лишь с 2004 г. Идея о возвращении сбора выдвигалась в 2011 г. мэром Анапы и губернатором Ставропольского края и в 2014 г. премьер-министром Д.А. Медведевым, но определенного развития это не получало. Только в 2016 г. В.В. Путин поручил начать разработку закона о курортном сборе и потребовал, чтобы к данному вопросу подошли с особой осторожностью. Экспериментальный проект нового федерального закона о курортном сборе в четырех регионах был разработан Министерством РФ по делам Северного Кавказа. В апреле 2017 г. проект был одобрен российским правительством: за проголосовало 317 депутатов, 61-против и 2-воздержались [5].

Опыт взимания туристического сбора существует не только на территории РФ, но и в ряде других стран. Сбором облагаются все туристы, посещающие ту или иную страну, где он предусмотрен. В разных государствах принята различная форма взимания налога: в гостинице, в аэропорту при въезде или при

отъезде (таблица 2). Кроме того, часто сбор зависит не только от города, но и от района расположения или от категории гостиницы.

Таблица 2 – Сравнение туристического налога в разных странах [6]

	<b>Австрия</b>	<b>Балеарские острова (Ибица, Майорка, Менорка)</b>	<b>Вьетнам</b>	<b>Италия</b>	<b>Франция</b>	<b>Марокко</b>
<b>Размер налога</b>	1 – 2,5 евро в день (≈ 70 -140 руб.)	1-2 евро в день (≈ 70 -140 руб.)	1 доллар в день (≈ 60 руб.)	Зависит от региона (но не более 5 евро в сутки)	0,2- 1,5 евро (≈20- 100 руб.) за ночь	9 евро и 36 евро (≈630 и 2500 руб. )
<b>Способ оплаты</b>	В отеле при расчете за проживание	По прибытию в отель	В отеле	В отеле	При выезде из отеля	При отбытии из страны
<b>С какого года действует закон о взимании налога</b>	С 1 ноября 2008 г.	С 1 июля 2016 г.	С 1 января 2014 г.	С 2010 г. В Риме, с 2011 г. В др.городах	С 1994 г. В Париже, в Ницце с 1990 г.	С 1 апреля 2014 г.
<b>На какие нужды идет налог</b>	Улучшение туристической инфраструктуры	Очистка пляжей и прибрежной зоны, восстановление экологии	Улучшение качества туристической инфраструктуры	Охрана окружающей среды	Возмещение ущерба от большого числа туристов	Сохранение национального наследия
<b>С кого взимается</b>	С каждого туриста	Все приезжающие на архипелаг туристы	Отдыхающие на побережье Южно-Китайского моря	Лица, забронировавшие и оплатившие расходы по поездке через туристическое агентство или туроператора	Со всех путешественников	Рейсы из Марокко
<b>Льготные категории граждан</b>	Дети до 14 лет	Дети до 15 лет	-	Отличаются в разных регионах	Дети до 13 лет	Транзитные пассажиры
<b>Другие особенности</b>	В Вене сбор составляет 3,2 % от стоимости номера	Для всех типов размещения, в т.ч. частное жилье	Также есть налог на осмотр некоторых достопримечательностей	В Риме сбор составляет 2-7 (≈140-490 руб.) евро/день, во Флоренции 1-5 евро	-	Размера налога зависит от стоимости авиабилетов

На сегодняшний день в Евросоюзе 14 стран, в которых взимается туристический налог. Однако 11 стран отказались от идеи вводить данный сбор, остальные страны находятся в размышлениях. Перед началом путешествия туроператоры советуют отдыхающим уточнить размер туристического сбора в конкретной стране и регионе.

Курортный сбор является экспериментальным проектом в четырех регионах РФ. Субъекты, на территории которых будет действовать сбор, обязаны опубликовывать в интернете информацию о ходе выполнения работ по улучшения туристской инфраструктуры, отремонтированных и построенных объектах, улучшению пляжей, садов, парков. По результатам будет сделан вывод о необходимости введения данного налога в других крупных туристических городах.

#### Список использованных источников:

1. Турпоток в Крым перестал расти / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.infox.ru/news/216/lifestyle/travel/173500-turpotok-v-krum-perestal-rasti> (дата обращения 27.08.2017 г.)
2. Состояние и перспективы развития сферы услуг Ставропольского края Киселев В.В. / [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-sfery-uslug-stavropolskogo-kraja> (дата обращения 28.08.2017 г.)
3. Федеральный закон от 29.07.2017 N 214-ФЗ «О проведении эксперимента по развитию курортной инфраструктуры в Республике Крым, Алтайском крае, Краснодарском крае и Ставропольском крае» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=home#doc/LAW/221174/1000000001,0/0> (дата обращения 28.08.2017 г.)
4. Идея курортного сбора не понравилась большинству россиян / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.interfax.ru/russia/573562> (дата обращения 28.08.2017 г.)
5. Принят закон о курортном сборе в Крыму, на Алтае, Кубани и Ставрополье [Электронный ресурс]. – URL: <https://meduza.io/news/2017/07/19/prinyat-zakon-o-kurortnom-sbore-v-krymu-na-altae-kubani-i-stavropolie> (дата обращения 28.08.2017 г.)
6. Туристический налог в разных странах / [Электронный ресурс]. – URL: <https://city.travel/info/tourtaxes> (дата обращения 29.08.2017 г.)

УДК 338.486

**Ибрагимов Э. Э.**, д.э.н., доцент  
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,  
искусств и туризма»,  
г. Симферополь

### ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

**Ибрагимов Э.Э.** Влияние социально – экономической результативности в сфере туризма и рекреации. В работе рассматриваются подходы к определению социальной результативности рекреации и туризма. Выяснено сущность социальной результативности рекреации и туризма, определены особенности современного состояния развития туристско-рекреационной деятельности. Обобщены основные социальные эффекты влияния туризма и рекреации на личностное развитие, здоровье населения, развитие национальной экономики. Выделены позитивные и негативные эффекты, внутренние и внешние эффекты рекреации и туризма.

**Ibragimov E. E. the Influence of socio – economic performance in tourism and recreation.** In the work explore approaches to determining the social impact of recreation and tourism. Clarified the essence of the social impact of recreation and tourism, the features of the current state of development of recreation and tourism activities. Summarizes the main social effects of recreation and tourism on the personal development, health, population, development of the national economy. Highlights positive and negative effects of internal and external effects of recreation and tourism.

**Ключевые слова:** туризм и рекреация, социальная результативность, социальные эффекты, социально-экономическая эффективность, внутренние и внешние эффекты.

Важным социальным аспектом развития туризма и рекреации является мощное влияние туристско-рекреационной деятельности на человеческое развитие, обеспечение оздоровления и отдыха населения, проведения содержательного досуга. Развитие человека является основной целью и критерием общественного прогресса. Основные цели человеческого развития формируются в трех направлениях:

- первый – возможность прожить долгую жизнь, поддерживая хорошее состояние здоровья;
- второй – доступность знаний, получения образования;
- третий – наличие средств, обеспечивающих достойный уровень жизни [1, С.293].

Рекреация способствует укреплению и поддержанию здоровья и долголетия, которые являются важнейшими предпосылками человеческого развития. Образование, культура, интеллектуальный потенциал – это мощные факторы решения важных социальных задач, связанных с достижением эффективной самореализации населения во всех аспектах человеческой жизнедеятельности – трудовом, общественном,

личном; это сферы, которые приобретают первостепенное значение в обеспечении экономического роста (за счет повышения производительности труда), справедливого распределения национального дохода, уменьшение преступности, рост уровня культуры, повышение качества жизни, расширение возможностей выбора [2].

Туризм выступает одной из привлекательных форм образования, расширение мировоззрения человека, а, как известно, образованнее люди проявляют больший спрос на качественные туристические услуги. Культурное многообразие и сохранение культурной самобытности являются важными факторами развития туризма. Следовательно, развитие туризма и рекреации является и индикатором человеческого развития, и фактором социально-экономического роста и повышения благосостояния в России. Углубление теоретико-методологических основ исследования социальных аспектов развития рекреации и туризма, в частности обобщения подходов к определению социальной результативности рекреации и туризма, является одной из важнейших актуальных проблем современной экономической науки.

Значительный социальный и экономический эффект туризма и рекреации позволяет отнести данную сферу к так называемым общественным благам, что ограничивает возможности рыночной системы организации экономической деятельности в этой сфере и имеет ряд противоречивых аспектов. Среди них – ограниченность (несовершенство) конкуренции, часто связанной с уникальным для потребителя характером определенных видов рекреационно-туристических услуг; наличие значительных позитивных и негативных эффектов, внутренних и внешних эффектов; существование рынков рекреационно-туристических услуг, где рыночное саморегулирование (в основном на социально значимые виды услуг) не действует.

Проблемы социально-экономической эффективности функционирования рекреации и туризма, определение мер ее повышения в России и мире находятся в центре внимания экономической науки. Наиболее глубоко и системно рассматриваются особенности туризма и рекреации как сферы рыночных отношений, проблемы развития рекреационно-туристической деятельности, оказание рекреационно – туристических услуг населению, а также разработка и реализация государственной и региональной политики в отношении развития туризма и рекреации в работах целого ряда ученых, таких как Величко В.В., Герасимчук, Гришнова Е.А., Гудзь. и др. [1-5]. Однако, исследования социальной результативности сферы рекреации и туризма, определение их влияния на экономику страны и общественное развитие требуют более полного научного обоснования.

Цель статьи заключается в обобщении подходов к определению социальной результативности рекреации и туризма, выяснении сущности социальной результативности рекреации и туризма, определении особенностей современного состояния развития рекреационно-туристической деятельности, обобщении основных социальных эффектов влияния туризма и рекреации на личностное развитие, здоровье населения, социально-экономическое устойчивое развитие территорий.

Изложение основного материала исследования. Россия имеет все потенциальные возможности для развития туризма и рекреации и усиление их влияния на социальные аспекты жизни населения: отдыха и оздоровления, повышение интеллектуальных возможностей и культурного уровня человека, в целом – повышение качества жизни. Все это могут обеспечить уникальные природно-климатические, исторические, культурные и этнографические ресурсы. Большой вклад имеют регионы Северного Приазовья, Кавказа, после воссоединения необходимо назвать Крым, а также богатые исторические памятники и культурное наследие российских городов и сел.

Исследование проблем социально-экономической эффективности требует четкого определения основных категорий и величин, необходимых для ее вычисления. Экономическая эффективность – это понятие, которое характеризует результативность осуществленных затрат, это – соотношение между понесенными расходами и полученными экономическими результатами. Экономическая эффективность раскрывается целым комплексом показателей, как правило, стоимостных: производительностью труда, фондоотдачей, материалоотдачей, нормой прибыли и тому подобное.

Социально-экономическая эффективность – это соотношение полученных результатов относительно осуществленных расходов в различных сферах общественной жизни. Оценить социально – экономическую эффективность гораздо сложнее, потому что не все результаты, даже очень важные, могут быть выражены в стоимостной форме.

Оценивать эффективность, рациональность затрат ресурсов на любые цели необходимо на основании определенных критериев. Такими критериями могут быть экономность, продуктивность и результативность. Экономичность характеризует затратную, ресурсную сторону эффективности. Согласно данному критерию, расходы должны быть минимально возможными.

Производительность – это соотношение объемов продукции или услуг с величиной затрат на их производство. Результативность характеризует соответствие расходов и достигнутых результатов конкретным целям. Если при оценке производительности внимание концентрируется на окупаемости расходов, то при анализе результативности – скорее на степени соответствия полученных результатов определенным потребностям и целям общества [6, С.146].



Производительность и результативность выражают, по существу, различные аспекты эффективности. Выделение их обусловлено тем, что между этими критериями могут возникать противоречия. Так, например, производительность может возрастать при наличии экономии от масштаба, тогда как с точки зрения результативности целесообразно ограничиться меньшим объемом.

В условиях резкого сокращения государственного финансирования социальной сферы большинство учреждений стоят перед сложной задачей обеспечения эффективного функционирования в условиях ограниченных ресурсов. Повышение эффективности будет предусматривать различные меры в зависимости от того, какие критерии эффективности будут взяты за основу. Если целью является просто снижение затрат, то это проявится в их сокращении, и в первую очередь – расходов на заработную плату работников, поскольку это самая весомая затратная статья. Результат в данном случае важен только количественный – уменьшить расходы независимо от выпуска [6, С.159].

Повышение производительности деятельности предполагает сопоставление затрат с предполагаемым количеством обслуженных/оздоровленных человек. Любое учреждение пытается снизить расходы на одного потребителя, увеличивая или уменьшая их численность реальные расходы. В то же время рост производительности может не означать, соответственно, конечной результативности.

Экономность и продуктивность характеризуют экономический аспект эффективности, т. е. величину затрат и соотношения величины затрат и полученного продукта, эффекта. Результативность раскрывает социально-экономический аспект эффективности, то есть адекватность результата деятельности социальным и экономическим целям общества.

Кроме того, эффективность может иметь внутренний и внешний аспекты [6, с.147]. Внутренняя, или производственная, эффективность выражает производительность и результативность производства рекреационно-туристических услуг с точки зрения отрасли, ее внутренних целей и задач. Внешняя эффективность, или эффективность обмена, выражает меру, которой «произведенные» отраслями рекреации и туризма, ее субъектами, учреждениями результаты соответствуют требованиям и поставленным целям общества.

Важность повышения эффективности функционирования туризма и рекреации обуславливается не только непосредственной ценностью для человека, но и тем фактом, что эти расходы являются инвестициями с последующей отдачей. В данном случае речь идет про экономический аспект эффективности – отдачи от затрат на рекреацию и туризм. Для общества отдача от затрат на рекреацию и туризм проявляется в повышении производительности труда, росте совокупных макроэкономических показателей: ВВП, ВНП, национального дохода и тому подобное.

Как уже неоднократно подчеркивалось выше, роль туризма и рекреации в общественном развитии нельзя сводить только к ее влиянию на экономический рост. Наряду с задачами экономического характера туризм и рекреация выполняют и другие очень важные социальные функции. Общество желает не только ускорить экономический рост и повысить рост на душу населения, но и также улучшить распределение и влияние туризма и рекреации на людей. Обеспечение такой роли туризма и рекреации в течение периода бюджетной экономии вместе с повышением результативности туризма и рекреации требует внешней и внутренней эффективности последних.

Внешняя эффективность туризма и рекреации, которая заключается в воздействии на устойчивое развитие общества, зависит от ее внутренней эффективности. Они могут быть относительно независимыми, иметь свои самостоятельные значения. В то же время их нельзя разрывать, эффективность туристско-рекреационной деятельности должен рассматриваться в единстве внешнего и внутреннего аспектов.

Экономическая эффективность охватывает показатели, которые подлежат стоимостной оценке [6, С.158]. Безусловно, далеко не все стороны туристско – рекреационной деятельности могут быть оценены стоимостные. Самой большой проблемой для ученых и практиков в туристско – рекреационной сфере выступает разработка алгоритма оценки широкого спектра социально-экономических результатов рекреации и туризма. Эта проблема еще требует своего дальнейшего исследования.

Показателем внутренней экономической эффективности туризма и рекреации на макроуровне выступает показатель стоимости обслуженных (оздоровленных) человек, выражающий совокупные затраты государства на содержание коллективных средств размещения различных уровней (в том числе санаторно-курортных, гостиничных и аналогичных средств размещения). Величина расходов на одного туриста (рекреанта) является важным показателем, который свидетельствует о том, в какую сумму обходится государству (или другим субъектам) обслуживание (оздоровление) одного лица за определенный срок времени (как правило, год). В то же время этот показатель не должен быть жестким ориентиром в повышении эффективности туристско-рекреационной деятельности.

Показатели рекреационно-туристических исходных ресурсов, процессов и конечных результатов обслуживания/оздоровления лиц является, по сути, сырыми описательными данными. При оценке результативности в данном случае невозможно ориентироваться на универсальные показатели прибыльности, и поэтому необходимо разрабатывать специальные индикаторы достижения целей.

Критерии количества достижения целей туризма и рекреации охватывают количественные параметры функционирования туристско-рекреационной сферы. Эти параметры, прежде всего, должны характеризовать исходные ресурсы туризма и рекреации, в частности:

- количество объектов туризма и рекреации (специализированных средств размещения, гостиниц и аналогичных средств размещения, субъектов туристической деятельности);
- среднее количество штатных работников;
- доходы от предоставляемых услуг (без НДС, и других платежей);
- охват населения различными видами услуг, а также обеспечение населения, рассчитанное на 10 тыс. чел.

Объем исходных ресурсов свидетельствует о то состоянии рекреации и туризма, имеющийся в стране.

Выяснение системы критериев и показателей эффективности туристско – рекреационной деятельности позволяет исследовать, какие мероприятия и направления применяются и какое они имеют влияние с точки зрения как экономической, так и социальной эффективности. Данные по расходам, взятые изолированно, не имеют смысла. Конкретная высокочрезвычайная деятельность может быть высокоэффективна, а низкочрезвычайная деятельность – низкоэффективной и убыточной. Так, например, с целью повышения эффективности расходов на заработную плату может повышаться интенсивность использования труда врачей или других работников, увеличиваться их нагрузки.

Относительно туристско-рекреационной сферы могут использоваться такие критерии достижения целей: количества (количество учреждений туризма и рекреации и субъектов туристической деятельности, количество туристов (рекреантов) и т. п), качества (расходы на одного обслуженного (оздоровленного), равенства (охват различных категорий и слоев населения) и соответствия (достижения определенных результатов: увеличение продолжительности жизни, сокращение смертности и т. д).

Решающей частью эффективной системы менеджмента туризма и рекреации выступает комплекс показателей эффективности, результативности и равенства, которые характеризуют отношение результатов или достижений к затратам и поэтому выступают показателями эффективности высшего уровня (при условии корректировки нерыночных результатов). Показатели эффективности тогда могут быть сравнимы во времени, а также между странами для выяснения направлений, по которым рекреационно-туристическая сфера хорошо работает и за которыми требует улучшения.

**Выводы.** Сфера туризма и рекреации является важной частью национальной экономики, осуществляющая широкий круг экономических и социальных эффектов. Социальная результативность данной сферы заключается в воздействии на развитие личности человека, укрепление здоровья, улучшении социальных показателей экономического развития. В то же время повышение социальной результативности туризма и рекреации определяется продуманностью и эффективностью государственной политики, ее ориентации на достижение общественно значимых целей.

Перспективы дальнейших научных исследований в этой сфере заключаются в следующем:

- разработка стратегий устойчивого развития туризма и рекреации на различных уровнях;
- выработка комплексной методики оценки туристско-рекреационного потенциала территории на национальном, региональном и локальном уровнях;
- совершенствование механизмов управления рекреационными зонами;
- прогнозирование развития региональных и локальных рекреационно-туристических рынков на основе их мониторинга.

#### **Список использованных источников:**

1. Гришанова, О.А. Человеческое развитие [Текст] / О.А. Гришанова. – К.: КНЭУ, 2006. –308 с.
2. Гришанова, О.А. Туризм и рекреация – как факторы человеческого развития [Текст] / О.А. Гришанова // Материалы докладов II научно-практической конференции «Информационные технологии в управлении туристической и курортно-рекреационной экономикой» (Смоленск, 15-16 сентября 2006 г.).
3. Величко, В.В. Организация рекреационных услуг [Текст] / В.В. Величко // Х.:ХНУМГ, 2013. – 202 с.
4. Герасимчук, З.В. Региональная политика развития рекреационной сферы: механизм формирования и реализации [Текст] :Монография / З.В. Герасимчук, М.В. Глядина. – Луцк: Надстрия, 2006. – 164 с.
5. Гудзь, П.В. Экономические проблемы развития курортно-рекреационных территорий [Текст] / П.В. Гудзь. – Липецк: Юго-Восток, 2001. – 270 с.
6. Каленюк, И.С. Образование в экономическом измерение: Потенциал и механизм развития [Текст] / И.С. Каленюк. – М.: Кадры, 2001. – 326 с.

**Кирова Т.А.**, кандидат экономических наук,  
доцент, руководитель отдела  
науки и инновации

ОЧУ ВО «Армавирский социально-психологический институт»,  
г. Армавир

**Пилко Е. Д.**, обучающаяся 2 курса  
направления подготовки «Экономика»

ОЧУ ВО «Армавирский социально-психологический институт»,  
г. Армавир

## РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО И ВИННОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

**Кирова Т.А., Пилко Е.Д. Развитие гастрономического и винного туризма в Краснодарском крае.** В работе рассматриваются отдельные вопросы современного состояния гастрономического и винного туризма в Краснодарском крае.

**Kirova T. A., Pilko E. D. The Development of gastronomy and wine tourism in the Krasnodar region.** In the work discusses certain issues of the modern state of gastronomic and wine tourism in the Krasnodar region.

**Ключевые слова:** гастрономический тур, винный тур, фестиваль, экскурсия, дегустация, сомелье.

Каждый год, в станице Тамань устраивается известный и популярный праздник под названием «таманская лоза». Это событие тянет на статус самого настоящего фестиваля. Всем гостям предлагается не только попробовать, но и купить вина, произведенные местными мастерами. Большинство туристических агентств устраивает экскурсии в аграрный центр со сложным для русского уха названием «Мысхако». Это предприятие, основным делом которого является производство вина, официально носит статус «Поставщик Кремля». Это уже говорит очень о многом.

Экскурсионных гастрономических туров существует много, и они самые различные. Есть и элитные, и бюджетные. В зависимости от желания, в туре может участвовать сомелье с многолетним опытом. В процессе тура происходит знакомство со всем процессом изготовления вина. А также раскрываются некоторые тонкости профессии, которые отличают хорошего дегустатора от плохого.

Каждый год в Краснодарском крае проходят, большие по масштабу, арбузные фестивали. Практически каждый человек любит арбузы. Хотя бы дольку-другую съесть любит каждый, а если этот арбуз настоящий, кубанский, так сказать, сахарный – то можно легко съесть и половину «ягоды», даже этого не заметив. Поэтому арбузные фестивали собирают большое количество гостей год от года.

Приехав на любой из таких праздников, всегда можно вволю наесться самых разных арбузов, однако, фестивали этим не заканчиваются. В их программу нередко оказывается включено такое любопытное представление, как художественная арбузная резка. Если подумать, что из арбуза можно вырезать разве что пародию на тыквенную страшилку под Хэллоуин, то это большое заблуждение. И местные мастера убедительно могут это доказать, продемонстрировать потрясающие по своей сложности и воздушности рисунки, исполненные на арбузной корке и нежной рубиново-алой мякоти. Это настоящие произведения искусства [1].

Немалый интерес у туристов вызывает также «Фестиваль казачьей кухни и сала», который проходит в Темрюкском районе. Если действительно являться любителем необыкновенных впечатлений, то нужно не упустить возможность побывать на единственном агротуркомплексе под названием «Мир экзотики». Это событие проходит в городе под названием «Горячий Ключ».

Это действительно весьма экзотическое местечко, поскольку тут выращивают страусов – африканских и австралийских. Туристам дается возможность поближе познакомиться с непривычными блюдами из страусиного мяса и страусиных же яиц. Вне всякого сомнения, гастрономический туризм со временем развивается и пользуется все большим спросом год от года. Это вполне понятно, ведь все хотят не просто поехать по другим городам и посмотреть на достопримечательности, но еще и интересно и вкусно поесть. А в процессе – получить новые знания о культурах народов, населяющих привычный, казалось бы, Краснодарский край.

### Список использованных источников

1. Международная ассоциация гастрономического туризма / [Электронный ресурс] – URL: [www.worldfoodtravel.org](http://www.worldfoodtravel.org) (дата обращения 15.09.2017).

## ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

**Китаева А.Г. Экономико-правовое регулирование туристской деятельности в Донецкой Народной Республике.** В работе рассматриваются вопросы становления экономико-правового регулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма.

**Kitaeva A. Economic and legal regulation of tourism in the Donetsk People's Republic.** The paper considers the issues of formation of economic and legal regulation of entrepreneurial activity in the sphere of tourism.

**Ключевые слова:** туристская деятельность Донецкой Народной Республики, развитие туризма Донецкой Народной Республики, перспективы туризма, правовое регулирование сферы туризма.

Туристская деятельность – это предпринимательская деятельность. Согласно статье 1 законопроекта Донецкой Народной Республики «О предпринимательстве», «предпринимательство – это непосредственная самостоятельная, систематическая, на собственный риск деятельность по производству продукции, выполнению работ, предоставлению услуг с целью получения прибыли, которая осуществляется физическими и юридическими лицами, зарегистрированными как субъекты предпринимательской деятельности в порядке, установленном законодательством» [2].

Государство в лице законодательной и исполнительной ветвей власти обеспечивает экономико-правовое регулирование предпринимательской деятельности в целом, так и туристской деятельности в частности.

Но, к сожалению, законодательная база Донецкой Народной Республики не имеет «своего» закона, регламентирующего деятельность субъектов предпринимательской деятельности в сфере туризма. Как подчеркнул депутат Народного Совета Донецкой Народной Республики Олег Степанов, выступивший на расширенном заседании Комитета Народного Совета Донецкой Народной Республики по делам молодежи, физической культуре, спорту и туризму: «Во многих странах туризм является одной из главных доходных статей бюджета. Развитие этой отрасли в нашем государстве напрямую зависит от условий, в которых придется работать туроператорам. Также условия пребывания должны быть не только понятны самим туристам, но и закреплены законодательно» [1]. На заседании был представлен законопроект «Об основах туристской деятельности». Этот законопроект необходимо согласовать с другими законами Республики, и как подчеркнул заместитель председателя Комитета Юрий Мартынов: «Максимального эффекта мы добьемся только благодаря совместному взаимодействию исполнительной и законодательной ветвей власти».

Под экономическим обеспечением предусматривается комплекс экономических форм и методов регулирования экономических отношений в сфере туризма. Выделяют прямые и косвенные методы [3]. Прямые методы – непосредственное вмешательство государства в процессы деятельности субъектов предпринимательской деятельности. К ним можно отнести: государственное целевое финансирование, предоставление дотаций, установление и ограничение цен и т.д. Косвенные методы – это воздействие государства на экономические процессы с помощью финансово-бюджетной, денежно-кредитной, ценовой политики, к ним относят: установление системы налогов, уровней налогообложения, льгот в налогообложении, регулированию валютного курса и т.д.

Правовое регулирование отражается в формировании законодательной базы, которая способна поддерживать и регулировать развитие отрасли на рынке услуг, устанавливающей механизмы ее реализации в реальной экономической ситуации, к ним относят: законы, указы, приказы, распоряжения и т.д.

На сегодняшний день на территории Донецкой Народной Республики действует Закон «О налоговой системе» [4]. Статьей 11 указанного Закона устанавливаются следующие налоги: республиканские (налог на прибыль, акцизный налог, экологический налог, налог с оборота и т.д.) и местные налоги (подходный налог, упрощенный налог, плата за патент и т.д.). Также Законом установлены специальные налоговые режимы, налоговые льготы, сроки уплаты налогов и сборов.

Для начала ведения предпринимательской деятельности на территории Донецкой Народной Республики, в т.ч. в туристской деятельности, необходимо зарегистрировать субъект предпринимательской деятельности. Этот процесс в Республике регламентируется Порядком «О государственной регистрации юридических и физических лиц - предпринимателей», при этом Министерство налогов и сборов производит регистрацию предпринимателей в Единый реестр юридических и физических лиц. Для ведения

предпринимательской деятельности в обязательном порядке необходимо быть зарегистрированным в Главном управлении статистики Донецкой Народной Республики, открыть расчетный счет в Центральном Республиканском банке, стать на учет в районных налоговых инспекциях и фондах социального страхования: в Фонде социального страхования по временной потере трудоспособности, в Фонде социального страхования от несчастных случаев на производстве, в Фонде социального страхования на случай безработицы.

Юридические и физические лица – предприниматели, осуществляющие посредническую деятельность в реализации туристского продукта туроператоров и туристических услуг других субъектов туристской деятельности, и посредническую деятельность по реализации характерных и сопутствующих услуг, т.е. являются туристическими агентами, согласно Временному порядку ведения Республиканского реестра туристических агентов, должны быть внесены в этот реестр [5]. В том случае, если компания или физическое лицо являются туроператорами, т.е. производят туристский продукт и в соответствии с Постановлением «Об утверждении Перечня распределения полномочий между органами исполнительной власти по вопросу лицензирования отдельных видов хозяйственной деятельности», обязаны пройти лицензирование в Министерстве молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики.

Государственные органы Донецкой Народной Республики создают надежную законодательную базу для развития предпринимательской деятельности в сфере туризма, что предоставляет возможность органам власти контролировать, регулировать и поддерживать субъектов предпринимательской деятельности. Налаженная правовая основа позволит представителям туристской сферы деятельности развивать новые направления для развития как внутреннего туризма, так и выездного. На данный момент представители государства, Министерство молодежи, спорта и туризма, туристские компании Донецкой Народной Республики тесно сотрудничают с представителями туристской сферы Крыма, Абхазии, Республики Дагестан, Чечней. 17 мая 2017 года в Государственной думе Российской Федерации депутатом от фракции «Единая Россия» Иосифом Кобзоном на выставке «Индустриальное наследие Донбасса» был представлен проект создания «постиндустриального ландшафтно-рекреационного заповедника» на территориях Донецкой и Луганской народных республик [7].

Таким образом, формирование законодательства с учетом современного мирового опыта – важнейшая предпосылка для развития отрасли туризма в Республике, повышения ее социально-экономической эффективности и значимости для граждан, общества и государства.

#### **Список использованных источников**

1. В Народном Совете продолжается работа над проектом Закона «О туристской деятельности» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://dnrsovet.su/v-profilnom-komitete-prodolzhaetsya-rabota-nad-proektom-zakona-o-turistskoj-deyatelnosti/> (дата обращения 15.09.2017).
2. Экспертный совет. Проект Закона Донецкой Народной Республики «О предпринимательстве» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.expert-dnr.ru/zakon-donetskoy-narodnoy-respubliki-o-predprinimatelstve/> (дата обращения 15.09.2017).
3. Національна економіка: Навч. посіб. / А.Ф. Мельник, А.Ю. Васіна, Т.Л. Желюк, Т.М. Попович / За ред. А.Ф. Мельник. – К. : Знання, 2011. – 463 с.
4. Закон Донецкой Народной Республики «О налоговой системе» / [Электронный ресурс]. – URL: <http://dnrsovet.su/zakon-o-nalогоvoj-sisteme-donetskoy-narodnoj-respubliki/> (дата обращения 15.09.2017).
5. Временный порядок ведения Республиканского реестра туристических агентов № 8 - 37 от 25.06.2016. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики / [Электронный ресурс]. – URL: <http://smdnr.ru/wp-content/uploads/2016/07/8-37.pdf> (дата обращения 15.09.2017).
6. Постановления «Об утверждении Перечня распределения полномочий между органами исполнительно власти по вопросу лицензирования отдельных видов хозяйственной деятельности» Совет Министров Донецкой Народной Республики / [Электронный ресурс]. – URL: [http://sp-dnr.ru/wp-content/uploads/2016/04/Postanov\\_N4\\_1\\_28032016.pdf](http://sp-dnr.ru/wp-content/uploads/2016/04/Postanov_N4_1_28032016.pdf) (дата обращения 15.09.2017).
7. Комитет Госдумы предложил создать туристический кластер в ЛНР и ДНР / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rbc.ru/politics/15/05/2017/5919c8489a79476ba235e512> (дата обращения 15.09.2017).

## ОСОБЕННОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

**Колесниченко Л.В. Особенности межкультурной коммуникации в сфере туристической индустрии.** Статья посвящена проблемам туристической индустрии в свете межкультурной коммуникации. Особое внимание уделяется осуществлению тактических и стратегических целей турбизнеса и особенностям межкультурной коммуникации в сфере туризма.

**Kolesnichenko L.V. Peculiarities of intercultural communication in the tourism industry.** The article is devoted to problems of the tourism industry in the light of intercultural communication. Special attention is paid to the implementation of tactical and strategic goals of the tourist industry and peculiarities of intercultural communication in tourism.

**Ключевые слова:** туристическая индустрия, стратегические и тактические цели туризма, межкультурная, вербальная и невербальная коммуникация.

Стремительное развитие современного мира, наблюдаемое в настоящее время, вызвано глобальными изменениями – и не всегда позитивными, – происходящими в политической, экономической и общественной жизни стран и народов. Войны и связанная с ними вынужденная миграция, к сожалению, никому не приносит ощущения мира, благополучия, уверенности в будущем. Одной из многих возможностей, призванных внести свой вклад в смягчение остроты и уменьшение угроз современных вызовов, являются попытки наладить позитивные контакты между представителями разных лингвокультурных сообществ. Одно из эффективных направлений этой работы – развитие туристической индустрии.

Целью данной статьи является рассмотрение общих вопросов развития туризма на современном этапе в спектре проблем межкультурной коммуникации (МКК).

Как известно, туризм – наиболее быстро развивающаяся отрасль экономики во всем мире и, по мнению специалистов, уступает только энергетике. Исследования показывают, что туристическая индустрия положительно влияет на экономику стран: стимулирует развитие строительства, торговли, производства товаров народного потребления, связи, сельского хозяйства; увеличивает, что немаловажно, число малых предприятий и привлекает инвестиции серьезного бизнеса.

Турбизнес России, начав свое развитие еще в 19 веке, прошел достаточно тернистый путь; непросто складывается он и в настоящее время. Тому существует много как объективных, так и субъективных причин. Но богатейшие культурные ценности, природное разнообразие огромной страны, интерес к историческому пути России привлекают иностранцев и позволяют, несмотря на трудности, успешно развивать въездной туризм. Конечно, до цифры 40 млн. иностранных туристов в год, как это прогнозирует ВТО, учитывая потенциальные возможности России, еще очень далеко, но работа в этом направлении – настойчивая и творческая – ведется постоянно.

Об этом говорит тот факт, что увеличивается турпоток из Китая – каждый пятый турист приезжает оттуда; Франция, Италия, Германия, Испания тоже активно присутствуют во въездном туризме страны.

Рост популярности и активизация развития туристической отрасли объясняется многими факторами: люди стали более мобильными, открытыми миру; наличие свободного времени, комфортность проживания и передвижения способствуют появлению желания побывать в других странах, познакомиться с жизнью их народов. Разная мотивация путешествующих формирует и разные цели, которых они хотят достичь в результате таких поездок: это, прежде всего, когнитивные (познавательные) цели, позволяющие прикоснуться к чужой истории и культуре. Существуют поездки и с другими целями, например, рекреационные – для знакомства с развлекательными программами, лечебно-оздоровительные, деловые, спортивные, этнические, религиозные и т. д. Но какова бы не была основная мотивация туриста, в любом путешествии по чужой стране всегда, на наш взгляд, хотя бы косвенно присутствует и познавательная цель.

Принимающая сторона, в свою очередь, должна решить следующие задачи:

- помочь максимально осуществить главные цели туристов;
- создать самый высокий уровень комфорта пребывания в стране;
- знать (хотя бы поверхностно) культуру народов страны-реципиента и организацию турбизнеса у них.

Это, на наш взгляд, тактические задачи (цели). Но существуют и сопутствующие цели (задачи), не главные, на первый взгляд, но самые важные в действительности. Мы назвали их стратегическими. Работники турбизнеса должны:

- формировать высокий уровень мотивации туристов для повторного посещения страны;
- развивать чувства толерантности и эмпатии;
- способствовать созданию положительного образа страны-донора и ее народа.

Стратегические задачи могут быть успешно решены в том случае, если принимающая сторона хорошо осознает, что, кроме помощи в осуществлении главных для иностранных туристов целей, представители турбизнеса должны способствовать достижению долгосрочных, сопутствующих, целей, не осознаваемых иностранцами. Часто эти цели не связаны с получением каких-то новых знаний – это некая аура другого мира, дверь в который только слегка приоткрывается во время поездок по стране. Если работниками туристической индустрии сделано все, чтобы пребывание в стране было интересным, комфортным, а люди – доброжелательными, эта неведомая аура обязательно возникнет и заставит вновь и вновь возвращаться, чтобы понять очарование чужого мира. То, что в первый раз кажется странным, непонятным, иногда смешным, при повторных посещениях перестает быть таковым, так как возникает симпатия и взаимопонимание. Нам кажется, что именно эти цели в итоге оказываются главными, делая представителей разных культур ближе, понятнее, терпимее, делая их друзьями.

Значительную помощь в достижении стратегических целей может оказать знание работниками турбизнеса основ МКК. Туризм является, во-первых, способом передачи информации и, во-вторых, фактором, способствующим коммуникации, так как объединяет множество в корне отличных друг от друга культур, которые прежде могли никогда не стремиться к межкультурному взаимодействию; туризм следует рассматривать как систему, в которой межкультурная коммуникация имеет важнейшее значение.

Понятие «межкультурная коммуникация» было введено в научный оборот еще в 50-е годы Г. Трейгером и Э. Холлом, которые определяли ее как цель, к которой должен стремиться человек, чтобы быстрее и лучше адаптироваться к чуждой для него в культурном отношении окружающей среде. Позднее этим разделом языкознания стали заниматься и отечественные ученые: Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, В.В. Красных, А.П. Садохин, С.Г. Тер-Минасова и др.

В последние годы интерес к изучению теории и практики МКК значительно возрос, но нельзя утверждать, что все проблемы МКК уже решены. Нам кажется, что представляет определенный интерес исследование вопросов МКК в сфере туристической индустрии, так как коммуникация в этой области имеет свои особенности в связи с ограниченностью каналов получения информации и реакции на нее.

Под МКК мы понимаем адекватное взаимопонимание как минимум 2-х участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам [2, С. 26]. Иными словами, МКК представляет собой особую форму коммуникации 2-х или более представителей различных культур, в ходе которой происходит обмен информацией и культурными ценностями.

Известный исследователь теории МКК А.П. Садохин утверждает: «Два знания – языка и культуры – обеспечивают эффективное и плодотворное общение». [6, С. 95]. Следовательно, чтобы стать успешным участником МКК, не испытывая никаких барьеров, коммуникант должен обладать следующими знаниями:

- собственно лингвистическими, включающими фонетическую, лексическую и грамматическую системы языка;
- лингвокультурными, помогающими понять мир изучаемого языка и национальный характер его носителей;
- этнокоммуникативными, позволяющими организовать речевое общение с учетом норм поведения, характерных для мира народа-донора.

Однако иностранцы, приезжающие с различными туристическими целями, как правило, не владеют языком вообще или владеют им на уровне разговорника. Возникают и иные трудности, мешающие полноценному общению: объективно существующие межкультурные различия, которые вызывают неприятие чужой культуры; политика ряда стран, внушающая своим гражданам негативное отношение к истории и культуре да и к самому народу страны посещения; иногда, несмотря на кратковременность пребывания, возникает даже возможность культурного шока в результате нахождения в чужой культурно-языковой среде. Тем не менее, все эти трудности преодолимы при большом желании и старании представителей туристического бизнеса. Незнание языка народа-донора не закрывает вербальный канал получения информации, так как туристы получают ее с помощью родного языка или языка-посредника через переводчика. Существует и невербальный канал, который, благодаря отсутствию лексических

единиц, делает более универсальным процесс восприятия информации, так как не требует предварительного знания единиц этого вида информации.

Далее. Как уже отмечалось, туристы приезжают в другую страну в основном с познавательными целями. Из огромного богатства культурного наследия народа необходимо выбрать те из них, которые имеют главное, фундаментальное значение для данной культуры. В противном случае можно утонуть в сведениях, имеющих второстепенное значение; в таком случае перед иностранцами может возникнуть недостоверная, искаженная картина жизни другого народа. При отборе культурно-исторических фактов, которые могут быть предложены туристам для ознакомления, следует, на наш взгляд, руководствоваться теорией «культурной доминанты», разработанной известным лингвистом В.И. Карасиком, который определяет доминанты как «наиболее важные для данной культуры концепты» [4, С. 178]. С.Г. Тер-Минасова, в свою очередь, считает, что к базовым компонентам культуры следует отнести и понятия, имеющие национально-культурную окраску: традиции, обычаи, быт, культуру повседневного поведения.

Сформирована система концептов международного туризма, на основе которой разработана классификация туристских концептов: а) универсально-культурные, б) национально-культурные, в) универсальные туристско-отраслевые, г) национальные туристско-отраслевые; определены концепты, входящие на стадии перехода из локальной туристской концептосферы в универсальную.

И, наконец, третья составляющая МКК – коммуникация. Она чрезвычайно сужена, во-первых, из-за отсутствия знания языка народа-донора, во-вторых, из-за ограниченности числа коммуникантов, с которыми туристы могут коммуницировать. Безусловно, с фактической стороны предложенной культурно-исторической (экологической, рекреационной и т. д.) программы туристов, как правило, знакомят в полном объеме, но тот флер очарования, который возникает при знакомстве с чужой культурой посредством языка другого народа, к сожалению, не появляется.

Подведем итоги. Туризм – наиболее быстро развивающаяся отрасль экономики во всем мире. В последние годы туристская отрасль начала активно развиваться и в Российской Федерации. Существуют тактические цели посещения страны, важные для иностранных туристов, и стратегические, как правило, не осознаваемые иностранцами, но достижению которых должна помочь принимающая сторона. Стратегические цели являются, на наш взгляд, главными в туристической индустрии, так как способствуют формированию положительного образа страны и ее народов в мире.

Большую роль в осуществлении как тактических, так и стратегических целей играет знание работниками туристской индустрии основ МКК. МКК в сфере туризма имеет свои особенности, связанные, во-первых, с отсутствием канала получения информации посредством национального языка народа-донора, во-вторых, с ограниченностью числа коммуникантов, с которыми туристы могут общаться. Помощь в смягчении языкового барьера и повышении уровня заинтересованности приезжающих культурным достоянием народа-донора может дать правильная, грамотная организация межкультурной коммуникации, большая роль в которой должна принадлежать высококвалифицированным специалистам.

#### Список использованных источников

1. Биржаков, М.Б. Введение в туризм [Текст] / М.Б. Биржаков. – М.–СПб.: Издательский Торговый Дом Герда, 2000. – 192 с.
2. Верещагин, Е.М. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного [Текст] / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, 4 изд. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
3. Гуляев, В. Г. Организация туристской деятельности [Текст] / В.Г. Гуляев. – М.: Нолидж, 1996. – 320 с.
4. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Красных, В.В. Свой среди чужих: миф или реальность [Текст] / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – 341с.
6. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации [Текст] / А.П. Садохин. – М.: Высшая школа, 2005. – 310 с.
7. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация [Текст] / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 546 с.



## ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

**Колесова Ю.А. Формирование модели туристско-рекреационных потребностей молодежи региона (на примере Кировской области).** В работе рассматриваются вопросы моделирования туристско-рекреационных потребностей. Раскрыты компоненты модели, факторы ее эффективной реализации, специфика туристско-рекреационных потребностей молодежи.

**Kolesova Yu.A. Formation of the model of tourist-recreational needs of the youth of the region (on the example of the Kirov region).** The paper considers the issues of modeling of tourist and recreational needs. The components of the model, factors of its effective realization, specificity of tourist and recreational needs of youth are revealed.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационные потребности, модель туристско-рекреационных потребностей, рекреационное проектирование, моделирование, молодежь.

На сегодняшний день мировой тенденцией стало активное развитие туристского сектора экономики. В нашей стране за последнее десятилетие была проведена огромная работа по разработке программ развития туризма на федеральном уровне, выделении перспективных видов туризма и объектов туристского интереса. В развитии туризма немаловажное значение отводится региональному аспекту, поскольку каждая местность обладает уникальными ресурсами, составляющими, в свою очередь, туристский потенциал страны в целом. Первоначальным этапом развития туризма на конкретной территории является туристское или рекреационное проектирование. Рекреационное проектирование – вариативное моделирование программ отдыха и обслуживающих их систем с учетом требований рекреации [1].

При проектировании программ отдыха особое внимание уделяется целевому сегменту – на какой тип туриста направлен данный вид туризма и туристский комплекс. Удовлетворение туристско-рекреационных потребностей молодежи осуществляется с учетом происходящих изменений на туристском рынке, факторов внешней и внутренней среды, рекреационного спроса, специфики туристско-рекреационных потребностей молодежи г. Кирова и своевременного выстраивания модели туристско-рекреационных потребностей молодежи.

В качестве системообразующего компонента модели выступает цель – удовлетворение туристско-рекреационных потребностей студенческой молодежи г. Кирова.

Специфика туристско-рекреационных потребностей молодежи обусловлена их физиологическими и психическими особенностями. Молодежь является одной из главных целевых аудиторий туристского сектора. Туризм, экскурсии и квесты по праву считаются особенной формой организации отдыха молодежи. Путешествуя, реализуются рекреационные функции человека, формируются и усиливаются познавательные, интеллектуальные и коммуникативные способности личности. Правильно организованная туристская деятельность, в свою очередь, способна решить многие молодежные проблемы, с которыми сталкивается наше общество на протяжении многих лет. К специфическим особенностям молодежного возраста относится гибкость, выносливость, стремление к активному времяпрепровождению, высокая физическая выносливость. Кроме того, молодежь способна самостоятельно организовать свое путешествие.

Содержательной основой модели туристско-рекреационных потребностей молодежи являются проекты программ отдыха (программы туров), разработанные с учетом туристско-рекреационных ресурсов региона, с использованием мест отдыха и видов туристско-рекреационных занятий, предпочтительных для молодежи, выделение которых обусловлено структурой туристско-рекреационных потребностей молодежи.

Структура туристско-рекреационных потребностей представлена туристско-оздоровительным компонентом, подразумевающим климатические факторы, площадь и вместимость, комфортность климата, наличие водных объектов, прежде всего бальнеологического свойства, эстетические особенности ландшафта и т.д.; познавательно-туристским, предполагающим историко-культурный потенциал; специфическим, требующим для своего устройства не только особых условий (наличие гор, глубокого чистого водоема), но и разнообразного спортивного оборудования и инвентаря.

Региональная туристско-рекреационная система Кировской области представляет собой совокупность туристской и рекреационной подсистем. В основе формирования туристской подсистемы Кировской области лежит туристско-рекреационный потенциал (природные, культурно-исторические ресурсы, мифология и т.д.), а также учет интересов туристов (внутренних, выездных и въездных). Проведенный анализ показал, что Кировская область располагает разнообразными туристско-рекреационными ресурсами по туристско-оздоровительному, туристско-познавательному и специфическому направлениям, которые способны удовлетворить потребности студенческой молодежи города Кирова.

Территория области включает 192 охраняемых природных территории. Наиболее значимые – заповедник «Нургуш», заказник «Былина», озёра Шайтан и Лежнинское, город Котельнич (120 км от Кирова) с известным местонахождением парейазавров и т.д. Область богата культурными достопримечательностями: их зарегистрировано более трех с половиной тысяч. Уникальность представляют вятские промыслы – дымковская игрушка, кукарское кружево, вятская матрешка и изделия из капа, искусная резьба и роспись по дереву.

Область также располагает довольно развитой сетью учреждений культуры и искусства. По состоянию на начало 2015 года сфера культуры включает в себя 1398 государственных (муниципальных) учреждений культуры и структурных подразделений (сетевых единиц).

Регион богат ресурсами для курортно-санаторного туризма: санатории, санатории-профилактории, базы и дома отдыха и т.д., которых на начало 2017 г. насчитывается 17. На территории области также функционируют предприятия отдыха, которых насчитывается более 30, в том числе спортивно-туристские центры (в т.ч. горнолыжные), дом отдыха, семейно-оздоровительные центры, базы отдыха [2].

В Кировской области регулярно проходят межрегиональные мероприятия событийного туризма, такие как фестиваль авторской песни «Гринландия», «Дни романтики на Вятке», межрегиональный фестиваль народных промыслов и ремесел «Вятский лапоть», межрегиональный фестиваль народного творчества и юмора «Истобенский огурец», фестиваль «Колесная феерия» и «Орловская ладья». Отдельно стоит отметить яркий и запоминающийся международный фестиваль для детей «Сказочные игры на Вятке», в котором принимают участие не только гости из России, но и из других стран.

Трансформация модели туристско-рекреационных потребностей молодежи в конкретные проекты программ отдыха обеспечит удовлетворение туристско-рекреационных потребностей студенческой молодежи. В основу моделирования положены принцип иерархии рекреационной деятельности, а также деятельностно-ландшафтный принцип рекреационного проектирования В.С. Преображенского. Эти два принципа позволяют рассматривать рекреационное проектирование как структурно-модульный процесс, схожий с задачей составления слов из букв, предложений – из слов и, наконец, текста – из предложений.

Проекты молодежных программ туров ориентированы на удовлетворение туристско-рекреационных потребностей студенческой молодежи, актуальны современной действительности, разрабатываются с учетом специфики молодежного возраста, использованием интерактивных форм организации досуга.

Эффективная реализация разработанной модели туристско-рекреационных потребностей молодежи будет возможна при определенных факторах рекреационного спроса (общие (свободное время, степень привлекательности курортов, покупательская способность, степень развития социального и медицинского страхования), специфические (цена на путевку, качество и безопасность рекреационных услуг, доступность, демографическая структура общества, психологические факторы) с учетом специфики туристско-рекреационных потребностей молодежи.

Предлагаемая модель является открытой, т. е. допускает возможность совершенствования. Модель туристско-рекреационных потребностей молодежи позволяет представить структуру, содержание, основные виды туристско-рекреационных занятий и места отдыха, туристско-рекреационные ресурсы региона, факторы рекреационного спроса, а также проекты программ отдыха молодежи.

#### **Список использованных источников**

1. Кусков, А.С. Рекреационная география: учебно-методический комплекс [Текст] / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. – М. : МПСИ, Флинта, 2005. – 496 с.
2. Паспорт региона: Официальный сайт Правительства Кировской области / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kirovreg.ru/passport> (дата обращения: 19.09.2017).

УДК 379

**Кондрух А.В.**, к. п. н., ст. преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### **СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ Г. СЕВАСТОПОЛЬ: НОВЫЙ ПОДХОД**

**Кондрух А.В. Системообразующие факторы эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя: новый подход.** В работе рассматривается актуальная проблема классификации системообразующих факторов эффективного развития туристической отрасли в г. Севастополь.

**Kondrukh A.V. System-forming factors of effective development of the tourist industry of Sevastopol: a new approach.** The current problem of classification of system-forming factors of effective development of the tourist industry in Sevastopol

**Ключевые слова:** факторы, эффективность, развитие, туристическая отрасль, г. Севастополь.

**Постановка проблемы.** Постановление Правительства Российской Федерации от 11 августа 2014 г. № 790 «Об утверждении целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» рассматривает туризм как одно из перспективных направлений регионального социально-экономического развития, как специфичная возможность региональной социально-экономической специализации. При этом в разделе «Ожидаемые результаты реализации Программы» предусматривается эффективное использование туристско-рекреационного потенциала данных территорий. Однако, развитие туристической отрасли на территории г. Севастополя, по-прежнему, испытывает значительные трудности. Имеет место противоречие между значительным туристическим ресурсным потенциалом г. Севастополя, с одной стороны, и недостаточно эффективным развитием его туристической отрасли, а также низкой степенью удовлетворенности потребностей туристов, с другой стороны.

В связи с чем, актуальными являются исследования, выявляющие системообразующие факторы эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В отечественном научном дискурсе вопросу развития региональной туристической отрасли, повышению эффективности такого развития уделяется определенное внимание. Проведен ряд научных исследований, посвященной этой проблематике.

Так, различным аспектам развития туристической отрасли посвящены работы В.С. Боголюбова [1], М.В. Ковтун [8], Н.И. Панова [14], С.А. Севастьяновой [17] и других ученых.

Вопросы регионального туризма, эффективного использования туристских ресурсов рассматривались в публикациях В.Я. Волошина [3], Е.А. Джанджугзовой [4], Л.В. Ковыневой [9], Л.Б.-Ж. Максановой [12], В.А. Ручинская [16] и других исследователей.

Различным проблемам развития туристической отрасли г. Севастополя посвящены исследования А.В. Васильевой [2], С.В. Емелина [5], С.В. Иващенко [7], В.В. Кулика и Н.Ф. Лазицкой [10], Н.Ф. Лазицкая, А.А. Фурниковой и А.Ф. Орлова [11], А.Д. Попова [15] и других.

Однако, выявлению, теоретическому обоснованию и обобщению системообразующих факторов повышения эффективности туристической индустрии г. Севастополь в них уделено недостаточно внимания, и они еще остаются малоизученными.

Исходя из вышеизложенного, **целью данной работы** является: теоретическое обоснование, выявление, и классификация системообразующих факторов эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя.

**Изложение основного материала исследования.**

Под «фактором в туризме» понимается «момент, существенное обстоятельство туристской практики» [18, С. 178].

Наш анализ показал, что различными учеными предпринимались попытки выделения факторов эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя.

Так, И.В. Журавлева среди них выделяет:

- «- организацию активного маркетинга и туристического брендинга Севастополя;
- развитие современной гостиничной инфраструктуры;
- благоустройство памятных мест и подъездных путей к ним;
- обустройство до приемлемых стандартов пляжей городов;
- обустройство парков и природно-парковых зон;
- усовершенствование системы подготовки кадров по туризму;
- другие» [6, С. 174].

В свою очередь, С.В. Иващенко называет такие из них:

- «- квалификация туристического персонала;
- современный менеджмент;
- качество предоставляемых услуг» [7, С. 158].

Однако, теоретическое обоснование подобного выделения факторов этими и многими другими авторами не приводится. Более того, вряд ли, такое выделение и классификация факторов эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя позволяет говорить об их системообразующем характере.

Не в полной мере по той же причине применима общепринятая укрупненная классификация факторов развития туризма: на внешние и внутренние факторы; на статичные и динамичные; на объективные и субъективные; на позитивные и негативные, поскольку в основании каждой из этих классификаций используются во много разные теоретические подходы.

В этой связи, только предварительное теоретическое основание позволяет осуществить наиболее правильное и обобщенное выполнение стоящей задачи – грамотно классифицировать выделяемые системообразующие факторы применительно к региональной специфике г. Севастополя в современных социокультурных условиях.

Наше теоретическое основание состоит в следующем.

а) на понимание туризма, как «части социально-экономической системы региона», как «открытую интегрированную систему, основанную на объединении, расширении и углублении связей между составными элементами и процессами, совместном использовании ресурсов, приводящим к появлению нового целостного

образования, создании благоприятных условий для осуществления туристской деятельности, с целью удовлетворения динамически меняющихся потребностей туристов» [13, С. 3]. В противовес тому, что он часто рассматривается как совокупность элементов, автономно функционирующих в окружающей среде, связи между которыми согласуются по времени и величине туристских потоков.

б) на изучении степени связанности элементов интегрированной системы туризма, позволяющее определить подход, обосновывающий детерминацию и классификацию системообразующих факторов эффективного развития туристической отрасли г. Севастополя. Таковым предлагается подход, ориентированный на динамически изменяющиеся потребности туристов и ресурсные возможности региона. То есть, динамизм современного мира, личностно-поведенческий аспект и возможность создания новых туристических достопримечательностей, продуктов и услуг лежат в основе искомой систематизации.

Как следствие, используя данное теоретическое основание, можно предложить следующую классификацию системообразующих факторов развития туристической отрасли г. Севастополя:

- группа уже сформировавшихся факторов природно-климатического, историко-культурного, инфраструктурного, общественно-психологического и иного характера (географическое положение; климат; природные особенности; культурная среда; историческое наследие; инфраструктура; другие)

- группа факторов специальным образом целенаправленно создаваемых в настоящее время для удовлетворения потребностей туристов (региональная туристическая политика; наличие и содержание туристического законодательства; туристическое образование и просвещение; социально-бытовая среда; финансово-экономическое и материально-техническое обеспечение; другие);

- группа неиспользуемых, но имеющих потенциал, факторов для эффективного развития туризма, в том числе за счет интеграции и инноваций (опережение; стиль; ментальность; другие).

Данная классификация, с одной стороны, нацеливает управленцев на использование, поддержание и развитие позитивных факторов, уже используемых туристической отрасли. С другой стороны, она нацеливает их на постоянный мониторинг потребностей туристов и дифференциация предлагаемых туристических продуктов и услуг. С третьей стороны, она нацеливает на интеграцию административного аппарата и самостоятельных хозяйствующих субъектов во всех ее проявлениях.

#### **Выводы и предложения.**

Факторы, влияющие на эффективное развитие туристической отрасли г. Севастополя, разнообразны и многогранны. Наличие благоприятных факторов приводит к лидерству региона в развитии туризма, и наоборот, неблагоприятные факторы приводят к стагнации.

Предложенный подход, выделение и классификация факторов имеет системообразующую детерминацию и может способствовать эффективному развитию туризма в г. Севастополь, максимально удовлетворяя быстроизменяющиеся потребности туристов, способствуя росту доходов производителей туристских продуктов и услуг, обеспечивая социально-экономическое благополучие региона, сохраняя уникальную экологию природное и культурно-историческое наследие.

#### **Список использованных источников**

1. Боголюбов, В.С. Факторы и условия устойчивого развития системы туризма: региональный аспект [Текст] / В.С. Боголюбов, С.А. Севастьянова. – СПб.: Изд-во «Инфо-Да», 2005. – 279 с.
2. Васильева, А.В. Задачи развития туризма в Севастополе [Текст] / А.В. Васильева // Альманах «Крым», 2013. – № 1. – С. 84-88.
3. Волошин, В.Я. Управление устойчивым развитием туристско-рекреационного комплекса города-курорта [Текст] / В.Я. Волошин. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 16 с.
4. Джанджугазова, Е.А. Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного комплекса [Текст] / Е.А. Джанджугазова. – М.: ТЕИС, 20004. – 168 с.
5. Емелин, С.В. Проблемы и перспективы развития туристической отрасли республики Крым и г. Севастополя на современном этапе ее развития [Текст] / С.В. Емелин // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. трудов. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С. 249-254.
6. Журавлева, И.В. Маркетинговые технологии в формировании имиджа туристической территории Севастополя [Текст] / И.В. Журавлева // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2-7 (62). – С. 172-176.
7. Иващенко, С.В. Факторы повышения конкурентоспособности предприятий туристического бизнеса в г. Севастополе [Текст] / С.В. Иващенко // Актуальные проблемы экономики и менеджмента: мат-лы науч.-практ. конф. – Омск: Омский филиал Финансового ун-та при Правительстве РФ, 2016. – С. 158-161.
8. Ковтун, М.В. Туристская политика как необходимое условие для развития туризма [Текст] / М.В. Ковтун // Туристские фирмы. – 2003. – Выпуск. – С. 55-60.
9. Ковынева, Л.В. Региональный туризм: монография [Текст] / Л.В. Ковынева. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2005. – 111 с.
10. Кулик, В.В. Перспективы развития деятельности туристских предприятий в культурно-познавательном туризме республики Крым и города-героя Севастополя [Текст] / В.В. Кулик, Н.Ф. Лазицкая // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. трудов. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С. 237-239.

11. Лазицкая, Н.Ф. Севастополь – центр культурно-исторического и военно-патриотического туризма [Текст] / Н.Ф. Лазицкая, А.А. Фурникова, А.Ф. Орлов / Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: сб. науч. трудов. – Севастополь, 2017. – С. 311-315.
12. Максанова, Л.Б.-Ж. Региональные аспекты устойчивого развития туризма [Текст] / Л.Б.-Ж. Максанова // Устойчивое развитие туризма: направления, тенденции, технологии: мат-лы I международной науч.-практ. конференции 25-27 мая 2005 г. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2005. – 416 с.
13. Масленникова, К.В. Формирование факторов и условий повышения эффективности использования ресурсов региона для устойчивого развития туризма: дисс. ... канд. эк. наук [Текст] / К.В. Масленникова. – С.Пб., 2006. – 161 с.
14. Панов, Н.И. Повышение эффективности использования ресурсного потенциала сферы туризма региона: дисс. ... канд. эк. наук [Текст] / Н.И. Панов. – СПб.:БМИТ, 2003. – 228с.
15. Попов, А.Д. Легендарный Севастополь как туристско-экскурсионный объект: история и современность [Текст] / А.Д. Попов // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – Т. 8. – № 3. – С. 52-60.
16. Ручинская, В.А. Факторы развития туризма [Текст] / В.А. Ручинская // Научный вестник ИПиЭ. – Севастоп.: Ч.П. Кручинин Л.Ю., 2007. – 56 с.
17. Севастьянова, С.А. Методологические основы развития и системного управления туризмом в регионе [Текст] / С.А. Севастьянова. – СПб. СПбГИЭУ, 2005. – 180с.
18. Смолий, В.А. Энциклопедический словарь-справочник туризма [Текст] / В.А. Смолий, В.К. Федорченко, В.И. Цибух. – К.: Издательский Дом «Слово», 2006. – 372 с.

УДК 911.9

**Коньшев Е.В.**, к.геогр.н., доцент кафедры сервиса,  
туризма и торгового дела  
ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,  
г. Киров

### **ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Коньшев Е.В. Обоснование применения кластерного подхода для развития туризма в Кировской области.** В работе рассматриваются вопросы развития туризма в Кировской области. На основе анализа статистических данных по базовым показателям, были выявлены негативные тенденции развития региональной туристско-рекреационной системы. В частности отмечается усиление отставания от других регионов Приволжского федерального округа. В качестве основного подхода для развития туризма в области предлагается кластерный. Предложена Концепция развития туристских кластеров в Кировской области, выделены основные принципы их развития.

**Konyshov E.V. The rationale for the use of the cluster approach for the development of tourism in the Kirov region.** In the work deals with the development of tourism in the Kirov region. Based on the analysis of statistical data on basic indicators, were identified negative trends in the development of a regional tourist-recreational system. In particular there is a growing gap with other regions of the Volga Federal district. As the main approach for the development of tourism in region proposed cluster. The Concept of development of tourist cluster in the Kirov region, the basic principles of their development.

**Ключевые слова:** туристские кластеры, Кировская область.

**Постановка проблемы.** Применение кластерного подхода для развития туризма в регионах России поддерживается в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Не смотря на критику кластерного подхода и определенные проблемы с его применением в регионах России, он является и будет в дальнейшем основным методом государственного регулирования туристской сферы России. По состоянию на 2017 год в России ведется строительство 45 туристских кластеров (из них 38 туристско-рекреационных и 7 автотуристских кластеров) в 35 субъектах Российской Федерации. К настоящему времени с привлечением бюджетных средств введены в эксплуатацию 120 объектов обеспечивающей развитие туризма инфраструктуры. На долю туристско-рекреационных кластеров приходится 30% от величины туристского потока, а эффективность кластерного метода подтверждается показателем бюджетной эффективности (на каждый рубль бюджетных средств привлечено 2,2 рубля частных инвестиций). В тоже время часть регионов России не применяет кластерный метод, хотя в этом назрела объективная необходимость.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Внимание к кластерному методу среди ученых и государственных деятелей объясняется и стремлением найти, более эффективные модели организации региональной туристско-рекреационной системы, и возможностью адаптировать западные теории и модели в российскую экономику. Ученые, представляющие экономические науки, особое внимание уделяют принципам,

механизм, эффективности организации процесса управления кластером, а также выделении существенных характеристик кластера с точки зрения экономических теорий и категорий (Муратова, 2011, Рубцова, 2014, Даниленко, 2013). Большинство рассмотренных подходов к определению понятия туристского кластера и выделенных моделей его развития ориентированы на функционально-структурную его характеристику. Пространственный подход к изучению туристско-рекреационных кластеров, а также стремление адаптировать кластерный подход к достижениям советской и российской науки характерны для ученых-географов. В исследованиях представителей географической науки понятие «туристско-рекреационный кластер» сочетается и рассматривается с такими категориями, как географическое поле, географическое пространство, территориальная туристско-рекреационная система, территориально-производственные комплексы, энергетические циклы, пространственная организация, территориальные общественные системы и пр. (Мирзеханова, 2013, Соколов, 2011, Зырянов, 2010, 2012, Дунец, 2011, Кружалин, 2011). Более подробно анализ исследований, посвященных применению кластерного метода в туризме, рассмотрен нами ранее [1, С. 9-17].

**Выделение нерешенной проблемы.** Уровень развития туризма в Кировской области на протяжении последних лет остается стабильно низким. Это подтверждает сопоставление основных показателей характеризующих сферу туризма с показателями других регионов. В Кировской области на протяжении длительного периода времени не происходит качественного улучшения в развитии туризма (а по ряду показателей наблюдается спад). Усиливается отставание области от соседних регионов, замедляются темпы инвестиционной активности, снижается популярность области среди туристов. Применяемые в течение рассмотренного периода методы и механизмы территориального планирования и управления туристской сферой региона, не показали своей эффективности (в том числе морально устарела действующая Концепция создания туристско-рекреационных зон на территории Кировской области, распоряжение от 12 апреля 2011 г. № 62). В то же время в практике государственного и регионального управления туристской сферой других регионов России сформировался положительный опыт решения указанных проблем с помощью кластерного подхода.

**Цель статьи** состоит в проведении статистического анализа основных показателей развития туризма в Кировской области и выработке рекомендаций по применению кластерного подхода к развитию туризма.

**Изложение основного материала.** В развитии туризма в Кировской области наметился ряд негативных тенденций, в частности наметилось усиление отставания по базовым показателям от соседних регионов Приволжского федерального округа. В частности по показателю численности граждан РФ и иностранных граждан, размещенных в КСР, область занимает 8 место среди регионов Приволжского федерального округа (рис. 1).

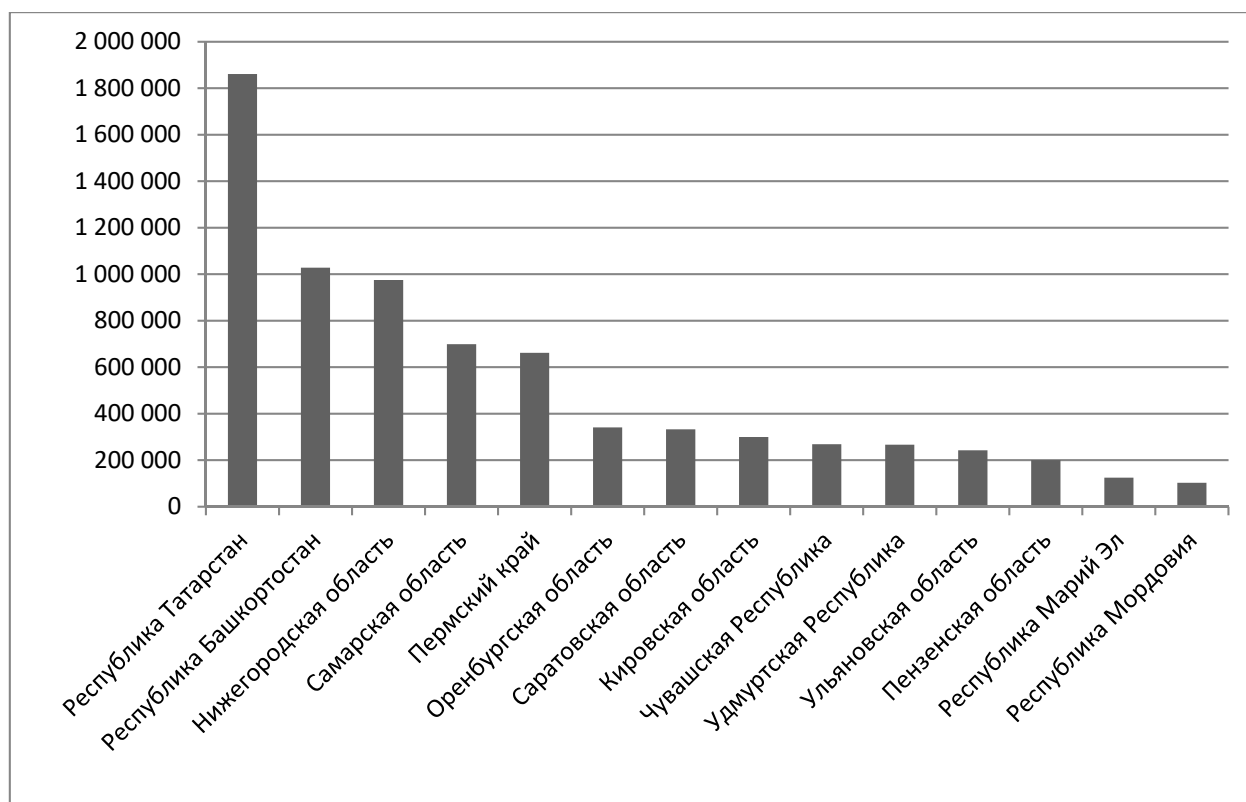


Рис. 1. Место Кировской области среди регионов ПФО по показателю численности граждан РФ и иностранных граждан, размещенных в КСР, тыс.чел. (составлено автором по материалам [2])

Отставание от основных лидеров туристской сферы ПФО подтверждает и показатель доли области в турпотоке. За десять лет этот показатель уменьшился более чем в 1,5 раза (рис. 2).

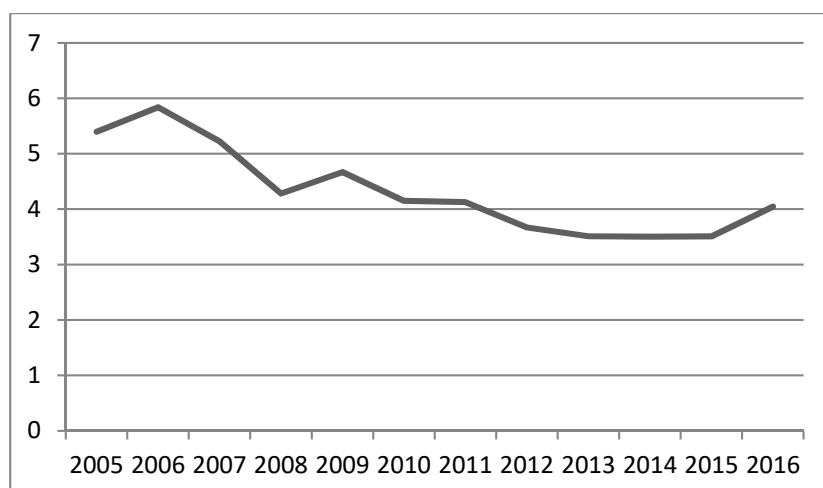


Рис. 2. Доля Кировской области в общем турпотоке по численности размещенных в КСР, в % (составлено автором по материалам [2])

Эту негативную тенденцию подтверждает и анализ изменения показателя объема оказанных услуг предприятиями туристической индустрии (для удобства суммируем значения объема платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, и туристических услуг).

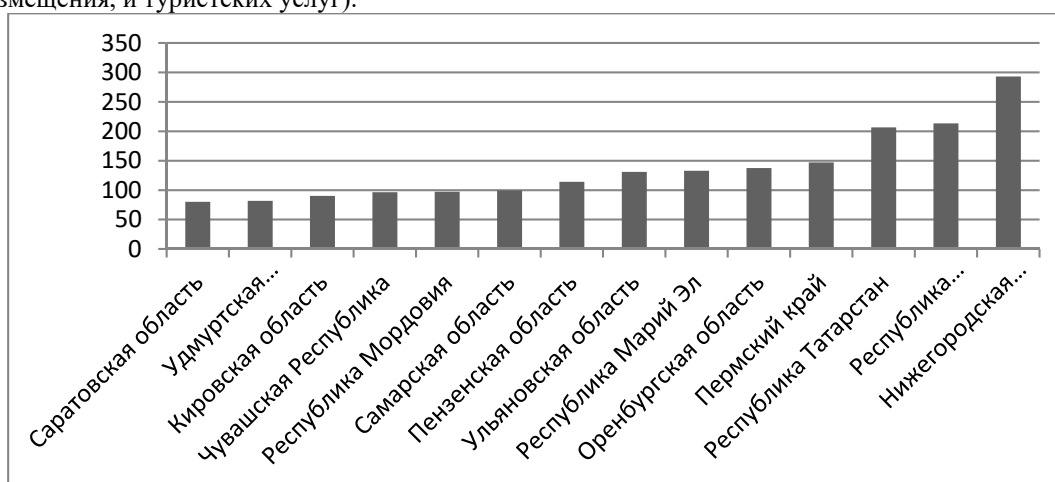


Рис. 3. Положение Кировской области по объему оказанных услуг предприятиями туристической индустрии среди регионов ПФО в 2015 году (млн.руб. на 100000 населения), (составлено автором по материалам [2])

По данному показателю область занимает 12 место среди регионов ПФО (рис. 3). Хотя в абсолютных значениях показателя прослеживается положительная динамика, доля Кировской области в сравнении с остальными регионами уменьшается. Это свидетельствует об усилении отставания области от других регионов ПФО (рис. 4).

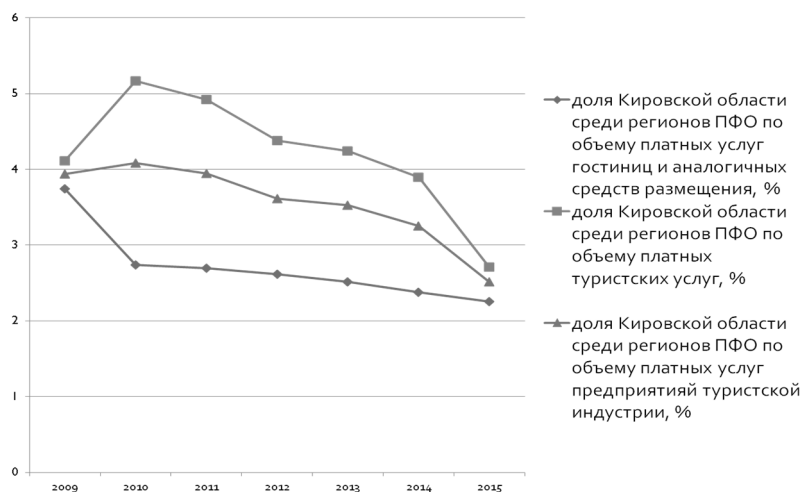


Рис. 4. Динамика изменения доли Кировской области среди регионов ПФО в общем объеме оказанных населению услуг предприятиями туристической индустрии (2009-2015 гг.), (составлено автором по материалам [2])

По новому проекту Концепции федеральной целевой программы развития туризма, предполагается поддержка кластерных инициатив только в пределах планируемого географического каркаса и при условии соответствия выделенным направлениям специализации. У Кировской области есть все основания войти в перспективное туристское направление «Волжский путь». По реке Вятке, протекающей по территории Кировской области, возможно судоходное сообщение с рекой Волгой, и организация круизного туризма. Практически все регионы ПФО создавали или планируют создавать на своей территории туристские кластеры. В Кировской области, учитывая сложившуюся ситуацию и необходимость кардинального изменения направления туристской политики региона, мы предлагаем концепцию развития туристских кластеров (рис. 5).

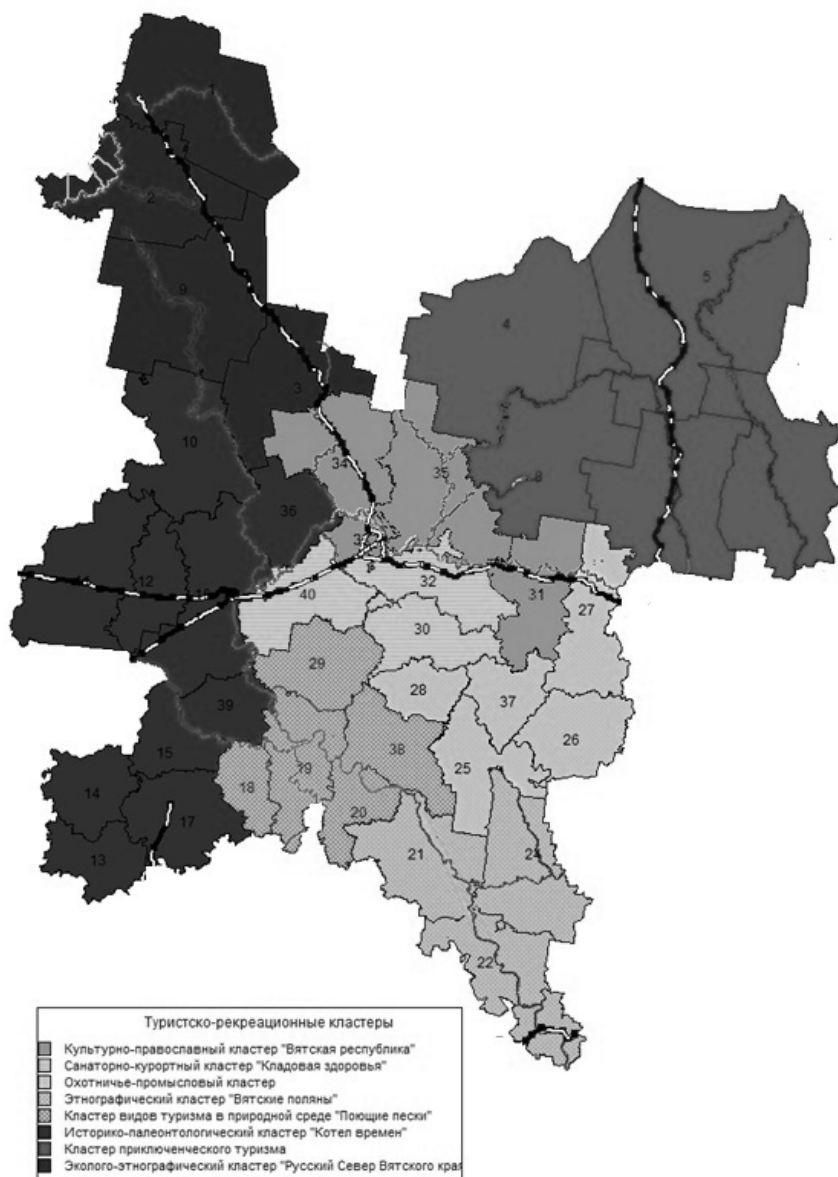


Рис. 5. Туристско-рекреационные кластеры Кировской области (проект), составлено автором

\* Цифрами обозначены районы: 1. Лузский. 2. Подосиновский. 3. Мурашинский. 4. Нагорский. 5. Верхнекамский. 6. Афанасьевский. 7. Омутнинский. 8. Белохолуницкий. 9. Опаринский. 10. Даровской. 11. Шабалинский. 12. Свечинский. 13. Санчурский. 14. Кикнурский. 15. Тужинский. 16. Котельничский. 17. Яранский. 18. Пижанский. 19. Советский. 20. Лебяжский. 21. Уржумский. 22. Малмыжский. 23. Вятскополянский. 24. Кильмезский. 25. Немский. 26. Унинский. 27. Фаленский. 28. Сунский. 29. Верхошижемский. 30. Куменский. 31. Зуевский. 32. Кирово-Чепецкий. 33. Киров. 34. Юрьянский. 35. Слободской. 36. Орловский. 37. Богородский. 38. Нолинский. 39. Арбажский. 40. Оричевский



В основу этой концепции заложены следующие принципы:

1. Концепция кластеров исключает межмуниципальную конкуренцию и усиливает внешнюю конкурентоспособность.
2. Каждый район обладает туристско-рекреационным потенциалом, поэтому получает возможность реализации кластерных инициатив.
3. Специализация кластеров определена с учетом географического положения районов, специфики их туристско-рекреационного потенциала и потребностями населения.
4. Внутри кластеров характерна внутренняя схожесть, хорошая транспортная доступность, общность культурного и хозяйственного освоения, что позволяет сформировать комплексный туристский продукт.
5. Структура каждого кластера имеет ядерно-арельное строение. Выделяется центр, полупериферия и периферия кластера.

В предложенной нами Концепции кластеров выделены 8 туристско-рекреационных кластеров:

1. Культурно-православный кластер «Вятская республика», специализация на культурно-историческом и религиозном туризме. Центр кластера – город Киров.
2. Санаторно-курортный кластер «Кладовая здоровья», специализация на лечебно-оздоровительном туризме. Центр кластера – поселок Нижнее Ивкино.
3. Охотничье-промысловый кластер, специализация на организации охотничьих туров, сборе дикоросов. Центр кластера – пос. Богородское.
4. Этнографический кластер «Вятские поляны», специализация на культурно-этнографическом туризме, проведении событийных мероприятий. Центр кластера – город Вятские Поляны.
5. Кластер видов туризма в природной среде «Поющие пески», специализация на спортивном туризме низких категорий, организации сплавов по рекам. Центр кластера – город Советск.
6. Историко-палеонтологический кластер «Котел времен», специализация на палеонтологическом туризме, сельском туризме. Центр кластера – город Котельнич.
7. Кластер приключенческого туризма, специализация на экстремальном туризме, организации приключенческих туров в природной среде. Центр кластера – город Белая Холуница.
8. Эколого-этнографический кластер «Русский Север Вятского края», специализация на экологическом туризме, изучение этнографии и фольклора. Центр кластера поселок Лальск.

**Выводы и предложения.** Большинство исследователей определяют кластерный подход ведущим при организации процесса управления и пространственного развития туризма в регионе. Ряд ученых отмечают, что кластерный подход наиболее благоприятен для развития бизнеса на территории. Кластерный подход как инструмент содействия развития бизнеса становится еще более востребованным в дотационных регионах. Дотационность как экономический диагноз территории ориентирует регион на поиск более эффективных технологий, позволяющих рационально использовать потенциал, а в идеале его приумножить. В условиях дотационности российские регионы не всегда могут самостоятельно обеспечить высокий уровень развития туристской инфраструктуры. Большинство регионов России, в том числе и Кировская область, являются «нетуристскими» по географическим и/или историческим особенностям. Привлечь внимание руководства страны к своему региону и обеспечить приток федеральных средств такие субъекты Российской Федерации могут лишь при объединении усилий большинства муниципальных образований. Объединение осуществляется с учетом специализации каждого района в конкретном кластере. Кластерный подход позволяет направить усилия и ресурсы на развитие опорных точек туристского каркаса территории с постепенным вовлечением в туристско-рекреационную деятельность прилегающей территории. Объединенные на основе конкретного кластера муниципальные районы имеют возможность развиваться в рамках купольного бренда, что повышает эффективность маркетинговой деятельности. Сформированные в рамках выделенных кластеров туристские маршруты позволяют исключить межмуниципальную конкуренцию, повысить продолжительность пребывания туристов в пределах Кировской области. Применение кластерного подхода позволяет привлечь дополнительные инвестиции в туристско-рекреационную сферу, позволяет создать дополнительные рабочие места, повысить налогооблагаемую базу и доходность бюджетов всех уровней, повысить доступность потребления туристско-рекреационных ресурсов, повысить туристскую привлекательность региона и поднимет интерес со стороны туристов, создаст условия для более полноценного отдыха на территории Кировской области.

#### Список использованных источников

1. Коньшев, Е.В. Принципы устойчивого развития региональной туристско-рекреационной системы в условиях дотационного региона [Текст] / Е.В. Коньшев // Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы: Материалы III Всероссийской заочной научной конференции. 2016. – С. 9-17.
2. Информация о турфирмах / [Электронный ресурс]. – URL: <https://fedstat.ru/indicator/37253.do> (дата обращения 27.09.2017).

**Коршунова М.**, обучающаяся 4 курса бакалавриата  
направления подготовки «Стандартизация и метрология»  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

**Белая М.Н.**, к.т.н., доцент,  
доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством»  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

**Кравцова С.Е.** к.т.н., доцент,  
доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством»  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

г. Севастополь

## ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КАЧЕСТВА В СИСТЕМАХ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ УСЛУГИ РАЗМЕЩЕНИЯ

**Коршунова М., Белая М.Н., Кравцова С.Е. Применение инструментов качества в системах менеджмента качества организаций, оказывающих услуги размещения.** В работе проведен анализ возможностей применения различных инструментов качества при проектировании, внедрении и использовании систем менеджмента качества для совершенствования деятельности предприятий, оказывающих услуги размещения, с целью привлечения туристов.

**Korshunova M., Belaya M.N., Kravtsova S. E. Use of tools of quality in the systems of quality management of the organizations rendering services of placement.** In work the analysis of opportunities of use of various tools of quality at design, introduction and use of systems of quality management for improvement of activity of the enterprises rendering services of placement for the purpose of involvement of tourists is carried out.

**Ключевые слова:** услуги размещения, качество, система менеджмента качества, инструменты качества, потребитель.

**Keywords:** placement services, quality, quality management system, quality tools, consumer.

**Постановка проблемы.** В настоящее время особое внимание уделяется проблеме эффективного использования туристических ресурсов Крыма. В последние годы поток туристов значительно уменьшился, поэтому важной задачей является разработка мероприятий по минимизации уменьшения туристического потока, и в перспективе, его увеличению.

Привлечь туристов к Крымским курортам могут качественные условия размещения отдыхающих. Из мировой практики известно, что на уровень качества и доверие потребителей (в особенности зарубежных) большое влияние оказывает наличие в организации внедренной системы менеджмента качества (СМК).

**Изложение основного материала исследования.** Разработка и внедрение СМК на туристических предприятиях, в том числе, предоставляющих услуги размещения, позволяет контролировать качество предоставляемых услуг, способствует повышению доверия потребителей и конкурентоспособности организации. Однако при разработке СМК необходимо осознавать и учитывать то, что все процессы в организации с течением времени изменяются и должны постоянно изучаться, с целью обеспечения их оптимального уровня и возможности принятия правильных решений, направленных на развитие СМК, вследствие чего, для оценивания и контроля качества внедряемой СМК, целесообразно применять статистические методы, которые позволят ей функционировать результативно. К таким методам можно отнести инструменты качества.

Инструменты качества – это различные методы и техники по сбору, обработке и представлению количественных и качественных данных о каком-либо объекте [1, С.19].

В мировой практике большое внимание уделяется «семи простым инструментам качества». Простыми их называют потому, что их применение не требует от сотрудников специальной инженерной и математической подготовки, однако является очень результативным. К ним относятся [2, С. 139]:

- контрольный листок;
- гистограмма;
- диаграмма разброса;
- диаграмма Парето;
- стратификация;
- графики;
- диаграмма Исикавы (причинно-следственная диаграмма);
- контрольная карта [3, С. 169].

Применение этих инструментов качества обеспечивает соблюдение одного из принципов, на которых базируются международные стандарты ISO серии 9000, – «принятие решений, основанных на фактах». То есть, их применение дает возможность получить достоверную информацию об изучаемом объекте. Стоит также отметить, что применение простых инструментов качества основано на использовании количественной информации об исследуемом объекте.

Однако не все процессы производства можно описать числовыми характеристиками, некоторые из них имеют так называемую «качественную» (вербальную) природу. Сюда можно отнести оценку управления процессами, системами, коллективом. При оценке и анализе качества подобных процессов на помощь приходят «семь новых инструментов контроля качества» [4, С. 351]:

- диаграмма сродства;
- диаграмма связей;
- древовидная диаграмма;
- матричная диаграмма;
- сетевой график (диаграмма Ганта); диаграмма принятия решений (PDPC);
- матрица приоритетов.

Выделяют также инструменты анализа качества (функционально-физический анализ, функционально-стоимостной анализ, анализ причин и последствий отказов (FMEA -анализ)) и инструменты проектирования качества (развертывание функций качества (QFD), теория решения изобретательских задач, бенчмаркинг, метод эвристических приемов).

Все эти методы и инструменты контроля качества целесообразно применять еще на этапах разработки СМК, а также в дальнейшем при ее внедрении и использовании:

- определение целей создания и внедрения СМК;
- определение ожиданий заинтересованных сторон;
- формирование стратегии управления, Политики и Целей в области качества;
- организация обучения в области качества всех сотрудников;
- создание команды;
- планирование работ по внедрению СМК;
- определение процессов, необходимых для обеспечения потребителя качественными продукцией и услугами;
- документирование СМК;
- внутренние аудиты на соответствие стандартам ISO серии 9000;
- доработка документации СМК и устранение замечаний по результатам внутренних аудитов;
- сертификация СМК;
- дальнейшее развитие СМК.

Перечень инструментов качества достаточно широк, поэтому не удивительно, что у руководства организации, предоставляющей услуги размещения, могут возникнуть вопросы: «Какой инструмент качества лучше применять? Применение какого инструмента даст наиболее правильное решение проблемы? Быть может, есть какой-то универсальный? Или их нужно применять в совокупности?» Ответы на эти вопросы зависят от специфики предприятия, целей проведения анализа, предпочтений, наглядности, простоты применения тех или иных инструментов.

Для того чтобы выбрать инструмент качества, подходящий для конкретных целей конкретной организации, необходим некоторый период исследований и анализа их эффективности в реальных производственных условиях.

К примеру, провести внутренний аудит на соответствие стандартам ISO серии 9000(один из этапов сознания СМК) поможет контрольный листок.

Контрольный листок используется как для регистрации, так и для систематизации опытных данных. Заполнение контрольного листка может быть предварительным этапом сознания контрольных карт, гистограмм и др. Чаще всего он представляет собой таблицу.

В качестве примера можно привести контрольный листок на соответствие разрабатываемой СМК стандартам ISO 9001 (рисунок 1).

Контрольный листок

Разделы стандарта ISO 9001	Количество существенных отклонений	Общее число существенных отклонений	Количество несущественных отклонений	Общее число несущественных отклонений
1.1	III	3	I	1
1.2	IIII	4	IIII	4
2.2.1	II	2		0
2.3	I	1	IIII	5

Рисунок 1 – Пример контрольного листка

Из примера видно, что контрольный листок позволяет не только систематизировать данные, но и указывает на конкретные ошибки, которые необходимо устранить.

В деятельности организаций, предоставляющих услуги размещения, пристальное внимание необходимо уделять пожеланиям клиентов, ведь их неудовлетворение влечет за собой потерю постояльцев и, соответственно прибыли. Ожидания клиентов гостиничных услуг также определяют на одном из этапов внедрения СМК.

Помочь выявить и систематизировать факторы (в данном случае факторы, влияющие на формирование неудовлетворенности клиентов) поможет диаграмма Исикавы (причинно-следственная диаграмма (ПСД)).

ПСД может строиться одним человеком, но лучше ее разрабатывать командой, применяя при этом метод «мозгового штурма», что позволит рассмотреть проблему всесторонне. Первым делом при построении

диаграммы Исикавы необходимо определить потенциальную или существующую проблему. Например, почему клиенты не удовлетворены, предоставляемыми им услугами размещения. Далее необходимо обозначить ключевые категории причин, влияющих на исследуемую проблему, которые будут отходить в виде «ветвей» от основной исследуемой проблемы. Как правило, используются пять или шесть категорий: «персонал», «технология», «оборудование», «материалы», «управление», «окружающая среда».

От каждой из категорий причин к центральной линии проводятся наклонные линии. Они будут являться основными «ветвями» диаграммы Исикавы. Причины проблемы, выявленные в ходе «мозгового штурма», распределяются по установленным категориям и указываются на диаграмме в виде «ветвей», примыкающих к основным «ветвям». При построении каждой новой ветви команда отвечает на вопрос: почему это произошло? Или почему это может произойти. Пример диаграммы Исикавы приведен на рисунке 2.

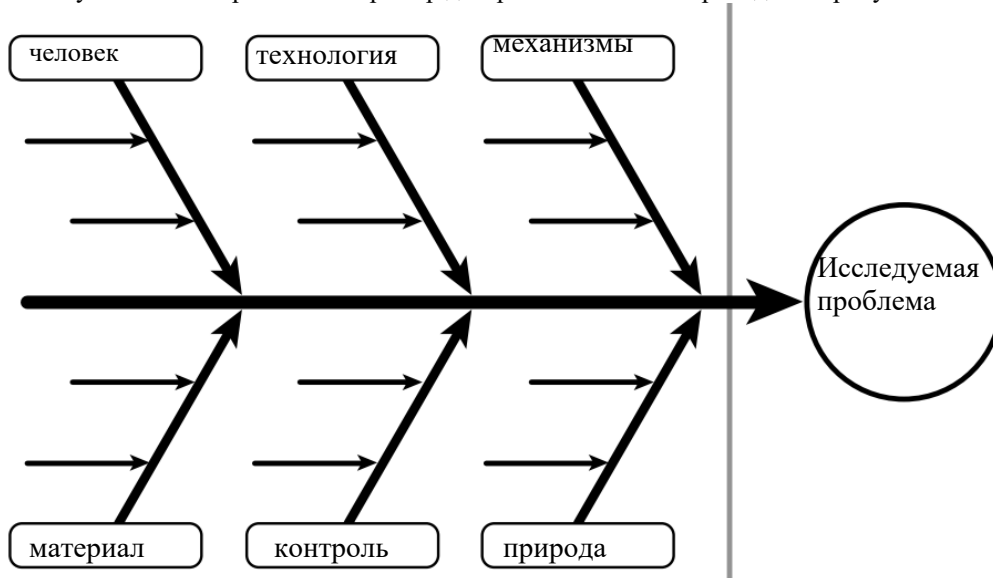


Рисунок 2 – Диаграмма Исикавы

Данный инструмент поможет выявить факторы возникновения проблемы, и своевременно принять меры по ее устранению.

Достаточно эффективным в своем применении является еще один инструмент – анализ причин и последствий отказов (FMEA) [3, С. 179]. Его применение позволяет выявить проблемы до того как они обнаружатся и окажут воздействие на потребителя. Данный метод применяется в менеджменте качества для определения потенциальных дефектов (несоответствий) и причин их возникновения в изделии, процессе или услуге.

FMEA-анализ целесообразно применять, когда или разрабатывается (совершенствуется) СМК, или же процесс предоставления услуг размещения.

Основными задачами FMEA для процессов деятельности организаций, предоставляющих услуги размещения, являются определение:

- возможных «отказов» (фактов выявленной или потенциальной неудовлетворенности потребителей), их причин и последствий;
- степени критичности последствий для потребителей (S), вероятностей возникновения «отказов» (O) и выявления их (D) до поступления к потребителю. Данные элементы оцениваются по шкале от 1 до 10 (по возрастанию важности, увеличению вероятности события);
- обобщенной оценки качества (надежности, безопасности) объекта анализа — «приоритетного числа риска» (ПЧР) ( $PCHP = S \times O \times D$ ) и сравнение его с предельно допустимым значением ПЧР<sub>кр</sub>;
- мероприятий по улучшению объекта анализа, обеспечивающих соблюдение условия:

$$PCHP < PCHP_{кр}$$

для объекта в целом и его компонентов.

По результатам работы составляется протокол, который имеет вид, приведенный на рисунке 3.

Элемент процесса	Отказ	Возможные последствия	S	Вероятная причина	O	Методы контроля	D	ПЧР	Корректирующие действия	
									Мероприятие	Исполнитель
Гостиничный номер	Некомплект постельного белья	Отказ от услуг в будущем	6	Невнимательность персонала	5	Проверка администратором	9	270	Обучение персонала	Администратор

Рисунок 3 – Протокол FMEA – анализа процесса представления услуг размещения (фрагмент)

К достоинствам данного метода можно отнести то, что он позволяет выявить ошибки на ранней стадии возникновения проблем в ходе оказания услуги.

**Вывод.** В заключение следует отметить, что нет смысла стремиться использовать как можно больше инструментов качества. Для каждого конкретного случая необходимо выбрать тот метод, который позволит наиболее эффективно решить проблему, и будет доступен сотрудникам, выполняющим анализ.

#### Список использованных источников

1. Борисов Н.М. Методы контроля и управления в системах менеджмента качества: учеб. пособие. [Электронный ресурс] : Учебные пособия / Н.М. Борисов, Л.А. Сашина. – Электрон. дан. – М. : АСМС, 2004. – 96 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69275>.

2. Васин, С. Г. Управление качеством. Всеобщий подход : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Васин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 404 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3739-8. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/EBA4B09E-ECD7-4F2A-A6DD-AB1CA361B51B>.

3. Федюкин В.К. Управление качеством производственных процессов (для бакалавров). [Электронный ресурс] : Учебные пособия – Электрон. дан. – М. : КноРус, 2015. – 230 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/53570>.

4. Кане М.М., Системы, методы и инструменты менеджмента качества: Учебное пособие/ Б. В Иванов., В. Н. Корешков, А. Г Схиртладзе. — СПб.: Питер,2008. — 560 с. — Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/manag/man199.htm>.

УДК 008:30:379.85(477.75)

**Кулик В.В.**, к.культ., доцент кафедры туризма  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь<sup>©</sup>

### АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

**Кулик В.В. Аксиологические аспекты развития культурного туризма на современном этапе.** В статье рассматриваются актуальные вопросы исследований аксиологических аспектов культурного туризма на современном этапе, а также вопросы межкультурной коммуникации.

**Kulik V.V. Axiological aspects of the development of cultural tourism at the present stage.** Axiological aspects of the development of cultural tourism at the present stage The paper considers topical issues of research of axiological aspects of cultural tourism at the present stage, as well as issues of intercultural communication.

**Ключевые слова:** культурный туризм, аксиологические аспекты, культурно-историческое наследие, эффективность, межкультурные коммуникации.

**Постановка проблемы.** На современном этапе культурный туризм является одной из важных социально-экономических составляющих развития любого цивилизованного государства. Развитие высокопрофессиональной деятельности в культурном туризме – это важная и необходимая задача, отражающая актуальные запросы жизненного цикла современного мира. Также следует учесть тот факт, что базовые знания специалистов, работающих в сфере культурного туризма, способствуют эффективной деятельности турпредприятия и, прежде всего, являются основным показателем его эффективной работы, как на международном, так и на региональном рынке туристических услуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В настоящее время научные исследования и поиски решений эффективной работы в сфере культурного туризма, а также изучение его теоретико-методологических аспектов привлекли внимание многих ученых-теоретиков и практиков. Над этой тематикой активно работают ученые кафедры культурологии Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского профессор Берестовская Д.С. [1, 2 С. 68] и ее последователи: Андрищенко И.А., Багрецов Е.В., Бобовникова И.А., Брыжак О.В., Брусницына О.С., Веисова В.Э., Володин А.Н., Габриелян О.А., Грива О.А., Григорьева Л.И., Дружинина Е.С., Евтушенко В.О., Жердева А.М., Золотухина Н.А., Ильницкая О.И., Ишин А.В., Катунин Ю.А., Кокорина Е.Г., Котляр Е.Р., Кугушева А.Ю. и др. [3 С. 58]. Они исследуют темы эффективного использования природного, культурно-исторического наследия, рекреационные вопросы в культурном туризме Республики Крым и города-героя Севастополя. Однако, несмотря на достаточно высокий уровень теоретических исследований, все же не достаточно разработанными и внедренными в практику остаются вопросы обеспечения высокопрофессиональными кадрами и эффективной деятельности туристических предприятий в культурном туризме.

Поэтому актуальные вопросы развития культурного туризма требуют внедрения современного культурологического подхода. Историко-культурный метод желательно взять за основу исследований и разработок анализа закономерностей культурного процесса.

**Цель статьи.** Исследование поиска эффективных путей решения и развития культурного туризма на современном этапе и его аксиологические аспекты.

**Изложение основного материала.** Эпоха XX – XXI веков может быть охарактеризована двумя феноменами: глобализацией и экологическим кризисом. Глобализация – это сложившаяся тенденция, суть которой – в стремлении к объединению, интеграции мира на определённых общих основаниях, к овладению системой ценностей и установок, получивших широкое распространение в современном мире. Процессы глобализации, затрагивающие область культурных связей между странами, сделали межкультурную коммуникацию неотъемлемой частью существования человеческого сообщества. Значительную роль в этом процессе играет межличностная и международная коммуникация, познание культурных интересов других наций и народностей [4, С.195].

Культурный туризм во всем мире перспективен и имеет довольно высокий уровень потенциальной денежной доходности. Высокие темпы его развития в начале XXI века, спрос на культурно-познавательные туры, мода на получение впечатлений от туристского путешествия, имеют также и ряд негативных факторов. Различная политическая ситуация, мировой кризис и целый ряд других негативных явлений для развития культурного туризма в мире, все же отрицательно влияют на эффективную работу предприятий туристской индустрии. В туристской сфере на сегодняшний день много недостатков разного свойства: экономического, социального, политического, идеологического, которые следует изучать, дорабатывать и устранять.

90-е годы XX века испытали ощущение существенного сжатия времени и пространства. Люди во всём мире стали «ближе» друг к другу благодаря различным достижениям научно-технического прогресса: изобретению всемирной сети Интернет, компьютерных технологий, мобильного телефона и т.п. Оправдано изучение устойчивых стереотипов поведения, являющихся условием включения индивида в сферу этнокультурного опыта, подвижных стереотипов мышления, вырабатываемых под влиянием СМИ, массовой и других проявлений культуры.

Актуальность данной темы подтверждается и необходимостью поиска и разработки новых инновационных стратегий развития культурного туризма, приобретающего массовый характер и коммерческую направленность на современном этапе.

Во время реализации инновационных проектов культурного туризма необходимо стремиться к объективному отражению истории, должна ставиться задача: показать окружающий мир во всем его многообразии с позиций политической и этноконфессиональной непредвзятости и толерантности.

В ряде государств при ЮНЕСКО создана Сеть кафедр по культурному туризму в целях мира и развития. Основные задачи Сети ЮНЕСКО определяются следующим образом: расширение междууниверситетских связей в области культурного туризма, привлечение к этой работе мэров городов и глав регионов, совершенствование механизмов сотрудничества, укрепление научной базы и другие. Проводятся международные форумы по тематике «Культурный туризм в целях мира и развития», «Научные, образовательные и региональные проблемы туризма» и др. Создается монография «Подготовка студентов туристского вуза к разработке туристских программ в процессе изучения культурологических дисциплин», устанавливаются международные связи, например, кафедра «Культура, туризм, развитие» создана в Сорбонском университете, при Национальной комиссии Армении по делам ЮНЕСКО в университетах США, России, Беларуси, Эстонии, Италии, Турции, Испании и других государств (около 60 университетов). Юридически оформлена междууниверситетская сеть ЮНЕСКО / ЮНИТВИН / Кафедры ЮНЕСКО по культурному туризму. Создан объединенный университет туризма стран СНГ [5, С. 169].

Феномен культурного туризма в своей основе направлен на постижение духовной сущности культуры, на обращение к человеческой душе, ее глубинной сущности. Именно культурный туризм, организация которого должна иметь творческий характер, формирует «ты-отношения» (Г.Марсель) [6, С. 106], раскрывает основы человеческого бытия, многогранность человеческих отношений.

Аксиологические основания культурного туризма в период экскурсионного путешествия обладают сильным эмоциональным воздействием на туристов. В процессе осуществления проекта культурного туризма объект, предлагаемый экскурсантам, не только познается, но одновременно оценивается. Определение ценности происходит как соотношение объекта с некоторым образцом (идеалом, эталоном, нормой). Устанавливается соответствие этому образцу, а сами образцы формируются в той или иной культуре и усваиваются субъектом (человеком, группой, обществом) в процессе социализации и инкультурации. «Субъектом оценивания выступает как социум, так и человек. Ценности – предпосылка и результат оценивания» [7, С. 159].

Ценностный фактор, который он получает во время культурного туризма, является основой ориентации человека в различной информации. Безусловно, человек должен иметь достаточную степень понимания тех или иных сообщений. Однако можно понимать информацию, но не принимать и не разделять ее. Информационная активность состоит не столько в широте информационного восприятия, сколько в способности дифференцированного подхода к ней. Расширение объема информации далеко не гарантирует ее полноценного использования человеком. Она может остаться «чужой» информацией, лишенной личностного смысла.

Ценностный аспект информационного восприятия проявляется в оценке: 1) источника информации, 2) содержания информации, 3) способа подачи информации. Считается, что объективные свойства вещей оцениваются сквозь призму информационных потребностей субъекта, его духовного мира. [7, С. 161].

Процесс оценивания – результат внутренних побуждений. Его результатом становится предпочтение тех или иных ценностей: Добра, Истины, Красоты.

Для каждого человека и оценивание, и индивидуальные ценности обусловлены его идеалами, жизненным опытом, собственной целостностью, идентичностью. Гармония этих феноменов наполняет жизнь человека глубоким смыслом и внутренним содержанием [8, С. 241].

Огромное значение имеет и сам характер непринужденного туристского путешествия, культурный уровень участников, межличностное общение, обсуждение, обмен впечатлениями от встречи с высокими образцами мировой и отечественной культуры.

Вышеизложенное положение приобретает особое значение в эпоху постмодерна и засилья массовой культуры. Массовая культура фактически встраивает элементы высокой культуры в те потребности, которые рождаются в масс-медийной индустрии образов, что приводит к маргинализации высокой культуры, становящейся достоянием узкого круга знатоков. Казалось бы, в массовой культуре присутствуют эстетические ценности, но если они и есть, то они имеют иное наполнение, соответствующее законам рыночной экономики (спрос рождает предложение). Так массовая культура совпадает с популярной – «попкультурой», являющейся симуляцией истинной культуры.

**Выводы.** Исследование проблемы аксиологических оснований культурного туризма позволяет сделать вывод о том, что культурный туризм имеет цель формировать и удовлетворить иные потребности, воплощать иные ценности – Истины, Добра, Красоты.

Обращаясь к «культуре памяти», к высоким образцам искусства, к народным и классическим традициям, культурный туризм ставит своей целью формировать не только коллективную, но и индивидуальную «культурную память», противопоставленную «ценностям» массовой культуры, которые рождаются в масс-медийной индустрии образов.

#### Список используемых источников:

1. Берестовская Д.С. Интеллигенция: к определению понятия / Диана Сергеевна Берестовская // Культура народов Причерноморья. – 2008. – № 134. – С. 57 – 59.
2. Берестовская Д.С. Становление и развитие философии культуры / Диана Сергеевна Берестовская. – Симферополь: Изд-во ТНУ, 2006. – 120 с.
3. Культурные ландшафты Крыма: Андрущенко И.А., Багрецов Е.В., Бобовникова И.А., Брыжак О.В., Брусницына О.С., Вейсова В.Э., Володин А.Н., Габриелян О.А., Грива О.А., Григорьева Л.И., Дружинина Е.С., Евтушенко В.О., Жердева А.М., Золотухина Н.А., Ильницкая О.И., Ишин А.В., Катунин Ю.А., Кокорина Е.Г., Котляр Е.Р., Кугушева А.Ю., Кулик В.В. и др. Симферополь, 2016.
4. Глобальный этический кодекс туризма. Сантьяго (Чили), 1 октября 1999 г. // Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы / Г.М.Долматов. – Р.-на-Д.: Феникс, 2001. – С. 190 – 205.
5. Гаагская декларация по международному туризму. Документ ВТО. Гаага. 10 – 14 апреля 1989 г. // Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы / Г.М.Долматов. – Р.-на-Д.: Феникс, – 2001. – С. 161 – 173.
6. Marcel G. Le Mystere de l'etre / Gabriel Marcel. – Р.: Aubier, 1951. – Vol. 2. – 512 p.
7. Дробницкий О.Г. Ценность / Олег Григорьевич Дробницкий // Философская энциклопедия. – М., 1970. – Т. 5. – С. 462.
8. Haulot A. Les enjeux du tourisme / Arthur Haulot // Tourisme et société. Mutations, enjeux et défis. – Bruxelles : Université de Bruxelles, 2006. – 244 p.

УДК 640.412:005.336

Куценко Е.В., старший преподаватель  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк

#### МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСТИНИЦ

**Куценко Е.В. Методический подход к реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиниц.** В работе обоснованы этапы реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиниц, проведен отбор факторов, влияющих на конкурентоспособность гостиниц, разработана модель формирования ресурсных потоков и даны рекомендации по внедрению отдельных должностей в гостинице.

**Kutsenko E.V. Methodical approach to the implementation of the mechanism of forming the competitiveness of hotels.** In the work the stages of realization of the mechanism of formation of hotels' competitiveness are proved, the selection of factors affecting the competitiveness of hotels, the model of formation of resource flows, and recommendations for the introduction of certain positions in the hotel are made.

**Ключевые слова:** оценка, конкурентоспособность гостиниц, логистический процесс, ресурсные потоки, факторы конкурентоспособности.

**Постановка проблемы.** Важным элементом системы обеспечения надлежащего уровня конкурентоспособности гостиниц, эффективного ведения их хозяйственной деятельности выступает ее оценка. В процессе оценки конкурентоспособности гостиниц как предпринимательских структур определяются как сильные, так и слабые стороны их деятельности, что позволяет эффективно проводить мероприятия стратегического и текущего планирования, а так же развивать деятельность гостиничного хозяйства с учетом конкурентных преимуществ.

Качество осуществления диагностических исследований касательно оценки конкурентоспособности гостиниц невозможно без детализации и систематизации всех процессов, связанных с качественным обеспечением аналитической информации о функционировании и развитии их деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемы конкурентоспособности предприятий гостиничной индустрии освещены в работах таких ученых, как: Г. Азоев, Ю. Волков, С. Драгунцов, И. Захарова, Н. Кабушкин, А. Кусков, К. Ладиченко, Ю. Леонтьева, Т. Марущак, Г. Муни, Х. Роглев, Е. Самарцев, Р. Фатхутдинов, Л. Шишкина и др. Анализ литературных данных позволил установить, что основное внимание уделяется определению сущности гостиничного продукта, особенностям его формирования и методам реализации.

**Выделение нерешенной проблемы.** Ряд теоретических и методических вопросов, касающихся механизма формирования конкурентоспособности гостиниц в научных работах ученых не нашли своего полного освещения. Поэтому исследования вопросов реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиниц требуют дальнейшей разработки.

**Цель статьи** – обоснование методических подходов к реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиниц.

**Изложение основного материала.** В экономическом механизме оценка конкурентоспособности гостиниц как предпринимательских структур выступает своеобразным направлением саморегулирования, в процессе которого обеспечивается обратная связь в системе управления через анализ, планирование, организацию, мотивацию, контроль и реализацию управленческих решений [1].

Учитывая цепную взаимосвязь функций в системе управления в экономическом механизме формирования конкурентоспособности гостиниц как предпринимательских структур, предлагаем проводить оценку по следующим этапам: подготовительный; информационный; аналитический; творческий; рекомендательно-исполнительный.

Этапы реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиницы представлены на рисунке 1. Данная структура этапов обеспечит информационно-аналитическую основу для оценки возможности реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиницы. Это позволит научно обосновать разработку управленческих решений менеджмента гостиниц по реализации направлений, связанных с повышением уровня их конкурентоспособности и дальнейшего развития.

**Подготовительный этап.** Для эффективного внедрения механизма формирования конкурентоспособности гостиниц как предпринимательских структур необходимо проводить мероприятия по оценке конкурентоспособности, в процессе которой анализировались бы причины снижения её уровня, а также проявлялись интересы инвесторов, предприятий, потребителей, государства. Это связано с тем, что сегодня на предприятиях гостиничного хозяйства не существует единой информационной базы, которая включала бы показатели анализа и оценки их конкурентоспособности. Поэтому важно теоретически обосновать отбор системы факторов, представляющих конкурентные преимущества конкретной гостиницы, что позволит провести оценку её конкурентоспособности и сравнить результаты с участниками отраслевого рынка [2, 3].

Данная система факторов должна определять способность гостиничного хозяйства функционировать в текущих экономических и политических условиях, что будет проявляться в обеспечении финансовой устойчивости, оснащении материально-технической базы, эффективности менеджмента, организации деятельности по всем направлениям.

Формирование мобильной группы контроля и мониторинга деятельности гостиницы позволит выявить наличие существенного круга логистических функций ресурсного взаимодействия, требующих непрерывного управленческого воздействия, а также раскроет степень реализации этих функций.

**Информационный этап.** Результативность мобильной группы контроля и мониторинга деятельности гостиницы связана с эффективностью процесса управления ресурсными потоками в рамках модели формирования конкурентоспособности. В свою очередь, взаимодействие ресурсных потоков гостиницы предполагает проведение отбора и оценки факторов, влияющих на эти потоки для разработки стратегий по результатам оценки. В процессе такого управленческого подхода возможно как оценить уровень конкурентоспособности гостиниц, так и дать рекомендации по реализации стратегий управления ресурсами гостиничного хозяйства для ведения результативной деятельности в процессе их взаимодействия.

Управление логистическим процессом включает следующие подсистемы ресурсного взаимодействия:

- 1) подсистема информационного обеспечения;
- 2) подсистема финансовых потоков;
- 3) подсистема продаж и маркетинга;
- 4) подсистема планирования деятельности.



Учитывая особенности модели формирования конкурентоспособности гостиницы в экономическом механизме, главной подсистемой в логистическом процессе гостиницы является подсистема информационного обеспечения.

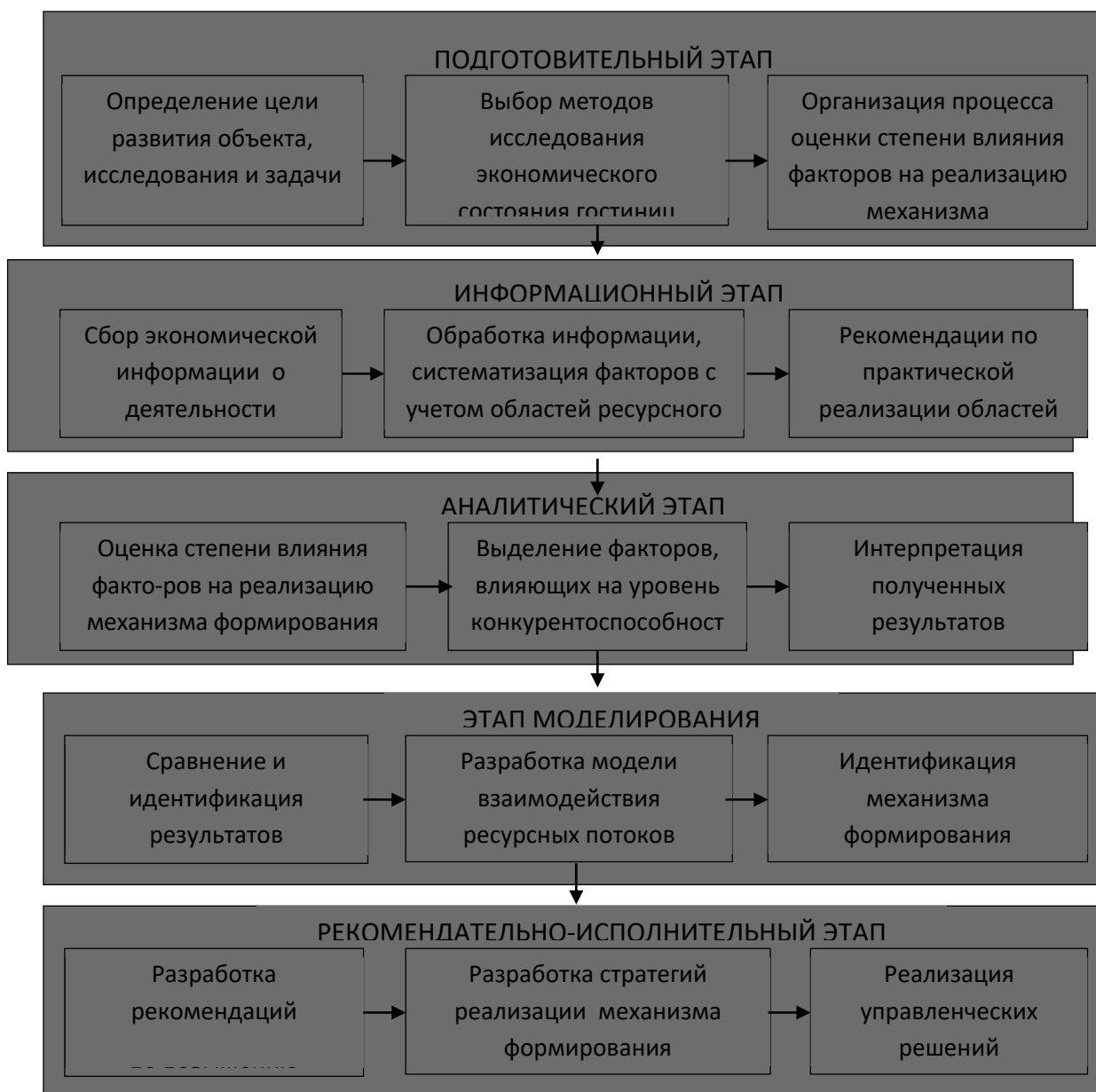


Рисунок 1. Структура этапов реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиницы (авторская разработка)

Посредником, обеспечивающим логистический процесс гостиницы достоверной информацией между потребителями и внутренними службами гостиницы, является служба приема и размещения, выполняющая функции информационного центра.

Второй по значимости в логистическом процессе гостиницы является подсистема финансовых потоков, формирующаяся в результате банковского и кассового обслуживания расчетов гостиницы. Финансовая составляющая логистического процесса гостиницы наполняется за счет проведенных расчетных и учетных операций с потребителями гостиничных продуктов.

Следующей важной подсистемой в логистическом процессе гостиницы является подсистема продаж и маркетинга, необходимостью которой объясняется взаимодействием гостиницы с другими участниками гостиничного рынка: посетителями, посредниками, конкурентами. В системе управления гостиницей подсистема продаж и маркетинга привязана к деятельности коммерческого отдела. В то же время, взаимодействие этой подсистемы с информационной и финансовой составляющей регулируется документооборотом с учетом утвержденного плана маркетинга и разработанных шаблонов договорных отношений с потребителями и посетителями.

Реализация первых трех подсистем в логистическом процессе зависит от разработки стратегических приоритетов подсистемы планирования деятельности гостиницы по рациональному использованию её ресурсов. Подсистема планирования деятельности осуществляет анализ взаимодействия ресурсных потоков, ведет оценку контроля по выполнению всех видов планов и показателей результативности. Подсистема планирования гостиницы является аккумулирующей информационной базой, регулирующей деятельность гостиницы через планы и бюджеты подсистем гостиничного хозяйства.

Аналитический этап. Этот этап участвует в формировании обратной связи – появлению встречного финансового потока, уровень которого будет зависеть от качества гостиничного продукта, который включает материальное и информационное обеспечение, реализуемое через доброжелательное и профессиональное отношение со стороны работников гостиницы. Именно качество необходимо сегодня рассматривать как приоритет в деятельности гостиничных предприятий.

Аналитический аспект в оценке влияния факторов на реализацию механизма формирования конкурентоспособности гостиниц представлен на рис. 2 [4, 5].



Рисунок 2. Этапы оценки степени влияния факторов на реализацию механизма формирования конкурентоспособности гостиниц

Учитывая вышесказанное, был проведен отбор факторов и показателей, влияющих на конкурентоспособность предприятий сферы гостеприимства с учетом рассмотренных подсистем ресурсного взаимодействия логистического процесса, предварительно поделив их на факторы по подсистемам:

1. Подсистема финансовых потоков (коэффициент рентабельности реализации продукции; коэффициент синхронности денежных потоков; коэффициент маневренности собственного капитала; средневзвешенный период оборачиваемости оборотных активов; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент мгновенной ликвидности; доля выручки от новых услуг по размещению в общей выручке предприятия);

2. Подсистема информационного обеспечения (доля инновационных инструментов, внедренных в систему бронирования; эффективность новых дополнительных и сопутствующих услуг по размещению);

3. Подсистема продаж и маркетинга (количество гостиниц; вместимость гостиниц; номерной фонд гостиниц; стоимость пребывания размещенных в гостиницах; средняя вместимость гостиниц; общий доход за период; коэффициент заполняемости гостиницы; коэффициент загрузки; количество потребителей на один проданный номер; средний срок проживания посетителей; доля постоянных клиентов; доля своевременно выполненных заказов);

4. Подсистема планирования деятельности (количество соглашений о долгосрочном сотрудничестве; индекс прибыльности номерного фонда);

5. Подсистема кадрового обеспечения (производительность труда одного работника; средняя зарплата одного работника; уровень развития функциональных компетенций в сравнении с предприятиями-конкурентами; уровень развития стратегических компетенций в сравнении с предприятиями-конкурентами)

Количественную оценку степени влияния факторов на реализацию механизма формирования конкурентоспособности гостиниц на результаты деятельности гостиниц предлагается провести с помощью факторного анализа.

Основными этапами факторного анализа являются [6]:

- 1) сбор эмпирических данных и подготовка корреляционной матрицы;
- 2) выделение начальных факторов и вычисления факторных нагрузок: производится выбор метода вычисления, определяется количество факторов на основе содержательных или математических рассуждений;
- 3) вращения факторной структуры: выбор критерия вращения;
- 4) содержательная интерпретация результатов факторного анализа;
- 5) вычисление факторных значений.

В результате факторного анализа были выделены две факторные нагрузки (коэффициенты корреляции между показателями и факторами), которые имеют наибольшее абсолютное значение.

Этап моделирования. Подсистемы взаимодействия информационного и финансового потоков подлежат управленческому регулированию со стороны подсистемы продаж и маркетингового обеспечения для экономического обоснования в подсистеме планирования деятельности гостиницы. Такое взаимодействие представляет собой модель формирования конкурентоспособности гостиницы, которая приведена на рисунке 3.

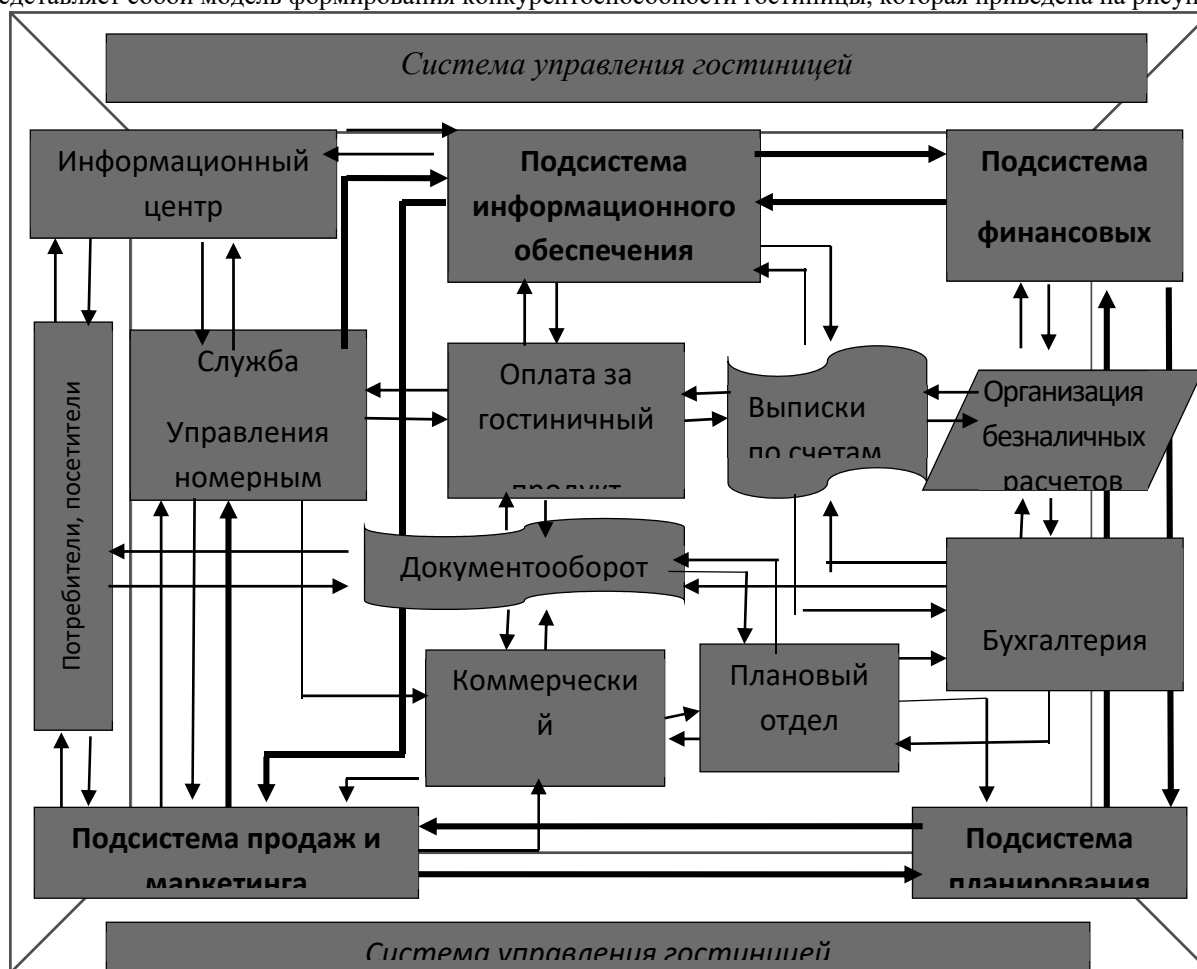


Рис. 3. Модель формирования ресурсных потоков гостиницы как предпринимательской структуры (построено автором)

Рекомендательно-исполнительный этап. Таким образом, модель формирования конкурентоспособности гостиницы представляет логическую цепь взаимодействия ресурсных потоков логистического процесса в системе управления гостиничным хозяйством как предпринимательской структурой. Прямое взаимодействие наблюдается между информационными и финансовыми потоками логистического процесса гостиницы и показывает необходимость непосредственного участия соответствующих отделов системы её управления, представленных работниками указанных отделов и центров.

Эффективность модели логистического процесса гостиницы должна координироваться и регулироваться специалистами по маркетингу, которые используют передовые маркетинговые инструменты на фоне четко спланированной деятельности через разные виды планов.

В связи с этим, в штатное расписание коммерческого отдела гостиницы, кроме менеджеров с логистики, рекомендуется ввести следующие должности: 1) маркетолог; 2) специалист с маркетинговых исследований; 3) маркетолог по продажам; 4) менеджер по доходам. Число этих специалистов регулируется в зависимости от масштабов гостиничного хозяйства, а если штат гостиницы свыше 50 человек, предлагаем кроме коммерческого отдела организовать службу маркетинга.

**Выводы и предложения.** Таким образом, в статье были охарактеризованы этапы реализации механизма формирования конкурентоспособности гостиницы, позволяющие разработать эффективные управленческие решения по повышению качества гостиничного продукта; построена объективная модель взаимодействия информационного и финансового потоков, подлежащих управленческому регулированию со стороны подсистемы продаж и маркетингового обеспечения для экономического обоснования в подсистеме планирования эффективности деятельности гостиницы; усовершенствованы этапы оценки степени влияния факторов на реализацию механизма формирования конкурентоспособности гостиниц.

#### **Список использованных источников:**

1. Фатхутдинов, Р. А. Управленческие решения [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 512 с.
2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
3. Захарова И.А. Исследование конкурентоспособности предприятия сферы гостеприимства / И.А. Захарова / [Электронный ресурс]. – URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/zaharova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/zaharova.htm) (дата обращения 20.09.2017).
4. Леонтьева, Ю.Ю. Исследование возможностей использования существующих методов оценки конкурентоспособности для гостиничных предприятий [Текст] / Ю.Ю. Леонтьева, К. Рудакова // Научно-технический сборник. - 2012. - № 102. - С. 499-503.
5. Баяскаланов, А.Б. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия применительно к машиностроению [Текст] / А.Б. Баяскаланов, Т.А. Баяскаланова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2012. - № 12. Выпуск 5 (5). – С.21-22.
6. Иберла, К. Факторный анализ. [Текст] / К. Иберла, Пер. с нем. В. М. Ивановой. – М.: Статистика, 1980. - 398 с

**УДК 796.5**

**Лазницкая Н.Ф.**, к.г.н., директор  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Бровцына В.С.**, директор  
ГАУ г. Севастополя «Центр развития туризма»,  
г. Севастополь  
**Екимова З.З.**, заместитель директора по УВНР  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Фурникова А.А.**, вед.специалист отдела по ВВНР  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь<sup>©</sup>

#### **БОЛЬШАЯ СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ТРОПА – НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

**Лазницкая Н.Ф., Бровцына В.С., Екимова З.З., Фурникова А.А.** Большая Севастопольская тропа – **новый вектор развития туризма в регионе.** Проанализированы приоритетные направления развития туризма в Севастополе. Рассмотрены вопросы формирования маршрутов активного отдыха в городе Севастополе и реализация проекта «Большая Севастопольская тропа». Определены возможные пути сглаживания сезонности в туризме.

**Lazitskaya N.F., Brovtsyna V.S., Ekimova Z.Z., Furnikova A.A. The Great Sevastopol Trail is a new vector of tourism development in the region.** Priority directions of tourism development in Sevastopol are analyzed. The issues of formation of active recreation routes in the city of Sevastopol and the implementation of the project 'The Great Sevastopol Trail' are considered. Possible ways of smoothing seasonality in tourism are identified.

**Ключевые слова:** туризм, туристско-рекреационный комплекс, Большая Севастопольская тропа, экологический туризм, Севастополь.

**Постановка проблемы.** Туризм является одной из динамично развивающихся сфер российской экономики. В Российской Федерации большое внимание уделяется государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма, что находит отражение в документах стратегического планирования [2;4;8;9;10;11], в которых туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития страны; определены цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма. С вхождением в состав Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя стоит задача их интеграции в систему управления сферой туризма, обеспечение развития туризма, смягчения негативных последствий переходного периода.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Приморский статус Севастополя обусловил приоритетное развитие многих видов туризма и рекреации. Несмотря на диверсифицированную структуру рекреации и туризма, выгодно отличающей Севастополь от других рекреационных районов полуострова, остаётся нерешённой проблема сезонности в туризме, что негативно отражается на заполняемости туристско-рекреационных предприятий, влияет на структуру занятости работников, большинство из которых привлекаются лишь в курортный сезон.

Анализ мотивационной структуры прибытий показывает, что приоритетной целью посещения Севастополя продолжает оставаться оздоровительная рекреация с использованием пляжных ресурсов Севастополя. Многие рекреанты предпочитают сочетать отдых с культурно-познавательными и культурно-развлекательными занятиями [20]. Город обладает огромным культурно-историческим потенциалом и ведущим сегментом системы туризма остается культурно-познавательный туризм. Несмотря на самый высокий процент заповедных территорий в Крыму в Севастополе, слабо представлены эколого-ориентированные виды туризма, многие из которых могут способствовать привлечению туристских групп в межсезонье, а также увеличить число туристско-рекреационных занятий местного населения на протяжении года.

**Цель статьи.** Проанализировать перспективные направления развития туризма в Севастополе, разработать предложения по сглаживанию сезонности в туризме.

**Изложение основного материала.** Рекреация относится к избирательному виду деятельности, который является необходимым условием нормальной человеческой жизни, средством компенсации напряжения и средством восстановления трудоспособности. Ее основная задача – восстановление и развитие физических и психических сил каждого члена общества, всестороннее развитие его духовного мира и творческих способностей [17].

Рекреация и туризм имеют ярко выраженную ресурсную ориентацию, что вызывает потоки рекреантов к местам концентрации ресурсов и нередко определяют характер территориальной организации рекреационных районов, размещения туристских центров и специализацию национального и регионального туристских продуктов страны [21]. Одним из важнейших факторов развития и пространственной организации туристско-рекреационной деятельности является ресурсный потенциал территории объем, структура и качество которого, выступают движущей силой прогресса рекреационного освоения, формирования функциональной и территориальной структуры хозяйственного комплекса страны и определяет конкурентные преимущества не только на региональном, но и на мировом рынке туристско-рекреационных услуг [21]. Разнообразие, комбинирование и цикличность рекреационных занятий непосредственным образом связана со свойствами рекреационных территорий и их организацией.

В настоящее время учеными всех стран ведется поиск альтернативных направлений использования природных ресурсов в соответствии с концепцией устойчивого (сбалансированного) развития. В туризме данный процесс наиболее ярко выражен в рамках экологического туризма. Государственная туристская политика представляется действенным фактором, определяющим приоритеты и стратегические цели развития рекреационного природопользования в конкретном регионе. Стихийное развитие туризма в развитых странах сменяется стратегическим планированием в рамках международных, национальных и региональных стратегий и целевых комплексных программ.

Во всем мире отмечается кардинальное изменение рекреационного спроса в отношении мотивации поездок, функциональной избирательности спроса и технологий рекреационного поведения в пространстве [14; 20]. В частности, констатируется смена наиболее распространенной модели проведения отпуска «три S» (Sea – Sun – Sand – «море-солнце-пляж»), т.е. пляжного отдыха, моделью «три L» (Lore – Landscape – Leisure – «национальные традиции – пейзаж – досуг»). По мнению ведущих ученых [14], эта модель «наилучшим образом соответствует новым ценностям, которые утверждаются в психологии человека и получают выражение в поведении туриста».

Экологический туризм активно развивается во всем мире с 1980-х гг. XX в. и является отражением растущей экологизации туристско-рекреационного процесса. Под экологическим туризмом понимают «туризм, направленный на лучшее понимание и бережное отношение людей к природе и побуждающий местное население сохранять природные ресурсы» [15]. В некоторых странах экологический туризм трактуют как поездки с обязательным участием в природоохранных мероприятиях, проведением учебных экскурсий к уникальным природным объектам, прохождением экологических троп в объектах природно-заповедного фонда и др., с соблюдением природоохранных норм и технологий при выполнении экологических туров и программ [20].

Согласно оценкам UNWTO, доля экологического туризма в общем объеме мировой туристской индустрии составляет 2-4%. По данным экспертных оценок, для нужд экологического туризма ежегодно производится товаров и услуг на сумму 55 млрд. долл. По данным экспертов [19] годовой рост рынка экологического туризма оценивается от 10 до 30% в год. Данный вид туризма входит в число пяти основных стратегических направлений развития мировой индустрии туризма до 2020 года.

В Стратегии развития туризма на период до 2020 года [11] отмечено, что Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Это имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Туризм и туристская деятельность признана одной из приоритетных отраслей социально-экономического развития Севастополя [1; 12]. Приоритетными направлениями развития туризма и туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего и въездного туризма: военно-патриотического, культурно-познавательного, детского и молодежного, зеленого экологического, круизного и яхтенного, рекреационно-оздоровительного, социального и самодеятельного [13]. В рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и Севастополя до 2020 года» [5] предусмотрено участие государства в проектах по созданию объектов обеспечивающей инфраструктуры туристско-рекреационного кластера круизного и яхтенного туризма «Севастопольская гавань», зеленого экологического туризма «Зеленое ожерелье» и культурно-познавательного туризма «Перекресток культур», и заложены средства на строительство и реконструкцию объектов культуры ФГБУ культуры «Государственный историко-археологический музей-заповедник “Херсонес Таврический”».

Севастополь обладает для развития эколого-ориентированных видов туризма. Его территория имеет высокое ландшафтное и пейзажное разнообразие. По данным Яковенко И.М. [22], Севастопольский регион имеет самый высокий процент заповедных территорий в Крыму. Площадь ландшафтов, потенциально благоприятных для рекреации оценивается в 2640 га, или 3,1% (от всей территории региона), а земли полифункционального назначения, где рекреация может соседствовать с другими природопользователями, составляет 25756,3 га (29,8%).

В 2015 году Постановлением Правительства города Севастополя «О формировании маршрутов активного отдыха в городе Севастополе» был утвержден перечень перспективных маршрутов активного туризма в границах природно-рекреационного комплекса «Большая Севастопольская тропа» [6]. Инициатором проекта выступила региональная общественная организация «Федерация альпинизма и скалолазания города Севастополя». Данное мероприятие включено в Государственную программу «Развитие культуры и туризма города Севастополя на 2017-2020», утвержденную постановлением Правительства от 07.11.2016 г. № 1050-ПП [7]. Администратором проекта выступает ГАУ «Центр развития туризма».

Целями проекта «Большая Севастопольская тропа» являются: развитие и продвижение активного туризма и здорового образа жизни; создание комплекса базовой инфраструктуры для развития активных видов круглогодичного туризма в горнолесной местности региона; создание безопасной инфраструктуры, как для туристов любителей, так и для профессионалов (возможность проведения соревнований); сохранение экосреды в горно-лесной местности Севастополя; экологическое воспитание и образование с созданием комфортной информационной среды для туристов в т.ч. иностранных (англоязычных); привлечение дополнительного потока туристов в регион в межсезонье и зимний период года.

Комплекс активного туризма «Большая Севастопольская тропа» проходит через все природные зоны горно-лесной местности города Севастополя. Основная ветвь Большой Севастопольской тропы состоит из восьми участков, линейно расположенных один за другим, общей протяженностью 117 км, при этом, каждый из перечисленных ниже участков, может выступать самостоятельным прогулочным маршрутом, прохождение которого будет занимать от 2 до 8 часов ходьбы:

1. Балаклава – Ласпинский перевал (18 км).
2. Ласпинский перевал – перевал Байдарские ворота (11 км).
3. Перевал Байдарские ворота – туристская станция «Узунджа» (23 км).
4. Туристская станция «Узунджа» - с. Передовое (15 км).
5. С. Передовое – туристская станция «Гористое» (13 км).
6. Туристская станция «Гористое» - туристская станция «2 кордон» (14 км).
7. Туристская станция «2 кордон» - ур. «Горный ключ» (11 км).
8. Ур. Горный ключ – с. Любимовка (12 км).

На территории природно-рекреационного комплекса «Большая Севастопольская тропа» планируется развитие следующих активных видов туристско-рекреационных занятий:

- пешие прогулки по маршруту в рамках радиальных выходов из точек транспортной доступности (хайкинг) или полный проход с максимальным набором препятствий на этом маршруте (трекинг);
- скайраннинг (в качестве тренировок) спортсменов к участию на официальных дисциплинах скайраннинга;
- трейлраннинг (спортивная дисциплина, подразумевающая бег по природному рельефу в свободном темпе или в рамках соревнования. Включает в себя элементы кросса и горного бега).

Кроме перечисленных видов на отдельных участках маршрутов будет возможно использование велосипедов и специального транспорта.

Данный природно-рекреационный комплекс обладает большим культурно-познавательным потенциалом (расположено около 250 природных и культурно-исторических достопримечательностей). Поэтому одним из перспективных направлений является экскурсионная деятельность. Прохождение маршрутов по особо охраняемым природным территориям имеет большой потенциал для развития экологического туризма.

В настоящее время ведутся работы по развитию инфраструктуры:

- на трех участках маршрута уже установлены навигационные столбы, окончание работ планируется провести до конца 2017 года. Информационные таблички на столбах содержат сведения для ориентирования на местности (географические координаты места, направления до ближайших достопримечательностей с указанием расстояния, контактные телефоны службы спасения). Кроме того, столбы имеют сквозную нумерацию, что позволяет быстро сориентироваться службе спасения при получении тревожного сигнала;
- ведется оборудование труднопроходимых участков и акарицидная обработка.

В ближайшее время планируется обустройство туристических привалов и стоянок, открытие туристско-информационных центров, а также создание сайта и специального мобильного приложения.

В 2017 году между Центром развития туризма Севастополя и Севастопольским экономико-гуманитарным институтом (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» подписано соглашение о сотрудничестве [16]. Студенты и профессорско-преподавательский состав кафедры туризма под руководством специалистов Центра развития туризма в сентябре 2017 года апробировали несколько участков маршрута и будут принимать активное участие в реализации данного проекта [18]. Планируется проведение совместных научных исследований, подготовка специалистов для работы на маршрутах, участие в реализации проекта «Большая Севастопольская тропа».

**Выводы.** Создание в Севастополе туристско-рекреационного комплекса «Большая Севастопольская тропа» не только в значительной степени расширит возможности в удовлетворении рекреационных потребностей местного населения, но и создаст необходимые условия для привлечения в регион туристов на протяжении года, позволит создавать новые рабочие места.

#### Список используемых источников:

1. Закон города Севастополя от 04.04.2017 № 333-ЗС "О туризме и туристической деятельности города Севастополя" - URL: file:///E:/Desktop/333\_zs.pdf (дата обращения: 01.10.2017 г.)
2. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года. – М., 2008
3. Концепция стратегического развития г. Севастополь до 2030 года: основные положения Агентство стратегических инициатив: Севастополь, 2014. – 13 с.
4. Постановление Российской Федерации Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы (с изм. от 17.02.2017 г.) – URL: Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499091763> (дата обращения: 12.08.2017 г.)
5. Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 г. №790 «Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года»» (ред. от 27.11.2014) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 18.08.2014 N 33. – ст. 4595.
6. Постановление от 30.10.2015 г. № 1023-ПП «О формировании маршрутов активного отдыха в городе Севастополе». - URL: <https://sevastopol.gov.ru/docs/253/13351/> (дата обращения: 29.09.2017)
7. Постановление от 07.11.2016 г. № 1050-ПП «Об утверждении государственной программы города Севастополя «Развитие культуры и туризма города Севастополя на 2017-2020 годы». - URL: <https://sevastopol.gov.ru/docs/253/28781/> (дата обращения: 29.09.2017)
8. Распоряжение Правительство Российской Федерации Об утверждении стратегии развития туризма до 2020 г. № 941-р (с изм. от 31.05.2014) – URL: <http://docs.cntd.ru/document/420200177> (дата обращения: 29.09.2017 г.)
9. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 №1662 (ред. 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/) (дата обращения: 15.08.2017 г.)

10. Стратегия инновационного развития Российской Федерации до 2020 года – URL:<http://ac.gov.ru/projects/public-projects/04840.html> (дата обращения 28.07.2017 г.)
11. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, Москва.- 2014.- 67 с.
12. Стратегия социально-экономического развития города Севастополя до 2030 года (проект), Москва, - 2016. – 196 с.
13. Разработан проект Закона города Севастополя «О туризме и туристской деятельности в городе Севастополе» - URL: <https://sevastopol.gov.ru/docs/254/2981/index.php> (дата обращения: 20.09.2017 г.)
14. Александрова А.Ю. Международный туризм: [учебник] /А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс,2002. – 470 с.
15. Котляков В.М. Туризм: природа-культура-путешествия. Пятиязычный словарь. Русский (с краткими дефинициями), английский, французский, испанский, немецкий: [словарь] / В.М. Котляков, А.И. Комарова. – М.: Издательский дом «Кодекс», 2013. – 672 с.
16. Между Севастопольским экономико-гуманитарным институтом (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» и ГАУ города Севастополя «Центр развития туризма» подписано соглашение о сотрудничестве. - URL: <http://segi.cfuv.ru/ru/n24082017> (дата обращения: 29.09.2017 г.)
17. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М: Изд-во Московского университета, 1981. – 207 с.
18. Студенты-первокурсники покоряют Большую Севастопольскую тропу. - URL: <http://segi.cfuv.ru/ru/n03092017> (дата обращения: 27.09.2017 г.)
19. Чижова В.П. Рекреация и заповедное дело: итоги и перспективы взаимодействия [учебное пособие] / В.П. Чижова, И.Л. Прыгунова. – Минск: «ДОЛ-Принт», 2004 – 145 с.
20. Яковенко, И.М. Рекреационное водопользование в г. Севастополь: общественно-географическое обоснование развития [Текст] / И.М. Яковенко, Н.Ф. Лазицкая. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2015. – 356 с.
21. Яковенко, И.М. Рекреационное природопользование: методология и методика исследований [Текст] / И.М. Яковенко. – Симферополь: Таврия, 2003.- 335 с.
22. Яковенко, И.М. Ресурсный потенциал, современное состояние и проблемы развития туристско-рекреационного комплекса г. Севастополь. 2010 [Электронный ресурс]. / И.М. Яковенко. – URL:<http://linc.com.ua/documents/storage> (дата обращения: 30.06.2017)

**УДК 338.48**

**Лазицкая Н.Ф.**, к.г.н., директор  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Фурникова А.А.**, вед.специалист отдела по ВВНР  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь  
**Орлов А.Ф.**, директор  
ООО «Орлиное гнездо»,  
г. Севастополь

### **МОРСКОЙ КРУИЗНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Лазицкая Н.Ф., Орлов А.Ф., Фурникова А.А. Морской круизный туризм: проблемы и перспективы развития.** Проанализированы ведущие круизные регионы мира, проблемы и перспективы развития круизного туризма.

**Lazitskaya N.F., Orlov A.F., Furnikova A.A. Sea cruise tourism: problems and development prospects.** The leading cruise regions of the world, problems and prospects of development of cruise tourism are analyzed.

**Ключевые слова:** морской круизный туризм, круизный регион.

**Постановка проблемы.** Согласно прогнозам ВТО, в XXI веке наиболее перспективным и быстрорастущим видом туризма будут путешествия на круизных лайнерах [12]; к 2020 году круизный туризм, наряду с культурно-познавательным, экологическим, приключенческим и тематическим должен



стать одним из наиболее популярных видов туризма. Несмотря на активное развитие, круизные рынки мира сталкиваются с рядом экономических, геополитических, экологических и инфраструктурных проблем.

Теоретико-методические аспекты развития круизного туризма представлены в работах О.В. Арион, А.В. Бабкина [2; 3]. Исследованиям проблем функционирования и развития круизного туризма в мире посвящены работы А.Ю. Александровой [1], М.Б. Биржакова и В.Н. Никифорова [4]. В публикациях ведущих экспертов в области морского круизного туризма рассмотрены тенденции развития круизного туризма и ведущие круизные рынки мира [7; 8]. Общемировым тенденциям развития морского круизного туризма, рассмотрению географической структуры основных круизных регионов мира посвящены публикации Яковенко И.М и Лазицкой Н.Ф. [12; 13], О.В. Арион [2]. Вопросы правового регулирования круизной деятельности отражены в работах Лазицкой Н.Ф и Никитиной А.П. [5; 6]. Процессам развития круизного туризма в современных экономических условиях посвящены работы ученых-экономистов Н.А. Логуновой и др. [9; 10; 11].

Для выявления современных тенденций развития круизного туризма необходимо провести анализ географических направлений туристских потоков и выявить ведущие круизные дестинации мира.

**Цель статьи.** Проанализировать тенденции морского круизного туризма; выявить географические особенности развития круизного туризма.

**Изложение основного материала.** Морской круизный туризм продолжает активно развиваться, неуклонно растет число участников круизов. Согласно прогнозам экспертов, уже в этом году число участников морских круизов достигнет 22,5 млн. чел., из которых 14,87 млн. составят жители Северной Америки и около 6,8 млн. чел. - жители Европы [12, С.238].

Круизный туризм имеет значительные диспропорции в территориальной организации. О.В. Арион выделяет 14 основных круизных регионов мира [2]: Карибский круизный регион, Восток Североамериканского побережья, Аляско-Канадский регион, Мексиканскую Ривьеру (вдоль побережья Тихого океана от г. Сан-Франциско (США) до г. Сиэтл (США)), Южно-Американский круизный регион, Антарктический круизный регион, Атлантику, Скандинавский, Средиземноморский, Западно-Африканский, Африкано-Индийский, Дальневосточный, Гавайский и Южно-Тихоокеанский круизные регионы.

Наличием самых многочисленных кольцевых круизных маршрутов отличаются бассейны Карибского и Средиземного морей. Значительное количество однонаправленных круизных маршрутов проходит вдоль Европы и Скандинавии. Высокая круизная активность отмечается в Юго-Восточноазиатском и Австралийско-Новозеландском секторах Тихого океана [12; 13] (рис. 1).

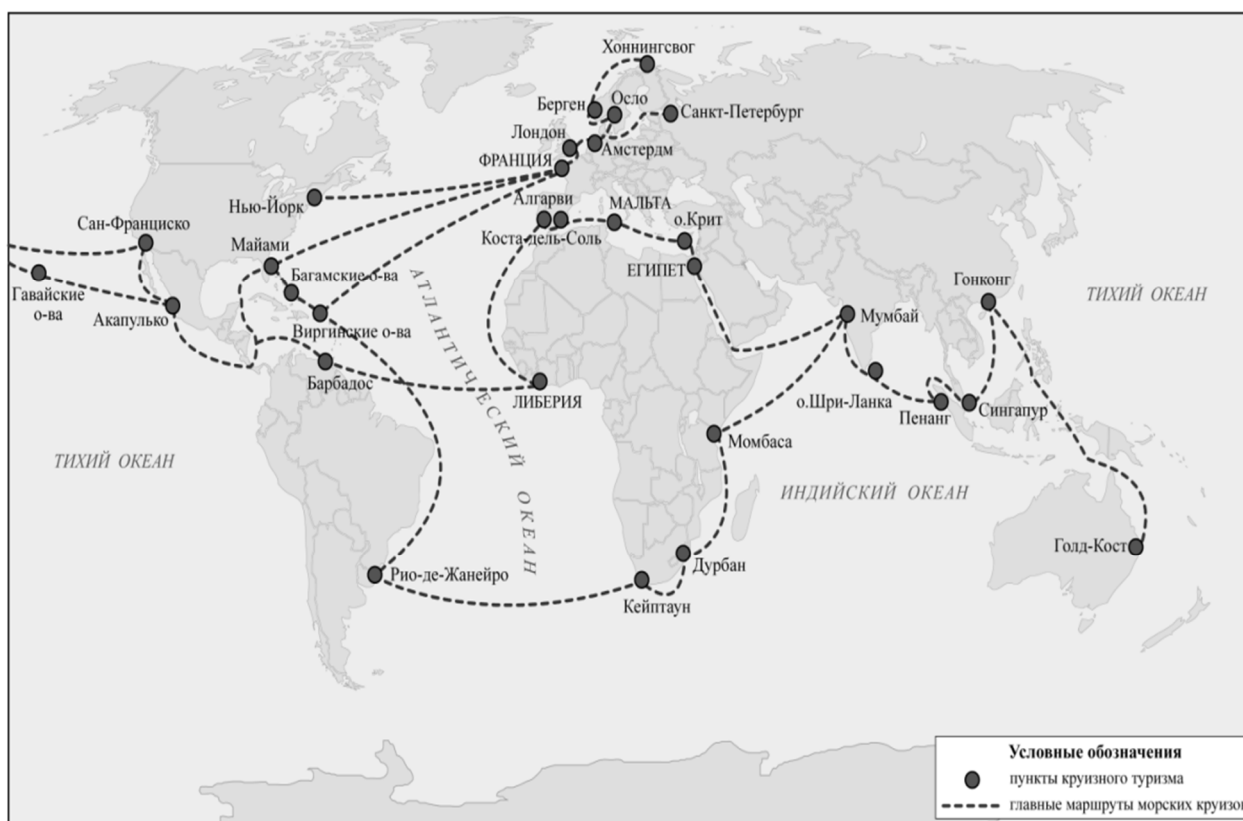


Рис. 1 – Приоритетные направления круизного туризма [12]

С 2002 по 2014 гг. отмечалось активное развитие круизного туризма в Черноморском бассейне. Наилучшие позиции по развитию круизного туризма имела Украина. По мнению экспертов [7], Черноморский регион является одним из самых перспективных для развития круизного бизнеса «не только благодаря своему уникальному культурно-историческому наследию, но и с экономической точки зрения». Этому способствовало наличие 17 портов, способных принимать круизные суда (в т.ч. 5-6 портов, способных принимать суда крупных размеров), а небольшие расстояния между портами позволяли экономить на топливе, что позитивно отражалось на рентабельности судоходных компаний. В своем докладе на международной конференции «Black Sea Cruise-2012» эксперт П. Уайльд отмечал [7], что наибольшим историческим потенциалом, «который еще предстоит раскрыть для туристов», обладает Севастополь. Стоит отметить, что в советский период (70-80 гг. XX в.) помимо значительного количества пассажирских судов, осуществляющих работу на маршрутах Крымско-Кавказской линии, Ялтинский и Одесский порты принимали ежегодно более 300 иностранных круизных судов [11].

В Черноморском регионе круизный туризм подвержен фактору сезонности. В настоящее время отмечается дефицит судов круизного класса. Уровень развития портовой инфраструктуры в отдельных портах-круизных центрах остается невысоким. Серьезное влияние на круизный рынок региона оказывают геополитические проблемы, ограничивающие доступ ведущих зарубежных круизных компаний [11; 12; 13;].

**Выводы.** Морской круизный туризм продолжает активно развиваться. Растет число туристов, предпочитающих путешествовать водными видами транспорта. Прослеживаются значительные диспропорции в территориальной организации морского круизного туризма. Ведущими круизными регионами выступают бассейны Карибского и Средиземного морей. Большим потенциалом для развития круизного туризма обладает Черноморский регион, где с 2014 года негативное воздействие на развитие круизного туризма оказывает неблагоприятная геополитическая ситуация.

#### **Список используемых источников:**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: [учебник] /А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс,2002. – 470 с.
2. Аріон О.В. Організація транспортно обслуговування туристів [навч. посібник] / О.В. Аріон. – К.: Альтерпрес, 2008. – 192 с.
3. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: [учебник] / А.В. Бабкин.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.- 252 с.
4. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки / М.Б. Биржаков, В.И. Никофоров.- [2-е изд.]- СПб.: Издательский дом «Герда» (Невский фонд), 2003. – 400 с.
5. Лазицкая Н.Ф. Правовое регулирование круизной деятельности в Российской Федерации / Н.Ф. Лазицкая, А.П. Никитина // Современное гуманитарное образование: самоорганизация деятельности и инновационные технологии устойчивого развития.- Севастополь, 2015. – URL: <http://docplayer.ru/33046285-Sovremennoe-gumanitarnoe-obrazovanie-samoorganizaciya-deyatelnosti-i-innovacionnye-tehnologii-ustoychivogo-razvitiya.html> (дата обращения: 27.09.2017 г.)
6. Никитина А.П. Правовое регулирование туристского круиза / А.П. Никитина // Вестник государственного морского университета им. адмирала Ф.Ф. Ушакова. - Севастополь, 2015. - № 3 (12), С.50-53.
7. Степанов А. Black Sea Cruise-2012 / А. Степанов // Порты Украины. - № 8 (120), 2012. – URL: <http://portsukraine.com/node/3027> (дата обращения 25.09.2017)
8. Стивен Я. Какой порт выбрать для захода круизных судов / Я. Стивенг // Порты Украины, № 80 (120), 2012. - URL: <http://portsukraine.com/node/3028> (дата обращения 25.09.2017)
9. Логунова Н.А. Использование маркетингового подхода при формировании стратегии развития круизного туризма / Н.А. Логунова // Практический маркетинг. – 2014. - № 4 (206).- С.31-38.
10. Логунова Н.А. Экономические составляющие развития круизной индустрии / Н.А. Логунова // Ученые записки Таврического национального университета. Серия «Экономика и управление». – Симферополь: ТНУ, 2013. – Т.26 (65), № 4.- С. 123-127.
11. Логунова Н.А. Теоретико-методологические основы стратегического развития круизного туризма / Н.А. Логунова. - дисс. на соискание уч. степени доктора экономических наук, 2014. – 335 с. – С. 87. - URL: <http://cfuv.ru/wp-content/uploads/2015/04/diser5.pdf> (дата обращения 20.09.2017 г.)
12. Яковенко И.М. Географические тенденции развития морского круизного туризма / И.М. Яковенко, Н.Ф. Лазицкая // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского.- Серия «География», 2014. – Т. 27 (66).- № 2. – С.236 – 246.
13. Яковенко, И.М. Рекреационное водопользование в г. Севастополь: общественно-географическое обоснование развития [Текст] / И.М. Яковенко, Н.Ф. Лазицкая. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2015. – 356 с.

**Лебезова Э.М.**, ст. преподаватель  
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»,  
г. Донецк

**Овчаренко Л.А.**, к.э.н., доцент  
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»,  
г. Донецк

**Семичастный И.Л.**, к.т.н., доцент  
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»,  
г. Донецк

## УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДНР НА ОСНОВЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ

**Лебезова Э.М., Овчаренко Л.А., Семичастный И.Л. Управление туристско-рекреационным потенциалом ДНР на основе ГИС-технологий.** В работе рассматриваются вопросы, связанные с повышением эффективности использования туристско-рекреационного потенциала региона на основе геоинформационных технологий.

**Lebezova E.M., Ovcharenko L.A., Semichastny I.L. Management of the tourist and recreational potential of the DPR on the basis of GIS technologies.** In the work the questions related to improving the efficiency of using the tourist and recreational potential of the region on the basis of geoinformation technologies are considered.

**Ключевые слова:** ГИС, управление, рекреационный потенциал, туристско-рекреационная сфера, регион, экономическое развитие.

**Постановка проблемы.** Затянувшийся военный конфликт на территории Донбасса фактически интегрировал территорию ДНР в российское экономическое пространство. Географическое положение региона и интенсивность экономических связей позволяют говорить о фактическом тяготении ДНР к Южному федеральному округу РФ, в котором туристско-рекреационная сфера традиционно занимает одно из важнейших мест в структуре экономики.

В Донбассе традиционные туристско-рекреационные зоны в настоящее время находятся под контролем Украины. Вместе с тем, предварительная оценка рекреационного потенциала ДНР показывает, что эффективное использование оставшихся в Республике природных и историко-культурных рекреационных ресурсов (при условии формирования в регионе современной рекреационной инфраструктуры) обеспечит устойчивое развитие отрасли и поспособствует экономическому развитию региона в целом.

В настоящее время туристско-рекреационная сфера ДНР находится в критическом состоянии: острый дефицит койко-мест в период сезона и отсутствие рекреационной инфраструктуры, позволяющей отдыхать в остальное время года; в целом высокий процент морально и физически устаревшей инфраструктуры рекреации (сохранившейся с советских времен); низкий уровень обслуживания. Такое положение означает, что рекреационный потенциал региона используется недостаточно эффективно. Чтобы исправить эту ситуацию, следует, в числе прочего, создать систему управления отраслью с применением геоинформационных технологий, которые доказали свою эффективность не только в туристско-рекреационной сфере разных стран и регионов, но и во многих других сферах деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** ГИС технологии и их значение для развития отдельных отраслей и экономики в целом рассматривались в работах Бородиной Ю.В., Бугакова П.Ю., Журавлевой И.Ю., Кацко С.Ю., Колесникова А.А., Колупаевой Е.А., Лисицкого Д.В. Применение геоинформационных технологий в туристско-рекреационной сфере – в работах Кретишевой Е., Михаилиди И.М., Ушаковой Е.О., Ерёмченко Е.Н. Вместе с тем, в ДНР, несмотря на высокую актуальность развития этого сектора экономики, вопросам геоинформационного обеспечения туристско-рекреационной сферы уделяется недостаточно внимания, что и попытались исправить авторы статьи.

**Цель статьи.** Обосновать значимость геоинформационных технологий для эффективного использования рекреационного потенциала региона.

**Изложение основного материала.** Эти технологии не являются чем-то абсолютно новым. В настоящее время они активно внедряются во все сферы общественной жизни и в производство. Рекреационная сфера не является исключением. Создание карт и пространственный анализ позволяют проводить первичную оценку рекреационных ресурсов (по видам) в регионах, комплексно оценивать рекреационный потенциал (на основе существующих подходов и методик), а также могут служить удобным средством для

интерпретации результатов оценки и продвижения рекреационных территорий на местном, региональном или международном рынках.

Если говорить о геоинформационном обеспечении управления развитием рекреационной сферы в регионе на основе эффективного использования рекреационного потенциала, имеется в виду создание геоинформационной системы (геопортала), включающего единую базу данных об имеющихся рекреационных ресурсах и интерактивную карту региона. Такой туристско-рекреационный геопортал должен иметь открытый доступ и постоянно обновляться. В этом случае он будет не только инструментом формирования туристско-рекреационного имиджа региона, но и обеспечит создание условий для эффективного использования рекреационного потенциала региона на основе эффективного планирования развития туристско-рекреационной сферы районов, управления туристскими потоками и равномерного распределения нагрузок на рекреационные зоны.

Применение ГИС не ограничивается подготовкой туристских карт, буклетов и другой печатной продукции, содержащей картографические данные. В странах и регионах, обладающих значительным туристско-рекреационным потенциалом, и сделавших ставку на его эффективное использование создаются прикладные геоинформационные системы широкого профиля, помогающие решать самые разнообразные задачи, среди которых, например:

учет природных туристско-рекреационных ресурсов и историко-культурных памятников; рекреационных учреждений (средств размещения, развлекательных и лечебно-оздоровительных центров); предприятий туристского обслуживания; туристических маршрутов;

анализ туристских потоков;

планирование развития туристско-рекреационных территорий (в том числе формирование инфраструктуры) и др.

Немаловажным аспектом является то, что круг пользователей таких ГИС достаточно широк: от специализированных государственных служб по туризму, занимающихся планированием развития туристско-рекреационной сферы, до рядовых граждан, желающих подобрать для отдыха подходящие места и/или посмотреть туристские маршруты.

Преимущества создания и использования ГИС в туристско-рекреационной сфере значительны, однако процессы их разработки, внедрения и сопровождения тормозятся по ряду причин. В первую очередь это технические проблемы и финансовые. Хотя можно выделить еще одну проблему методического характера – сбор сведений о туристско-рекреационных ресурсах является сложным и трудоемким процессом, а сама оценка этих ресурсов затруднена в связи с отсутствием общепринятых методик.

В России, например, заметных успехов в разработке и применении ГИС туристско-рекреационной направленности достигли Москва и Санкт-Петербург, где информация (что очень важно!) представлена только в виде электронной карты, на которой отсутствует привязка к реальному времени. Например, найдя на карте Москвы Большой Театр, турист не сможет получить список актуальных на текущий день спектаклей, ссылку на его официальный сайт или фотографию фасада театра. В развитых странах туристские ГИС включают эти функции. В режиме реального времени турист может, найдя на карте интересующий его объект, увидеть фото или даже видеотрансляцию того, что происходит в главном вестибюле отеля, просмотреть актуальную на текущий момент информацию (например, о наличии свободных мест в отеле), получить необходимую ссылку на официальный сайт учреждения и др. Например, сайт «Вечерний Лондон» выполненный на основе технологии ГИС производства ведущей в мире компании ESRI, предлагает гораздо более широкие возможности, чем российские аналоги причем информация о мероприятиях актуальна на текущий день [4].

Особую роль ГИС играют при разработке проектов перспективного планирования развития туристско-рекреационной сферы в регионах. В России в течение ряда лет ведутся работы по созданию ГИС «Рекреация и туризм» на базе географических факультетов некоторых университетов страны (Московский, Санкт-Петербургский, Саратовский, Нижегородский) с целью совершенствования управления туристскими процессами в своих регионах. В ряде регионов существуют разработки интегрированных программных систем для создания туристских ГИС, предназначенных для использования в территориальных органах управления [4].

Интерес представляет глобальный информационный проект Российского государственного университета туризма и сервиса ФГОУВПО «РГУТиС» «Живая карта России», который стартовал еще в 2010 году. Проект направлен на создание глобальной и общедоступной базы данных о туристско-рекреационных ресурсах Российской Федерации. Проект носит междисциплинарный характер, в нем предусмотрена комплексная оценка туристских ресурсов территорий, учитывающая все основные факторы регионального развития: социальные, экологические и экономические.

С точки зрения эффективного использования рекреационного потенциала представляет интерес ГИС особо охраняемых природных территорий (ООПТ) России, построенная на основе интерактивной карты,

имеющей соответствующие ссылки на характеристики заповедных зон, расположенных на территории России.

Отличительной особенностью ГИС «Геопортал Роскосмоса» является оцифрованная карта, наложенная на снимок территории России из космоса.

Однако Россия продвигается вперед, и с 2017 года в качестве основной концепции новой космической системы дистанционного зондирования внедряет Digital Earth одновременно с очевидным переходом на цифровую экономику. Основной целью проекта является создание многократно обновляемых бесшовных мозаик спутниковых изображений всей Земли с разрешением около 1 метра. Также был разработан план быстрого наращивания созвездий спутников дистанционного зондирования России – до 25 спутников к 2025 году [6].

Подобные тенденции говорят о необходимости следования стратегии догоняющего развития в сфере дистанционного зондирования Земли и применения геоинформационных инноваций во всех сферах деятельности ДНР. В противном случае отставание региона по всем базовым показателям будет увеличиваться.

Так как же обстоят дела с геоинформационными технологиями в туристско-рекреационной сфере ДНР?

В результате многолетних исследований (с начала 2000-х гг.) еще до начала военных действий в Донбассе в Донецке на базе Донецкого института туристического бизнеса [2] была разработана методика, позволяющая на научной основе дать рекомендации по развитию разных направлений туризма (в том числе и рекреационного) на территории Донецкого региона. Основой разработанной методики явились два научных направления: планирование территорий и технологии ГИС. Целью применения данной методики является разработка научно-обоснованных рекомендаций по развитию разных видов туризма для территорий региона или конкретного населенного пункта. Эта методика была успешно апробирована для Шахтерского, Володарского, Великоновоселковского, Ясиноватского и других районов Донецкой области.

На основе созданных ГИС этих районов были разработаны рекомендации по развитию разных направлений туризма в соответствии с имеющимися на территории районов природными, культурно-историческими и социально-экономическими ресурсами. На рис. 1 и 2 приведены результаты зонирования отдельных районов Донецкого региона.

Использование ГИС технологий для планирования развития отдельных направлений рекреации и туризма значительно дешевле аналогичных, используемых за рубежом (затраты связаны с выполнением работ по сбору информации и созданию соответствующих информационных слоев).

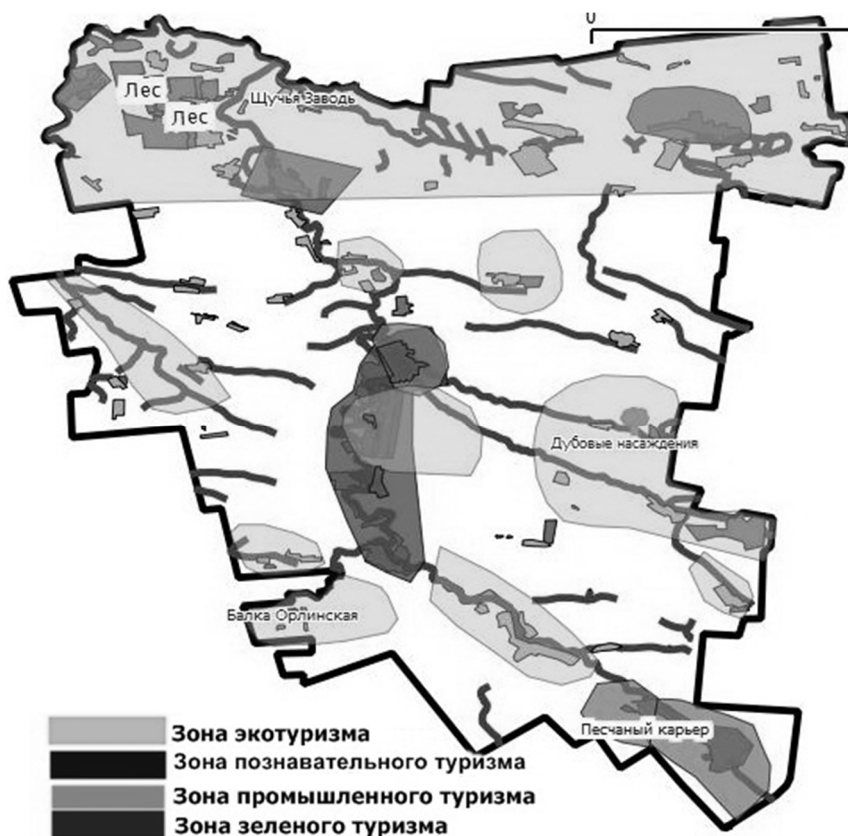


Рис. 1 – Зонирование территории Великоновоселковского района

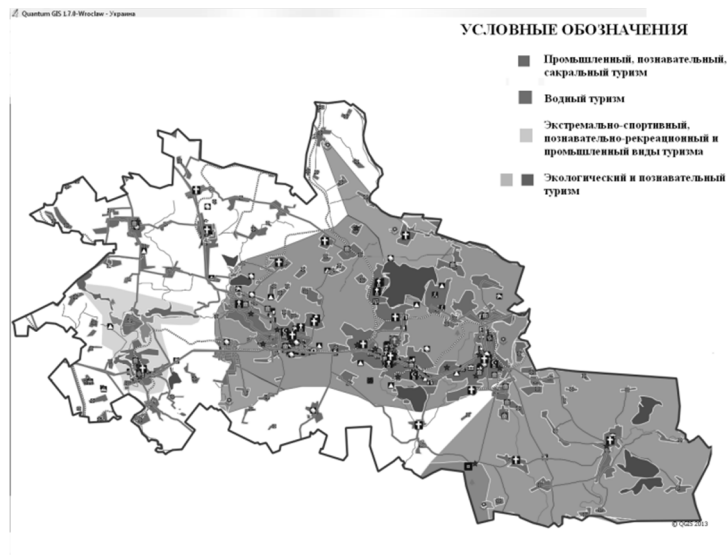


Рис. 2 – Тематический слой туристкой ГИС в Шахтерском районе

Вместе с тем, данный инструмент может быть использован для моделирования рекреационных зон. С учетом имеющихся на территории рекреационных и туристских ресурсов моделируются изменения уже существующих или создание новых природно-антропогенных (искусственные лесопосадки, коррекция рельефа местности, искусственные водоемы для рекреационного использования) или антропогенных рекреационных ресурсов.

Задача создания таких туристско-рекреационных ГИС для ДНР может быть решена на основе привлечения профильных кафедр высших образовательных организаций (кафедр туризма и информационных технологий).

В этом случае задача создания туристско-рекреационных ГИС будет реализована в рамках учебного процесса и потребует минимальных издержек со стороны государства.

Кроме работы с обычными картами, существует возможность создания различных информационных продуктов на базе системы Google Earth (рис. 3).



Рис. 3 – Тематический слой «Золотая сокровищница Донбасса» в системе GE

Агрегатор гипермедийных данных Google Earth позволяет осуществлять проекты цифровой земли в целом и цифровых городов в частности. Цифровой 3D-Донецк был успешно представлен на конкурсе Международного Общества Цифровой Земли (International Society for Digital Earth, ISDE) "Цифровая трансформация - наше будущее", проводимом в апреле 2017 года (рис. 4) [3].

Однако, несмотря на энтузиазм группы донецких учёных в развитии данного научно-прикладного направления, в настоящее время информационная база разработанных ГИС несколько устарела, в первую очередь, по причине военных действий (в частности, границы ДНР не совпадают с границами Донецкой

области, многие объекты туристского интереса уничтожены или пострадали и т.д.). Поэтому усилиями специалистов и при поддержке профильного Министерства можно было бы на основе уже существующей методики подготовить для региона научно обоснованный план развития и рекреационного освоения отдельных районов ДНР.



Рис. 4 – 3D-Донецк в системе GE

**Выводы.** Учитывая преимущества и возможности использования ГИС для повышения эффективности управления туристско-рекреационной сферой за счет научно-обоснованного подхода к оценке рекреационного потенциала и планированию его использования, можно сделать вывод о том, что ГИС являются необходимым средством информационного обеспечения развития туристско-рекреационного сектора экономики ДНР. К сожалению, геоинформационные технологии не занимают должного положения в развитии туристско-рекреационной сферы региона, тогда как за рубежом значимость геоинформационных технологий подтверждается той ролью, которую они играют в реализации некоторых крупных туристических и социокультурных проектов.

Любая ГИС может рассматриваться как коммерческий проект, который позволит не только вернуть вложенный в разработку капитал, но и принесет доход от использования. В разных сферах деятельности применение ГИС уже позволило многим зарубежным компаниям заработать миллионы долларов. Проводя поиск в базах данных и осуществляя пространственные запросы, ГИС помогает сокращать время получения ответов на запросы клиентов, выявляет территории, подходящие для требуемых мероприятий на основе учета многочисленных параметров и установления взаимосвязи между ними. На современном этапе управление эффективным использованием рекреационного потенциала не может быть достигнуто без внедрения геоинформационных технологий.

Формирование эффективного механизма использования рекреационного потенциала в ДНР предполагает создание информационно-аналитической системы управления с применением геоинформационных технологий. Она позволит сформировать информационную базу на основе кадастра природных туристско-рекреационных ресурсов, историко-культурных памятников и памятных мест и паспортизации всех туристско-рекреационных учреждений и предприятий. Кроме этого, создание такой информационно-аналитической системы управления позволит осуществлять планирование и контроль туристских потоков (внутренних, въездных и выездных); получать достоверную информацию о состоянии и тенденциях изменения туристско-рекреационного потенциала региона, вовремя реагировать на возникающие угрозы и принимать своевременные решения. А также даст возможность обеспечить эффективную систему подготовки кадров для туристско-рекреационной сферы.

#### Список используемых источников:

1. Лебезова Э.М. Информационная инфраструктура как способ развития туризма на непризнанных или частично признанных территориях/ Э.М. Лебезова// Сервис в России и за рубежом. 2016. №3 (64): 119-135. DOI:10.12737/20105

2. Семичастный И.Л. Разработка концепции развития туризма на районном уровне на основе использования информтехнологий. /И.Л.Семичастный. Вісник ДІТБ – 2014, №18, С. 71-79
3. Студент из ДНР стал дипломантом конкурса ISDE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neogeography.ru/rus/item/742-student-iz-dnr-stal-diplomantom-konkursa-isde.html>
4. Ушакова Е.О. Геоинформационное обеспечение управления туристско-рекреационным потенциалом регионов / Е.О. Ушакова // Интерэкспо Гео-Сибирь (электронный журнал), 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/geoinformatsionnoe-obespechenie-upravleniya-turistsko-rekreatsionnym-potentsialom-regionov>
5. Ella Lebezova, Igor Semichastny, Alexander Wolodtschenko Mini-Bildatlaten in Google Maps oder Yandex Maps// Meta-Carto-Semiotics (электронный журнал). Vol.6 2013. ISSN:1868-1387. URL: [http://meta-carto-semiotics.org/uploads/mcs\\_vol6\\_2013/MCS\\_Vol6\\_2013\\_Lebezova\\_et\\_al.pdf](http://meta-carto-semiotics.org/uploads/mcs_vol6_2013/MCS_Vol6_2013_Lebezova_et_al.pdf) (дата обращения: 28.01.2016).
6. Eremchenko E. Digital Earth implemented in Russia / Eugene Eremchenko [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.digitalearth-isde.org/news/810>

УДК 338.484.2

Ли Э.В., Юзвенко Д.Р.

студентки 3 курса специальности «туризм»

ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь

Смирнов Д.В.

старший преподаватель кафедры туризма

СЭГИ (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени

В.И. Вернадского», г. Севастополь

## ГОРНОЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СЕЗОННОСТИ ТУРИЗМА В КРЫМУ

Ли Э.В., Юзвенко Д.Р., Смирнов Д.В. Горнолыжный туризм как один из способов решения проблемы сезонности туризма в Крыму. В работе рассматриваются вопросы современного состояния, проблем и перспектив развития в Крыму горнолыжного туризма, возможностей этого вида туризма в решении проблемы сезонности функционирования туристской отрасли на полуострове.

Li E.V., Yuzvenko D.R., Smirnov D.V. Mountain-ski tourism as one way to solve the problem of seasonality of tourism in Crimea. The paper deals with the issues of the current state, problems and development prospects in the Crimea of mountain-ski tourism this type of tourism in addressing the problem of seasonality in the functioning of the tourism industry on the peninsula.

**Ключевые слова:** туризм в Крыму, горнолыжный туризм, туристская отрасль, проблема сезонности в туризме.

Проблема сезонности является одной из ключевых в развитии туристской отрасли Крыма. Полуостров обладает всеми необходимыми ресурсами для развития туризма: горы, море, благоприятный климат, богатая и увлекательная история, наличие значительного количества разнообразных по тематике объектов показа. Однако в связи с тем, что большая часть туристов предпочитают пляжно-купальный отдых [7], высокий туристический поток приходится на летне-осенний период, а в зимнее время наблюдается резкий спад турпотока. Ярко выраженная сезонность туризма Крыма и недостаточно развитая спортивная и туристская инфраструктура, наряду с рядом других негативных факторов, способствуют снижению конкурентоспособности региона на мировом туристском рынке. К числу наиболее значимых проблем следует отнести:

- высокую стоимость услуг, предоставляемых субъектами туристической деятельности;
- несовершенство налогового законодательства, вследствие чего предприятиям туристической деятельности не выгодно использовать собственную прибыль на развитие материально-технической базы;
- недостаток средств в местных бюджетах для развития инфраструктуры курортов;
- неэффективное использование туристического потенциала горных и предгорных территорий;
- недостаточное количество курортных учреждений круглогодичного функционирования.

Для решения проблемы сезонности туризма и выравнивания туристического потока на протяжении всего года следует развивать иные виды туризма. Как один из вариантов предлагается рассмотрение развития горнолыжного туризма.



Горнолыжный туризм является комбинированным видом туризма и включает элементы следующих видов: лечебно-оздоровительный, рекреационный, спортивный любительский, экологический туризм [1, С. 67]. Свое начало этот вид отдыха берет с 1930-х гг., когда открылась новая эра в развитии горных лыж и они стали популярным и доступным видом массового отдыха и туризма.

В Крыму существуют достаточные возможности для развития горнолыжных курортов, но из-за ограниченности по времени зимнего сезона, переменчивости погодных условий, нестабильности выпадающих осадков, недостаточно развитой инфраструктуры спрос на данный вид отдыха минимален. Однако данные препятствия можно устранить.

Опыт Турции, которая ассоциируется у большинства отдыхающих с жарким солнцем и теплым морем, является показательным. Несмотря на субтропический климат и мягкую зиму, на территории государства успешно существуют и развиваются горнолыжные курорты, которые обладают для отечественных туристов рядом преимуществ над европейскими. Прежде всего, это система «все включено», приемлемые цены, русскоговорящий персонал, разнообразие развлекательных мероприятий, рассчитанных на различные возрастные группы отдыхающих. Конечно, количество и уровень сложности трасс вряд ли сопоставим с Альпами, но зато они идеально подойдут для начинающих горнолыжников и любителей. Большая часть курортов расположена на живописных склонах с относительно небольшими перепадами высот. Самыми популярными и высокорейтинговыми горнолыжными курортами Турции являются: Улудаг, Сарыкамыш, Паландокен и Картаккая.

В настоящее время в Крыму насчитывается более 10 трасс для катания на горных лыжах и сноуборде – главным образом, на Ангарском перевале и на горе Ай-Петри. Объекты горнолыжной рекреации являются доступными (существуют троллейбусные и автомобильные сообщения), стоимость использования подъемника в зимний период 2016-2017 гг. составляла 250-400 рублей в день, стоимость проката оборудования: лыжи – 600 рублей в день, сноуборд – 500 рублей в день, надувные санки – 300 рублей в день, снегоход – 50-100 рублей в минуту. Самая длинная трасса имеет протяженность 1030 метров при перепаде 170 метров, называется «27-й километр» и находится на территории горы Ай-Петри [6].

Проанализировав природно-климатические условия полуострова и современное состояние горнолыжной инфраструктуры, можно выделить три основных района, где можно обустроить и развивать горнолыжные курортные зоны.

Прежде всего, это плато Ай-Петри – самая снежная точка Крыма, высота над уровнем моря составляет тут ориентировочно 1100-1300 метров, снег держится в период с декабря до конца марта. Наилучшим временем для катания считается февраль, т.к. уровень снежного покрова достигает примерно полутора метров. Для начинающих в районе метеостанции оборудован подъемник. Также все желающие могут остановиться в оздоровительном комплексе «Орлиный залёт», который расположен у подножья горного массива в с. Соколиное.

Следующий район – нижнее плато Чатырдага – обладает удобным месторасположением и простой транспортной доступностью, но, к сожалению, тут нет оборудованных подъемников. Сюда можно добраться общественным транспортом по троллейбусной трассе «Симферополь-Ялта» и подъем на вершину пешком займет 1,5-2 часа. На территории данного плато есть оборудованные горнолыжные трассы, места для ночлега, спелеоцентр «Оникс-тур».

Также следует отметить Ангарский перевал, расположенный всего в 30 км от Симферополя, формирование устойчивого снегового покрова происходит здесь позже, чем на плато Ай-Петри, снег лежит ориентировочно с января по март, уровень его составляет примерно 30-50 см, но этого вполне достаточно для развития тут курортной зоны. На местности оборудованы 2 подъемника – для начинающих и более подготовленных спортсменов, организована школа и прокат горнолыжного снаряжения.

На территории всех трех описанных районов в настоящее время существуют зоны горнолыжного отдыха, но их нынешнее состояние слишком далеко от требований и нормативов, предъявляемых к курортам.

С целью увеличения потока туристов в зимний период остро требуется модернизация инфраструктуры: строительство рекреационных центров, обустройство склонов для начинающих горнолыжников и профессионалов, оптимизация транспортной системы, увеличение периода горнолыжного сезона за счет производства искусственного снега. Нужно отметить, что системы искусственного снежоснабжения используют многие горнолыжные курорты, например, в странах Европы, Турции, Австралии, Японии и другие. Для оснащения крымского региона такими системами необходимы крупные финансовые средства, доступ к воде, доступ к электроэнергии. В настоящее время специалистами рассматриваются возможности решения водной проблемы в вопросе производства искусственного снега путем отбора воды из рек во время паводков и поиска водных ресурсов в карстовых источниках. Проблему энергоснабжения возможно решать за счет использования нетрадиционных и экологически чистых источников – энергии солнца и ветра. Финансовое решение возникающих проблем было бы возможно за счет реанимирования проекта создания туристско-рекреационных кластеров (в частности, ТРК «Горы здоровья и море впечатлений» на северных

склонах горы Кемаль-Егерек и горы Лопата) в рамках Федеральной Целевой программы, анонсированного еще в 2014 году [4],

Параллельно, следует проводить мероприятия по формированию положительного имиджа Крыма как региона зимнего отдыха с целью привлечения туристов, пропагандировать и рекламировать возможности такого отдыха на полуострове. Необходимо организовывать и проводить туристские выставки и ярмарки, конференции, вебинары и др., участвовать в других туристских мероприятиях. Целесообразно акцентировать внимание потенциальных туристов на уникальном сочетании зимнего отдыха и возможности посетить культурно-исторические достопримечательности Крыма, которые также испытывают падение спроса в зимне-весенний период. Для «зимних» экскурсантов в таких учреждениях можно предусмотреть системы скидок и бонусов. Это будет способствовать росту конкурентоспособности крымского зимнего турпродукта.

Таким образом, можно сделать вывод, о том, что горнолыжный туризм на территории Крыма может стать востребованным не только на российском туристическом рынке, но и на мировом. Для этого необходимы серьезные капиталовложения, квалифицированная работа специалистов, хорошая рекламная кампания, адекватная ценовая политика и высокий уровень сервиса. Развитие этого вида туризма будет способствовать частичному решению проблемы сезонности развития туризма на полуострове.

#### **Список использованных источников:**

1. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Бессонова, А.С. Активизация кооперационного взаимодействия предприятий сферы туризма в формировании кластера горнолыжного туризма и кооперации [Текст] / А.С. Бессонова // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. – 2012. – Том 4. – № 25 (64). – С. 17-27.
3. Бессонова, А.С. Необходимость решения проблемы неравномерного использования рекреационного потенциала АР Крым [Текст] / А.С. Бессонова // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. – 2011. – Том 4. – № 24 (63). – С. 41-49.
4. На развитие туристских территорий в 2015 году выделяют более 2 млрд. рублей из федерального бюджета [Электронный ресурс]. – URL: <http://mtur.rk.gov.ru/rus/index.htm/news/285585.htm> (дата обращения: 15.09.2017 года).
5. Тимошина, Ю.В., Смирнов, Д.В. Возможности зимнего отдыха в Крыму [Текст] / Ю.В. Тимошина, Д.В. Смирнов // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 2. – С. 495-498.
6. Царигородцева, А. Где в Крыму покататься на санках, лыжах и сноубордах [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.crimea.kp.ru/daily/26348.7/3230251/> (дата обращения: 15.09.2017 года).
7. Ячменева В.М., Фокина Н.А. Факторный анализ показателей развития туризма в дестинациях Республики Крым [Текст] / В.М. Ячменева, Н.А. Фокина // Сервис в России и за рубежом. - 2016. - Т. 10. - № 3 (64). - С. 159-170.

**УДК 332.1(292.471):339.138**

**Логвина Е.В.**, к.э.н., доцент кафедры туризма  
Таврической академии (структурное подразделение)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Симферополь

**Лобас К.В.**, ассистент кафедры туризма  
Таврической академии (структурное подразделение)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Симферополь

### **БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ И ЕЕ ГОРОДОВ**

**Логвина Е.В., Лобас К.В. Брендинг территорий Республики Крым и ее городов.** В работе рассматриваются вопросы, связанные с таким инструментом формирования и поддержания спроса на рынке – брендинг. Приведены наиболее известные определения «брендинга», приведен анализ некоторых брендов городов Республики Крым и бренда полуострова в целом.

**Logvina E., Lobas K. Branding of territories of the Republic of Crimea and its cities.** In work the questions connected with such instrument of formation and maintenance of demand in the market – branding are considered.

The most known definitions of "branding" are given, the analysis of some brands of the cities of the Republic of Crimea and a brand of the peninsula in general is provided.

**Ключевые слова:** брендинг, территориальный брендинг, инвестиции, стратегия территории, фирменный стиль, слоган, логотип, территориальный маркетинг.

Развитие территориального образования во многом зависит от успеха и умения продвигать свои интересы на внешний рынок. Сегодня они находятся в условиях жёсткой конкуренции за привлечение инвестиционных ресурсов, туристического потока, новой рабочей силы и снижению оттока жителей и т.д. Для того чтобы привлечь в регион людей и инвестиции, необходимо показать им, в чем заключается ценность данной территории. Поэтому, прежде всего, необходимо разобраться в уникальных качествах данной территории, её свойств и характеристик. Один из самых эффективных инструментов формирования и поддержания спроса на потребительском рынке – это брендинг. Территориальный брендинг – явление сегодня модное и для России и Крыма сравнительно новое. Всё больше внимания власти регионов России начинают уделять имиджевой составляющей своих регионов, и начинают с создания бренда.

Дискуссия о природе бренда территории порождается многолетней и такой же напряженной дискуссией о том, что такое бренд вообще. Рассмотрим определения бренда:

1. Аакер выделяет значимость «личности бренда», которое «может помочь разработчикам стратегии развития бренда, углубив их понимание восприятия и отношения потребителей к бренду, направляя выбор мероприятий по коммуникации и созданию капитала бренда» [1].

2. По Ф. Котлеру «бренд – это название, термин, знак, символ или рисунок, или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг поставщика или группы продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов» [2].

3. По Т. Амблеру бренд – это «обещание комплекса атрибутов, покупаемых кем-либо и приносящих удовлетворение. Атрибуты, создающие бренд, могут быть реальными или иллюзорными, рациональными или эмоциональными, материальными или неосязаемыми», данный подход ориентирован на потребителя [3].

4. В. Тамберг определяет бренд как «цельный, уникальный и привлекательный образ, присущий торговой марке, способный распространяться на товары или услуги, объединенные принадлежностью к этой марке» [4].

Брендинг территорий – процесс формирования бренда территории, основанный на комплексном подходе к поиску и развитию идентичности территории, а также донесению её сравнительных преимуществ до различных целевых групп путём создания яркого привлекательного образа, состоящего из внутренних и внешних атрибутов [1]. В основе бренда региона (территории) должна лежать некоторая общепризнанная уникальность региона, а соответственно, можно говорить о следующих видах брендов территорий:

- бренд географического места – озеро Байкал, Кавказ;
- бренд места исторического события – Куликово поле;
- бренд государства и входящих в него административных единиц (бренд земли, штата, области, края, республики, города, района) – «культурная столица России» (Санкт-Петербург);
- бренд производителя или территории происхождения (бренд государства, географический регион, группа районов, городов) – «уральские самоцветы», «вологодские кружева», «хохлоomsкая роспись»

Целью создания бренда территории является создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов относительно территории. Бренд территории взаимодействует с большим количеством целевых групп потребителей, каждая из которых имеет свой характер отношений с брендом. Выделяются такие целевые группы: туристы, инвесторы, жители группы внутреннего бизнеса. Таким образом, все группы можно разделить:

1. внутренние (население, местные предприниматели, органы власти)
2. внешние (потенциальные покупатели - туристы, инвесторы, эмигранты и т.п.) [6].

Так, для инвесторов удачный бренд туристического направления показывает потенциал для инвестирования в инфраструктуру туризма, для жителей и внутреннего бизнеса – формирует гордость за свою землю и мотивирует на лучшую социальную позицию и производство лучших товаров и услуг. Для формирования успешного бренда территории необходимо использование разнообразных инструментов: стратегических, символических, рекламных, PR – инструментов [7].

1. Стратегические инструменты направлены на формирование своего рода стержня бренда с учетом основных характеристик территории с использованием следующих приемов:

- разработка стратегии развития территории, устанавливающей приоритетные направления развития, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, культурного и научного потенциала, географического положения;
- определение миссии территории, формулировка слогана, заключающего основной смысл ее существования и деятельности.

2. Символические инструменты представляют собой определенный набор визуальных способов воздействия на потребителей бренда. К ним относятся:

- создание единого стиля и дизайна основных атрибутов территории (флаг, герб и иные значимые символы);
- выпуск рекламно-информационной и сувенирной продукции, выдержанной в схожих стилистических решениях;
- создание официального двуязычного (как минимум) интернет-портала, представляющего территорию.

3. Рекламные инструменты: распространение информации о территории путем рекламы, адресованной потребителям бренда и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования (территории), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение во внешней среде.

Бренд региона – совокупность тех ценностей, которые отражают неповторимые и оригинальные потребительские характеристики территории и сообщества, получившие общественное признание и известность, пользующиеся стабильным спросом потребителей. У нас в стране, наконец, появляется и становится заразительным явлением, понимание того, что образ территории, её привлекательность в глазах различных целевых групп, – один из ключевых факторов её развития.

Анализ брендинга Крымского полуострова стоит начать с самого бренда региона. В марте 2015 года Министерство курортов и туризма Республики Крым объявило открытый конкурс идей на создание изобразительного (логотип) и словесного (слоган) обозначения «Туристский бренд Крыма». В таком конкурсе могли принять участие все желающие и в середине лета того же года должны были выбрать победителя конкурса [8].

Стоит отметить, что студия Лебедева предложила своё видение о бренде Крыма. Дело в том, что на сайте дизайн-студии «Артемия Лебедева» вместе с описанием бренда было опубликовано официальное обращение министра курортов и туризма Крыма Елены Юрченко у руководителя студии с положительным откликом на идеи дизайнера и предложения о сотрудничестве. После появления такого логотипа и заявления Министерство курортов и туризма посредством СМИ публиковало заявления о том, что не заказывало у данного дизайнера логотипа. Однако, Министерство разрешило участвовать студии в конкурсе на равных условиях со всеми [9].

Народный конкурс, который стартовал в марте 2015 года, так и не был доведен до финала, поскольку работы, предоставляемые участниками были низкого качества. Было решено организовать новый конкурс среди профессионалов [10].

Работа над брендом велась в общей сложности два года и в конце 2016 года Крыму удалось выбрать свой логотип. В декабре Министерство курортов и туризма Крыма презентовало официальный туристический логотип республики, который обошелся ведомству в один миллион рублей. Организационный комитет вместе с экспертной группой «Крымский проект» подготовили платформу туристического бренда Крыма. Затем было подготовлено техническое задание профессионального сообщества. Выбранному агентству оргкомитетом предстояло проанализировать опыт прошлых лет, итоги народного голосования и разработать официальный логотип полуострова. Победителем стала студия графического дизайна «О! Степанова».



Рис. 1 Бренд Республики Крым

Туристический бренд Крыма состоит из трех частей: платформа бренда, фирменный стиль и графическая часть (см. рис. 1). Ключевая идея заключена в его слогане – «Я.Крым. Точка притяжения». Первая часть – «Я.Крым» призвана персонализировать республику, позволить ей выступать в диалоге с потребителем от первого лица. «Точка притяжения» символизирует «крымские магниты», те достопримечательности, которыми гордится республика. Логотип отражает слоган бренда «Я.Крым. Точка притяжения». Логотип (выполнен в четырех цветах: синем, зеленом, розовом и желтом. Каждый цвет символизирует один из четырех регионов полуострова, количество времен года и число стихий). Буква «Я» позиционирует регион и имеет очертания полуострова. Стоит отметить, что заглавная «Я» останется неизменной при переводе

логотипа на языки мира [11]. Также хочется отметить, что в «Союз Дизайнеров России» от чьего имени выступала Степанова, стали поступать письма негативного характера от крымчан, которые недовольны проделанной работой и выступали с обвинениями в их адрес. СДР откrestился от крымского бренда, аргументировав это тем, что Степанова хоть и председатель СДР, но не может выступать от имени всего Союза. Также они добавили, что не принимали участия в тендере на разработку туристического бренда Крыма и не в самой разработке [12].

Каково будущее бренда пока непонятно, но известно то, что негативных отзывов у него достаточно (как у профессионалов, так и от обычных жителей). Большинство городов Крыма получили свои логотипы еще при Украине, которые до сих пор являются официальными. В основном они создавались в 2011 году. Рассмотрим некоторые бренды крымских городов. Многие годы символом **Судака** являлась Генуэзская крепость, которая изображена на официальном гербе города. В 2011 году местные органы власти к 1800-летию Судака объявили конкурс на новый бренд города. По итогам работы главным символом города стала разноцветная жаба (см. рис. 2) Логотипом-слоганом города стал **ВАМСУДАК!** Как пояснил мэр города Владимир Серов, запуская новый бренд, Судак открывает 1800-тый курортный сезон и начинает свое стремительное обновление [20].



Рис. 2 Логотип г.Судак

Конечно, новая символика вызвала резко негативную реакцию у местных жителей, поэтому в 2014 году они написали обращение к главе Республики Крым Сергею Аксенову с просьбой убрать такой символ города. Данный образ привел к негативным обсуждениям в социальных сетях и осмеиванию Судака. Также логотип неправильно поняли иностранцы. В 2012 году на адрес главного редактора городского портала Судака sudak.rgo Александра Смоллова, приходит письмо от представителей нетрадиционной ориентации Генриха и Тома, которым понравилось, что город адекватно относится к таким, как они, и с удовольствием готовы приехать [12]. Также многих местных жителей вызывает недовольство тот факт, что дома центральной улицы, пляжные зонты и флаги украшены цветными лягушками. Однако с 2014 года по 2017 таких рисунков стало меньше.

В ноябре 2011 года свой бренд получила и **Евпатория**. В конкурсе принимали участие все желающие как профессиональные дизайнера, так и любители. Работ было множество, но победила работа симферопольского дизайнера Ольги Степановой. Теперь на сувенирах, транспорте и даже официальном сайте красуется надпись в голубых оттенках – «Евпатория» с элементом солнышка вместо буквы «о». Например, город **Саки**, по итогам заседания конкурсной комиссии победителем признан логотип дизайнера Ольги Степановой. Он сделан в виде четырехлистника – синий лист символизирует море, зеленый – городские парки и чистые лечебницы курорта. Сейчас его можно заметить на туристических выставках и формах [14].

В июне того же года на сессии городского совета **Керчи** был принят логотип города, разработанный Киевским креативным агентством «МЕД». Логотип визуально передаёт образ процветающего древнего города, так как в художественной части отображены колонны Пантикапея, буква «Е» напоминает греческое написание, но символизирует пролив между двумя морями [15]. По итогам проекта «Туристический бренд **Феодосии** – инициатива жителей города» был определен победитель. Победителем конкурса в 2011 году, на лучший эскиз логотипа туристического бренда города Феодосия, стал проект сотрудника студии «Арт-Лайф» Николая Бабича. Слоганом логотипа стал перевод названия города с греческого «Феодосия – Богом данная» [17].

В 2011 году был выбран новый официальный логотип бренда «**Севастополь**». По результатам голосования за лучший логотип города, которые были разработаны с помощью американской компании «Кимоникс Интернешнл» был выбран официальный логотип Севастополя. Он представлял собой маяк в центре и исходящие из него лучи окрашенные в украинский флаг. В сегодняшних реалиях такой бренд не только не подходит, но и не отражает дух Севастополя [19].

В августе 2016 года узнав о закрытом конкурсе на разработку туристического бренда, был объявлен альтернативный открытый народный конкурс, в котором пригласили участвовать всех желающих – профессионалов и любителей разных возрастов из разных городов нашей страны и зарубежья. Выбирать лучшие работы планировалось путём онлайн голосования. На призывы откликнулись большое количество претендентов, насчитывалось более 200 эскизов. Конкурс проводился в 2 этапа, где выставлялись группами эскизы, и производилось онлайн голосование. Из-за многочисленных жалоб и махинаций с накрутками голосов было решено привлечь экспертов в области, которым позволили выбрать свои тройки лидеров. Всего было две экспертные группы, которые выбрали своих лидеров. Поскольку критерии отбора у двух групп экспертов были разными, и выбор ни по одному варианту не совпал, получилось, что лидерами стало 6 работ. В основном вся эта работа была проделана для того чтобы найти оригинальную новую эстетику и идею, которую можно взять за основу при будущем профессиональном бронировании Севастополя. Остаётся надеяться на то, что у профессионалов получится воссоздать весь дух в новом бренде города-героя [19].

В августе 2016 года на заседании очередной 38-й сессии **Бахчисарайского районного** совета депутаты утвердили макет бренда муниципального образования Бахчисарайский район Республики Крым. На зеленом фоне расположен круг с надписью Бахчисарайский район, в центре круга размещено дерево, имеющее строго определенный орнамент переплетения веток и листьев дерева. Символика может использоваться для предоставления Бахчисарайского района на ярмарках, выставках, в публикациях, культурных мероприятиях.

На основании просмотренных практик брендинга территории Крыма можно сказать, что в основном города имеют логотипы еще со времён Украины. Некоторые из созданных ранее брендов получили положительное развитие в дальнейшем, например, Евпатория, получила бренд в 2011 году и до сих пор использует на сувенирной продукции и даже на официальном сайте города. Еще одним брендом города разработанным студией графического дизайна «О!Степанова» стал город Саки, который так же продвигает свой логотип на выставках и туристических форумах. В Феодосии были вовлечены местные жители, к мнению которых прислушивались при разработке логотипа города. Одним из направлений продвижения логотипа стало его участие в Первом Международном Феодосийском винном Фестивале WineFeoFest.

**Выводы:** Разработка бренда города – это создание определенного инструмента для узнаваемости территории. Критерий успешности разработки бренда города заключается не в притоке денег, а в принятии идеи бренда жителями города. Если идея не принята жителями или неизвестна им, то использовать бренд для внешней коммуникации бесполезно, бессмысленно и чревато затратами финансов, ресурсов и времени. Конечно, судить о том, получают ли крымские города именно «бренды» сложно, так как в основном мы видим лишь логотипы со слоганами. Наиболее перспективным направлением территориального маркетинга в условиях информационной экономики становится территориальный брендинг развития отдельных городов и регионов.

#### Список использованных источников

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов [Текст] / Д. Аакер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2012. – 810 с.
3. Амблер, Т. Практический маркетинг [Текст] / Т. Амблер: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2009. 76 с.
4. Тамберг, В. Стратегия бренда [Текст] / В. Тамберг, А. Бадьин //Управление компанией. – 2011. – № 1. – С. 42–45.
5. Алешникова, В. И. Формирование и продвижение бренда территории [Текст] / В. И. Алешникова // Управленческие науки.– 2013. – № 1. – С. 54-59.
6. Баженова, Е.Ю. Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах [Текст] / Е.Ю. Баженова //«Тerra economicus». – 2013. - № 3. – С. 120-125.
7. Визгалов, Д.В. Брендинг города [Текст] / Д.В. Визгалов.– М.: Фонд «Ин-т экономики города», 2011. – 160 с.
8. Вовнякова, А. Екатеринбург выбрал логотип / [Электронный ресурс] /А. Вовнякова. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/kak-vybirali-logotip-ekaterinburga-17868.html> (дата обращения 10.09.2017).
9. Вовнякова, А. Новый бренд Алтайского края / [Электронный ресурс] /А. Вовнякова. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/novyj-brend-altajskogo-kрая-16560.html> (дата обращения 10.09.2017).
10. Вовнякова, А. Ростов-на-Дону выбрал туристический логотип / [Электронный ресурс] / А. Вовнякова. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/rostov-na-donu-vybral-turisticheskij-logotip-19950.html> (дата обращения 10.09.2017).
11. Дружинин, А. Эксперты о бренде Новой Москвы: вторично, сыро и скучно / [Электронный ресурс] / А. Дружинин, А. Вовнякова, Н. Ипполитова. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/eksperty-o-brende-novoj-moskvy-vtorichno-syro-i-skuchno-19232.html> (дата обращения 10.09.2017).
12. Жители Судака взбунтовались против логотипа города / [Электронный ресурс]. – URL: <http://news.allcrimea.net/news/2014/8/16/zhiteli-sudaka-vzbuntovalis-protiv-logotipa-goroda-19484> (дата

обращения 10.09.2017).

13. Как у Москвы появился свой логотип / [Электронный ресурс]. – URL: <https://daily.afisha.ru/archive/gorod/changes/kak-u-moskvu-poyavilsya-svoyu-logotip/> (дата обращения 10.09.2017).

14. Курорт Саки обзавелся логотипом в виде четырехлистника / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sostav.ru/news/2011/07/12/cod3/> (дата обращения 10.09.2017).

15. Логотип для Керчи [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.adme.ua/logotip/logotip-dlya-kerchi-69355/> (дата обращения 10.09.2017).

16. Логотип Петербурга от Студии Лебедева / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/logotip-peterburga-ot-studii-lebedeva-14525.html> (дата обращения 10.09.2017).

17. Мельникова, А. В Евпатории зарегистрировали логотип города Крыма / [Электронный ресурс] / А. Мельникова. – URL: <http://crimea.kp.ua/crimea/366322-v-evpatoryy-zarehystryrovaly-lohotyp-horoda> (дата обращения 10.09.2017).

18. Милош, И. Архангельская область получила туристический бренд / [Электронный ресурс] – URL: <http://www.sostav.ru/publication/arkhangelskaya-oblast-poluchila-turbrend-21087.html> (дата обращения 10.09.2017).

19. Народный бренд Севастополя. Эксперты назвали победителей конкурса-премии / [Электронный ресурс]. – URL: <http://sevastopol.su/news.php?id=90673> (дата обращения 10.09.2017).

20. Новый логотип города Судак / [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.liveinternet.ru/users/alex\\_rest/post213600510/](http://www.liveinternet.ru/users/alex_rest/post213600510/) (дата обращения 10.09.2017).

### УДК 911.3

Лукьяненко Е.А., к.г.н., доцент кафедры туризма  
Таврической Академии (структурное подразделение)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г.Симферополь

Одарюк Е.В., старший преподаватель кафедры туризма  
Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал)  
ФГАО ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,  
генеральный директор  
ООО «Ариадна – Крым» туристическая фирма  
г. Севастополь

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г.СЕВАСТОПОЛЕ

Лукьяненко Е.А., Одарюк Е.В. Современное состояние и основные направления развития экскурсионной деятельности в г. Севастополе. В статье представлена общая характеристика и динамика развития экскурсионной деятельности в г. Севастополе на современном этапе. В исследовании определены основные тренды на рынке экскурсионных услуг в новых геополитических условиях.

**Lukianenko E.A, Odaryuk E.V. Current state and main directions of development of excursion activities in Sevastopol.** The article presents the general characteristics and dynamics of the development of excursion activity in Sevastopol at the present stage. There are the main trends of the market of excursion services in the new geopolitical conditions identified in the article.

**Ключевые слова:** экскурсионные услуги, экскурсионная деятельность, турпродукт, культурный туризм, музей, тенденция, г.Севастополь.

В новых для туристского рынка г. Севастополя геополитических условиях, особую актуальность приобретают исследования особенностей организации экскурсионного обслуживания в регионе. Существенные изменения претерпевает экскурсионный продукт г. Севастополя, изменяется структура спроса и предложения на рынке экскурсионных услуг, расширяется география экскурсий в черте города Севастополя. Актуальность темы исследования предопределена постоянно возрастающей ролью и значением г. Севастополя как ведущего методического центра специализированных военно-патриотических, культурно-исторических и археологических экскурсий в России.

С 2014 года экскурсионные услуги в структуре туристского продукта Севастопольского региона приобретают все более весомое значение. По данным статистического управления в Севастополе, к декабрю 2014 г только одно предприятие, функционирующее круглогодично, специализировалось

исключительно на предоставлении экскурсионных услуг (т/ф «СаНато»). В 2016 году осуществляло деятельность уже 26 туристских предприятий, специализирующихся на экскурсионных услугах. Среднесписочное количество штатных работников – 46 человек. В реальных условиях курортного сезона, в среднем, количество сотрудников экскурсионных предприятий, работающих по трудовому соглашению возрастает в 3,5 раза. Данная тенденция сохраняется на протяжении последних 15 лет. Организаторы и реализаторы экскурсионных билетов в основном сезонные работники. По организационно-правовой форме преобладает индивидуальное предпринимательство и общества с ограниченной ответственностью на упрощенной системе налогообложения. Реализацией экскурсионных услуг занимаются также туроператоры и туристские агенты. С 2014 года по 2017г общее количество туристских компаний увеличивается с 23 до 67 предприятий. Среднесписочное количество штатных сотрудников возрастает от 205 до 393 человек [6].

В деятельности туристско-экскурсионных фирм наблюдаются существенные различия, которые обуславливаются их специализацией, объемом и характером деятельности, отношением к потребителям и исполнителям услуг. Для принимающих рецептивных туроператоров и турагентов характерна связь с организациями туристской индустрии, которые являются исполнителями услуг для приезжающих туристов и экскурсантов (музеи, транспортные компании, предприятия питания и др.), и с турфирмами - поставщиками туристов и экскурсантов. Для принимающих турфирм также характерно предоставление туристско экскурсионных услуг местным жителям. Общей характерной чертой в организации экскурсионных услуг для крымских и в частности севастопольских предприятий является привлечение местного населения для экскурсионного обслуживания на маршрутах и хорошие связи с туристско-экскурсионными фирмами партнерами или другими специализированными предприятиями (музеями, зрелищными учреждениями и др.), обеспечивающими исполнение услуг.

Экскурсионные предприятия Севастополя используют в своей работе разнообразные формы обслуживания.

1. Экскурсия как отдельная услуга: обзорные и тематические экскурсии, пешеходные с использованием различных видов транспорта, производственные экскурсии, экскурсии в музеи, на выставки, в заповедники, заказники. Продолжительность от одного часа до суток.

2. Экскурсия в составе тура, маршрута выходного дня, которая является составной частью предлагаемого тура (турпродукта).

3. Организация экскурсий в структуре других культурно-зрелищных программ (тимбилдинг, инсентив и др).

4. Оказание услуг гидов, экскурсоводов, турлидеров, организаторов экскурсий.

5. Путевая экскурсионная информация. Данная услуга предлагается на длительных маршрутных перевозках или трансферах к объектам размещения в дестинации. Экскурсовод или тур лидер предоставляет краткую информацию (в виде экскурсионной справки) по экскурсионным объектам, расположенным на пути следования группы.

Важной характеристикой в оценке уровня экскурсионного обслуживания в дестинации, по нашему мнению является доступность услуги, комфортность условий ее приобретения. Для Севастополя сохраняется общая для приморских городов Крыма тенденция – приобретение туристами экскурсионных билетов на временных торговых точках. Экстерьер которых, не отличается оригинальностью и более того, остается неизменным на протяжении последних 10 лет. Пункт реализации экскурсий в основном представляет собой рабочее место реализатора (стол и стул) с информационным стендом (фото экскурсионных объектов с кратким описанием). Брендированные экскурсионные павильоны, по примеру городов Ялты, Феодосии, Евпатории отсутствуют.

Новым трендом в инструментах реализации экскурсионных услуг в целом по Крыму и в г. Севастополе в частности является внедрение туроператорами методики продаж через отельных гидов. Данная технология доказала свою эффективность в международной практике туроперейтинга. Сотрудник туркомпании (трансфермен) встречает группу в транспортном терминале дестинации и в путевой информации рекламирует туристам экскурсионный продукт туроператора, приобретаемый у отельного гида. При этом, туроператору не требуется отдельная точка реализации, а местом продажи будет холл или стойка администрации в отеле. Комфортность условий приобретения экскурсионного билета возрастает, но неизбежно возрастает цена. Сравнительный анализ цен на экскурсионные маршруты, реализуемые через отельных гидов туроператорами и местными экскурсионными предприятиями через «экскурсионные стенды», проведенный авторами, свидетельствует об увеличении цены в среднем от 15 до 25%.

Роль и значение экскурсионных услуг в структуре турпродукта Севастополя будет возрастать. Об этом свидетельствует достаточно высокий процент туристов, прибывающих в город с культурно-познавательной мотивацией. По данным управления развития туризма основной контингент туристов в г. Севастополе образуют приезжающие на отдых дети и родители с детьми, молодежь с целью развлечений, а также участники культурно-познавательных экскурсий или туров. 46% туристов прибывают в



Севастополь с целью отдыха и развлечения. С культурно-познавательными целями – 31%, с оздоровительными целями в среднем не более 6%, с другими различными целями до 17% от общего количества [5].

Экскурсионный туризм позиционируется как отрасль международной специализации Севастополя. До 2014 года Севастополь принимал до 100 тысяч иностранных туристов из 45 стран на экскурсионных маршрутах. В 2015 году общее количество иностранных туристов, рассматриваемых как потенциальных экскурсантов снизилось до 3034 человек, в том числе 730 граждан из стран СНГ. Максимальное количество экскурсантов город принял в 2008 г. – 226,43 тыс. чел., к началу 2014 г. число участников экскурсий снизилось до 166,7 тыс. чел. До момента приостановления государственной аккредитации экскурсоводов и гидов-переводчиков в Республике Крым и г. Севастополе в 2016г. штат высококвалифицированных специалистов туристского сопровождения в г. Севастополе насчитывал 405 человек [4,6].

В городе предлагается более 50 тем экскурсий, но наибольшей популярностью пользуются обзорные экскурсии, например, «Город-герой Севастополь», «Достойный поклонения», военно-исторические «Потомству в пример», «Севастополь - город бастионов», «Здесь курс на бессмертье держал Севастополь» и историко-археологические экскурсии «Раскопки Херсонеса», «Средневековый Инкерман» и др.

Наряду с пешеходными и автобусными экскурсиями растет предложение морских экскурсий (в т.ч. по бухтам Севастополя, от Балаклавы к мысу Фиолент), однако качество экскурсионного сопровождения на морских судах, по отзывам туристов не всегда на высоком уровне. Что вероятнее всего связано с нехваткой узкоспециализированных экскурсоводов в пик туристского сезона (в период с 1.08 по 15.08.2017 года в Северной бухте одновременно может находиться до 50 маломерных судов). Качественно новый уровень экскурсионного комплексного обслуживания (доп.услуга питания на борту) предлагает с 2016года круизная компания «Гамма», осуществляющая морские прогулки-экскурсии на теплоходе «Доброход» вместимостью 200 человек.

Позитивным трендом для Севастополя выступает достаточно высокий уровень инновационности экскурсионного продукта.

С 2012 года кафедра туризма Таврической Академии КФУ им. В.И. Вернадского при поддержке Управления культуры и туризма Севастопольской городской государственной администрации начала разработку проекта «GPS-экскурсии по Севастополю». Выбор региона был не случаен – на сегодняшний день государственный реестр памятников Севастополя насчитывает 2,07 тыс. объектов, из них 1,49 тыс. – это памятники истории, 292 – памятники архитектуры, 246 – памятники археологии, 27 – монументального искусства и др. [1,3]. В этом многообразии представлены памятники практически всех эпох человеческого развития – от античных времен до наших дней.

На сегодняшний день закончена электронная каталогизация всех памятников Севастополя. Электронный каталог памятников Севастополя представляет собой электронный справочник достопримечательностей. В базу данных справочника внесены все зарегистрированные памятники Севастопольского региона, а также места, которые официально не зарегистрированы как объекты культурного наследия, но представляют интерес для туристов. На каждый объект в базе содержится следующая информация: фотография объекта, его точные географические координаты, почтовый адрес, телефон для справок, интернет-сайт, время работы, краткая историческая справка. Кроме того, в базе данных будет другая полезная для туристов информация: о движении общественного транспорта, музеях, ресторанах и других точках общественного питания, точках реализации сувенирной продукции, режиме работы этих организаций. При этом, у пользователя будет возможность сортировки всей информации по тематическим категориям. Данная информация с помощью специальной программы будет занесена в электронную карту GPS-навигации. В этой же программе туристу будут предложены как уже готовые и наиболее популярные экскурсионные маршруты, так и у туриста будет возможность самому спроектировать свой маршрут с учетом личностных предпочтений и заданной тематики [1, С. 245].

Инновационные технологии в экскурсионном обслуживании внедряет Музей героической обороны и освобождения Севастополя. Здесь завершена поэтапная установка аудиоинформационных систем для звукового сопровождения боя и система «аудио-гид», которая позволяет прослушать индивидуальную экскурсию на русском, украинском, английском и немецком языках.

В Севастополе сохраняется тенденция роста посещаемости экскурсантами музейных объектов. Рейтинг наиболее популярных музеев города и динамика посещаемости представлены в Таблице 1.

Рейтинг и динамика посещаемости музеев г. Севастополя  
(составлено автором по материалам [2,5])

Музей	Общее количество экскурсантов, тыс.чел.	
	2015г	2016г
ФГБУК "Государственный музей героической обороны и освобождения Севастополя"	739.340	788994
ВИМ ФС Балаклавский подземный комплекс	194.130	212.676
ФГБУК "Государственный историко-археологический музей-заповедник "Херсонес Таврический"	142.254	207.621
Музейный историко-мемориальный комплекс героическим защитникам Севастополя «35-я береговая батарея».	138.851	135.093
Военно-исторический музей Черноморского флота РФ	64.985	66.377
ГБУК города Севастополя "Севастопольский художественный музей М.П. Крошицкого"	59.077	73.638
ВИМ ФС Михайловская батарея	31.918	30.140

Резкий скачок повышения интереса к Херсонессу Таврическому вероятно объясняется элементарным фактом отмены входной платы. Незначительное снижение количества посетителей на «35 береговой батарее» можно объяснить усложнением режима посещения объекта и спадом патриотического накала у экскурсантов, прибывающих с материковой части России.

На сегодняшний день туристский рынок Севастополя требует нового подхода к организации экскурсионной деятельности. Огромный историко-культурный потенциал города представляет практически неограниченные возможности для развития культурного туризма. Реализация программных мероприятий правительства города Севастополя в 2017 году, таких как:

- Формирование в регионе системы туристской навигации, разработка интернет-портала;
- Мероприятия, направленные на формирование конкурентоспособного туристского продукта;
- Мероприятия, направленные на продвижение туристского продукта Севастополя

должны повысить роль и значение г. Севастополя как ведущего методического центра специализированных военно-патриотических, культурно-исторических и археологических экскурсий в России, особенно для детей и учащейся молодежи. В целом, экскурсионная деятельность в Севастополе, как основного направления в культурно - познавательном туризме способствует укреплению международного имиджа России как демократически развивающейся страны с высоким уровнем культуры, которой необходима интеграция в общеевропейские и мировые культурные процессы.

#### Список использованных источников

1. Воронин, И.Н. GPS-экскурсии как новое направление в туристской деятельности [Текст] / И.Н. Воронин, И.И. Воронин // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы IV Международной научно-практической конференции Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2016. – 545-549с.
2. Туристско-рекреационный ресурсный потенциал Республики Крым и г. Севастополь [Текст]. – Симферополь: Ариал, 2015. – 408 с.
3. О развитии туристской отрасли Республики Крым в 2016 году / [Электронный ресурс]. – URL: [http://mtur.rk.gov.ru /file/o\\_razvitiu\\_turistskoy\\_otrasli\\_respubliki\\_krim\\_v\\_2016\\_godu\\_1.pdf](http://mtur.rk.gov.ru/file/o_razvitiu_turistskoy_otrasli_respubliki_krim_v_2016_godu_1.pdf) (дата обращения 05 марта 2017 г.)
4. Крым. Туристские потоки / [Электронный ресурс]. – URL: [http://gosstat.crimea.ru/ukgturizm2.php#\\_tur](http://gosstat.crimea.ru/ukgturizm2.php#_tur) (дата обращения 03.03.2017).
5. О проведении государственной политики в сфере развития туристской индустрии города Севастополя / [Электронный ресурс]. – URL: [https://sevizakon.ru/assets/files/otchety/pravitelstvo/guk\\_2017\\_doklad\\_turisticheskaya\\_industriya\\_prezentaciya.pdf](https://sevizakon.ru/assets/files/otchety/pravitelstvo/guk_2017_doklad_turisticheskaya_industriya_prezentaciya.pdf) (дата обращения 29.09.2017).
6. Управление статистики по г. Севастополю / [Электронный ресурс]. – URL: [http://sevastopol.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/sevastopol/resources.pdf](http://sevastopol.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sevastopol/resources.pdf) (дата обращения 28.09.2017).

**Любовцева А.В.**, обучающаяся 1 курса  
магистратуры направления подготовки «туризм»  
Севастопольского экономико-гуманитарного  
института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский  
федеральный университет имени В.И. Вернадского», г.  
Севастополь

**Смирнов Д.В.**, старший преподаватель кафедры  
туризма Севастопольского экономико-гуманитарного  
института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский  
федеральный университет имени В.И. Вернадского», г.  
Севастополь

## ОСОБЕННОСТИ РОМАНТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

**Любовцева А.В., Смирнов Д.В. Особенности романтического туризма в Крыму.** В статье рассматривается современное состояние и перспективы развития романтического туризма в Крыму. Проводится анализ ресурсов для романтического туризма на полуострове.

**Lubovtseva A. V., Smirnov D. V. Features of romantic tourism in the Crimea.** The article discusses the current state and prospects of development of romantic tourism in the Crimea. The analysis of resources for romantic tourism on the Crimean Peninsula.

**Ключевые слова:** туризм, Крым, романтический туризм.

Романтический туризм – это разновидность туризма, целью которого является посещение красивейших мест, связанных с личностно значимыми идеалами и мечтами туриста.

Попытка анализа работ, посвященных развитию романтического туризма в Крыму привела к выводу об отсутствии исследований по данной теме.

Уже в XIX столетии Крым рассматривался как место для романтического отдыха. Именно этот период принято считать временем зарождения романтического туризма на полуострове. Великие князья и их жены предпринимали поездки в Крым на медовый месяц, годовщину свадьбы, или, оказавшись уже в своих имениях, путешествовали по ближайшим живописным местностям, проводили время в конных и пеших прогулках по специальным тропам [1].

Так, Александр II и его супруга императрица Мария Александровна ежедневно после обеда предпринимали поездки по ближайшим живописным местам со свитой или вдвоем как простые туристы. В 1880 г. вступив в морганатический брак с княгиней Е.М. Долгорукой, Александр II и его супруга отправились в Крым, в своего рода свадебное путешествие, где были очарованы открывшимся видом с Байдарских ворот; тут им накрыли стол для романтического ужина. В 1891 г. Александр III со своей супругой Марией Федоровной отметили в Ливадии 25-летие супружеской жизни.

Для всей приезжей в Крым публики в конце XIX столетия излюбленным местом прогулок была Ореанда. Атмосфера ореандских романтических гуляний была увековечена в знаменитом рассказе Чехова «Дама с собачкой». А великий князь Александр Михайлович создал специальную тропу в целях удобного перемещения, которая в дальнейшем использовались как для оздоровительных, так и для романтических прогулок. Тропа была названа «Горизонтальная дорожка» и была проложена между Ливадией и мысом Ай-Тодор. В настоящее время тропа именуется как Солнечная [1].

В настоящее время романтический туризм в Крыму развит явно недостаточно, но данное направление стремительно набирает популярность. Туроператоры, которые занимаются организацией романтического отдыха в Крыму, предлагают в основном свадебные туры, в меньшей степени – туры на День влюбленных, Международный женский день и романтические круизные туры. Предложения романтических туров на юбилей или годовщины свадьбы, романтический отдых выходного дня вовсе отсутствуют на рынке.

Романтические туры в сравнении с традиционным туром имеют ряд отличительных особенностей. К ним относятся: наличие, как правило, торжественного момента; выбор страны или места, где присутствуют необычные или живописные места; заботы по организации романтического тура берут на себя сотрудники турфирмы; места проживания – специальные номера для молодых пар или супругов; присутствие элементов декора; фотосессия; в качестве дополнительных услуг предлагаются экскурсионные программы, аренда автомобиля, фейерверк, запуск голубей, праздничный ужин, развлекательная программа.

Романтические туры по своему содержанию можно условно разделить на несколько видов:

1. Свадебные туры;

- 1.1. Бракосочетание и венчание;
- 1.2. Символическая свадебная церемония;
2. Медовый месяц;
3. Романтический тур для знакомства;
4. Романтическое путешествие на годовщину свадьбы или юбилей;
5. Романтический тур на ежегодные календарные праздники – День влюбленных, День семьи, 8 марта;
6. Романтические поездки выходного дня.

По видам туризма романтические туры подразделяются на следующие категории:

1. пляжный отдых;
2. городские романтические туры, как правило, экскурсионные;
3. отдых в горах, а также на различных горных курортах;
4. смешанные туры, которые могут объединять как пляжный, так и экскурсионный отдых;
5. экстремальные туры [2].

Многообразие ресурсов и видов рекреации для романтического туризма в Крыму позволяет создать тут уникальный конкурентоспособный турпродукт для внутреннего или международного рынка. Основными видами туризма для организации романтического тура в Крыму являются: купально-пляжная рекреация, морской туризм, экскурсионный туризм, экстремальный туризм, парашютный туризм. В Крыму есть возможности для прогулки на яхте, совершения вертолетной экскурсии, а также подводного погружения с аквалангом [3].

Традиционно популярными остаются такие места для проведения романтического отдыха в Крыму: Ливадийский дворец, Воронцовский дворец, Массандровском дворец, Юсуповский дворец (Театр им. А.П. Чехова), Органный зал, Никитский ботанический сад, Ласточкино гнездо, парк Айвазовского, мыс Ай-Тодор, мыс Фиолент и многие другие [4].

Романтический отдых в Крыму имеет ряд преимуществ и недостатков. К положительным моментам относятся:

1. Демократичная стоимость. Проведение романтического отдыха в Крыму вдвоем является доступным. Особенно это характерно для периода низкого курортного сезона, т.к. в Крыму наблюдается зависимость ценовой политики, проводимой турфирмами на приеме и предприятиями гостинично-ресторанной сферы, именно от сезонности.

2. Мероприятия будут организованы мастерами своего дела, где не придется искать специалистов, чтобы решать технические вопросы, такие как украшение банкетного зала, подбор места проведения торжества, поиск фотографа, выбор отеля, подбор экскурсионной программы и т.д.

3. Хорошая погода. В Крыму преобладают хорошие погодные условия и потенциальные туристы смогут в летний период и в бархатный сезон насладиться ласковым солнцем, теплым морем, в результате чего могут сделать яркие и красивые фотографии. И даже в зимне-весеннее время дней с неблагоприятными погодными условиями не так много.

4. Любое романтическое торжество можно сделать запоминающимся и праздничным; результатом этого станет большое количество положительных эмоций.

Основными сдерживающими факторами в развитии романтического туризма в Крыму являются: «человеческий фактор» – неудовлетворительное отношение обслуживающего персонала, слабые туристские программы романтических путешествий, малое количество туристских агентств и операторов, имеющих возможность представить широкий ассортимент романтических туров, скопление людей в подходящих для романтического отдыха местах, высокие транспортные расходы, дорогое и неудовлетворительное питание [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что многообразие ресурсов и видов рекреации в Крыму позволяет формировать уникальный конкурентоспособный романтический турпродукт для внутреннего и международного рынка туристических услуг.

#### **Список использованных источников**

1. Мальгин, А. В. Русская Ривьера [Текст] / А. В. Мальгин. – Симферополь : СОНАТ, 2004. – 352 с.
2. Романов, А. А. География туризма [Текст] / А. А. Романов, Р. Г. Саакянц. – М : Советский спорт, 2004. – 464 с.
3. Сахнова, Н. С. Развитие экстремального туризма в Крыму. Культура народов Причерноморья [Текст] / Н. С. Сахнова, В. М. Шумский, И. Б. Сидорчук. – М : ИНФРА, 2009. – 92 с.
4. Чеглазова, М. Е. Туризм в странах Черноморско-Средиземноморского бассейна [Текст] / М. Е. Чеглазова. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2012. – 266 с.

**Любчик В.Н.**, д.мед.н., доцент,  
Медицинская академия имени С.И.Георгиевского  
ФГАОУВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского»,  
г.Евпатория  
**Голубова Т.Ф.**, д.мед.н., профессор,  
директор ГБУЗРК «НИИ детской курортологии,  
физиотерапии и медицинской реабилитации», г.Евпатория  
**Дусалева Т.М.**, к.мед.н., доцент,  
Медицинская академия имени С.И.Георгиевского  
ФГАОУВО «Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского»,  
г.Евпатория

### **ЧАСТОТА ПОГОД, БЛАГОПРИЯТНЫХ ДЛЯ БЛИЖНЕГО ТУРИЗМА, ПО МЕСЯЦАМ ГОДА НА ЕПАТОРИЙСКОМ КУРОРТЕ**

**Любчик В.Н., Голубова Т.Ф., Дусалева Т.М. Частота погод, благоприятных для ближнего туризма, по месяцам года на Евпаторийском курорте.** В статье анализируется частота погод, благоприятных для ближнего туризма, в разные месяцы года на Евпаторийском курорте. В связи с развитием туризма в Республике Крым актуальным является оценка рекреационных условий курортов, в том числе Евпаторийского, с учётом погодно-климатических условий, благоприятных для проведения ближнего туризма. В специальной литературе по вопросам медицинского и ближнего туризма отсутствует характеристика погодно-климатических условий Евпаторийского курорта, благоприятных для их проведения. Цель статьи – проанализировать частоту погод, благоприятных для ближнего туризма, по месяцам года на Евпаторийском курорте.

**Lyubchik V.N., Golubova T.F. Dusaleeva T M. The frequency of favorable weather for the middle of tourism in Yevpatoria resort.** In connection with the development of tourism in the Republic of Crimea is actual assessment of recreational conditions of the resorts, including Crimea, taking into account climatic conditions conducive to the holding of the middle tourism. In the literature on medical tourism and the middle missing feature is favorable for their conduct climatic conditions of the Yevpatoriya resort area. The purpose of this article is to analyze the frequency of weather by months of the year, favourable to the middle of tourism, at a Yevpatoria resort.

**Ключевые слова:** Евпатория, погода, туризм

**Keywords:** Yevpatoria, weather, tourism

**Цель исследования:** определение частоты погод, благоприятных для ближнего туризма, по месяцам года на Евпаторийском курорте.

**Введение.** Климат – многолетний режим погоды, свойственный данной местности. В Евпатории – западный степной причерноморский климат (очень засушливый, умеренно жаркий, с мягкой зимой). По принятой в медицинской климатологии классификации А.А. Фёдорова-Л.А. Чубукова [1-3], на курорте преобладает солнечная, умеренно влажная погода с повторяемостью 35,0% дней месяца. Число часов солнечного сияния в июле – 338,9; в зимние месяцы – от 33,6 до 62,8 часов. Средняя многолетняя температура воздуха в средние месяцы сезонов составляет: в январе 0,9°C, апреле 10,9°C, июле +26,2°C, в октябре 13,7°C [4, 5]. С мая по сентябрь частота благоприятных погод для ближнего туризма составляет в среднем 20-22 дней в месяце, в декабре и январе – до половины дней месяца, что связано с циклонической деятельностью Чёрного моря [6-8].

**Материал и методы исследования.** По результатам анализа метеоданных Евпаторийской биоклиматической станции за 50-летний период прошлого века и за период 1998-2012 гг. на период наблюдения 9, 12, 15 и 18 часов, с учётом комфортности погодных условий, межсуточных и внутрисуточных перепадов основных метеорологических параметров (температуры, относительной влажности, атмосферного давления, парциальной плотности кислорода воздуха, скорости ветра) нами была определена частота благоприятных погод, показанных для проведения ближнего туризма, по месяцам года.

**Результаты.** По нашим данным (за 50-летний период наблюдения), погодный режим курорта в летнем сезоне года устойчив в июле и августе (число дней с неблагоприятными погодными условиями менее 35,0%), в июне он является слегка изменчивым (дней с неблагоприятными погодными условиями – 36,0%), в июне от 5 до 7 дней бывают со значительным повышением температуры воздуха и снижением уровня парциальной

плотности кислорода воздуха (с погодами «гипоксического типа»). В августе наиболее редки выраженные междусуточные колебания температуры воздуха, атмосферного давления, парциальной плотности кислорода.

Степень комфортности климато-погодных условий курорта зависит от комплекса метеорологических факторов: температуры воздуха, величины атмосферного давления и плотности кислорода воздуха, уровня относительной влажности, силы и направления ветра – и других, от величины их отклонения от средних многолетних величин и величины внутрисуточной и междусуточной изменчивости метеофакторов. В дни благоприятной погоды всё же следует учитывать междусуточные колебания основных метеофакторов, способных обеспечить комфортность теплоощущения – или создать условия теплового дискомфорта, – что можно проследить по величинам температуры воздуха в летние месяцы на разные сроки наблюдения (таблица 1).

Таблица 1

**Показатели температуры воздуха в разные сроки наблюдения  
в летние месяцы на Евпаторийском курорте**

Месяц года	Показатели температуры воздуха (°C) на период наблюдения (часы)			
	9-00	12-00	15-00	18-00
Июнь	21,3	24,0	25,9	24,7
Июль	24,2	27,2	29,0	27,7
Август	24,0	27,1	28,8	27,4

Для человека при повышении температуры воздуха до 28-29°C отмечаются условия теплового дискомфорта, которые усугубляются условиями влажности воздуха. При этом слабым потеплением или похолоданием считается изменение среднесуточной температуры на 1-2,5°C, умеренным – на 3-4,5°C, резким – более 4,5-5°C; слабым междусуточным изменением уровня атмосферного давления считают его изменение на 1-4 мб, умеренным – на 5-8 мб, резким – на 8-10 мб. Воздух считается сухим при влажности до 55%, умеренно сухим – при влажности 56-70%, влажным – при 71-85%, очень влажным – при влажности более 85% (наиболее благоприятные условия температуры воздуха 17-18°C при относительной влажности 50%). Безветренными считаются дни со скоростью ветра до 4 м/сек, слабоветренными – со скоростью ветра 5-6 м/сек, ветренными – со скоростью ветра 7-14 м/сек. Устойчивая благоприятная погода включает до 35,0% дней месяца с неблагоприятными погодными условиями (с мая по сентябрь), контрастная погода включает более 35,0% таких дней месяца (36-38,0% в марте, апреле, октябре, 44-48,0% в январе, феврале и ноябре, 61,0% в декабре). До 16-18 дней каждого зимнего месяца имеют высокую относительную влажность воздуха (более 80,0%), усугубляющую состояние теплового дискомфорта (что нивелируется комфортным температурным режимом помещений). В ноябре в среднем 5-6 дней в месяце имеют выраженные междусуточные и внутрисуточные колебания температуры воздуха в 4-5,0°C; с ноября по февраль до 7 дней в месяце имеют междусуточную изменчивость плотности кислорода воздуха более 5 г/м<sup>3</sup>, – что влияет на самочувствие и состояние метеочувствительных лиц.

Наиболее полный арсенал закаливающих процедур и ближнего туризма возможен на Евпаторийском курорте с мая по сентябрь (таблица 2).

Таблица 2

**Месяцы года с благоприятными возможностями для проведения закаливающих процедур и ближнего туризма на Евпаторийском курорте**

Месяц года	Воздушные ванны в палате, на пляже	Сон на воздухе * (с учётом погодных явлений)	Солнечные ванны в климато-кабине*, на пляже	Прогулки вдоль моря* (с учётом погодных явлений), ближний туризм
май	+*	+ *	+ *	+
июнь	+	+	+	+
июль	+	+	+	+
август	+	+	+	+
сентябрь	+*	+ *	+ *	+ *

Примечание: звёздочкой отмечены погодные особенности (усиление ветра, дождь, резкое похолодание).

Температура воды в море изменяется (по среднемесячным показателям) с мая по июнь от 15,0°С до 19,6°С; с июня по июль с 19,6°С до 21,6; с июля по август с 21,6°С до 22,5°С; в сентябре до 20,0°С и в октябре до 15,6°С, что позволяет большинству пациентов курортов проводить морские купания с июня по сентябрь.

Наибольшее количество дней с благоприятными погодными условиями (20 и более дней месяца) наблюдается в мае и с июля по октябрь; в марте, апреле и июне таких дней насчитывается 19. Наименьшее количество дней с благоприятными погодными условиями наблюдается в декабре (12-14 дней месяца), в ноябре и с января по февраль (от 15 до 17 дней месяца).

#### **Выводы.**

1. На Евпаторийском курорте с учётом погодных условий проведение ближнего туризма наиболее показано в период с мая по октябрь и имеет погодные ограничения в декабре и январе.

2. Для своевременной адекватной оценки погодно-климатических условий, благоприятных для закаливания и проведения ближнего туризма, необходимо функционирование биоклиматической службы курорта.

#### **Список использованных источников**

1. Чубинский С.М. Климатическая характеристика сезонов и их сравнительная оценка. В книге: «Климатотерапия на Ю.Б.К.» (отв. Ред. А.И.Агапов). Издание ГИМКК, 1936, 295 с. (с. 61-85).

2. Ярош А.М. Курорты Крыма среди приморских климатических курортов Европы и прилегающих к ней регионов Азии и Африки /А.М. Ярош, В.М. Ефимова, С.С. Солдатченко. – Симферополь: «Терра Таврика» «Таврия Плюс», 2002. – 70 с.

3. Ярош А.М. Приморские курорты Крыма. Сезонные возможности климатореабилитации больных людей на приморских курортах Крыма. /А.М.Ярош. Вестник физиотерапии и курортологии. 2009; 2: 11-14.

4. Любчик В.Н. Изменения метеорологических условий июня на Евпаторийском курорте за многолетние периоды наблюдения /Любчик В.Н., Гнатенко Д.П, Полякова Л.Г. Вестник физиотерапии и курортологии. 2012; 1: 131.

5. Любчик В.Н. Величина основных метеорологических показателей летних месяцев года на Евпаторийском курорте в разные сроки наблюдения за период 2002-2012 гг. /В.Н. Любчик, Л.Г. Полякова. Вестник физиотерапии и курортологии. 2013; 4: 39-41.

6. Любчик В.Н. Применение климатических процедур по месяцам года на Евпаторийском курорте у детей и взрослых /В.Н. Любчик, Т.Ф. Голубова Т.Ф., Е.М. Мельцева, М.А. Гудзь. - Методические рекомендации по санаторно-курортному лечению детей. /Под ред. Голубовой Т.Ф. /Евпатория: 2016. - С.39-54.

7. Любчик В.Н. Сезонные различия Евпаторийского курорта (зимних и весенних месяцев) по данным некоторых показателей обследования детей. /В.Н. Любчик, Т.Ф. Голубова. Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сборник научных трудов ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал). – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С. 300-305.

8. Любчик В.Н. Особенности климато-погодных условий Евпаторийского курорта. /В.Н. Любчик, Т.М. Дусалеева, Е.М. Мельцева. Материалы III Международного конгресса «Санаторно-курортное лечение». М., 2017. – С.54.

Люсова Е.С., обучающаяся 3 курса  
направления подготовки «туризм»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты  
Лимарь Т.Н., обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «туризм»,  
Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты

### ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ КАК ТЕНДЕНЦИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГА

Люсова Е.С., Лимарь Т.Н. Динамическое ценообразование как тенденция туроперейтинга. В статье раскрывается и обосновывается необходимость интеграции новых технологий в туристскую деятельность с целью преодоления последствий экономического кризиса. Он показывает, что использование динамического пакетирования позволит устранить риски установления квот на жилье и перевозки туристов, предоставить туристу гарантию предоставления услуг, расширить предложение туристских продуктов. Анализ опыта динамического пакетирования в западноевропейских странах и США позволяет автору оценить перспективы развития практики в России и сформулировать ее основные преимущества для всех участников туристского рынка

**Lysova E.S., Limari T.N. Dynamic pricing as the trend of tour operating.** The article reveals and proves necessity of new technologies integration into tourism activity in order to overcome the economic crisis consequences. It shows that use of dynamic packaging will allow to eliminate risks of setting quotas for housing and transportation of tourists, to provide the customer guarantee of delivering services, to broaden tourist product offering. The analysis of the experience of dynamic tour packaging in the Western European countries and the USA enables the author to estimate prospects for development of the practice in Russia and to state its fundamental advantages for all participants of the tourist market.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, динамическое ценообразование, динамическое пакетирование, онлайн туроперейтинг, технологии туроперейтинга.

В современной экономике главным связующим элементом между потребителями и производителями товаров и услуг выступает цена, которая также обеспечивает равновесие между спросом и предложением. Стоимость товаров и услуг влияет на конкурентоспособность, размер прибыли, финансовую устойчивость организации, а также на долю занимаемого рынка.

Одно из наиболее перспективных направлений туроператорской деятельности – динамическое пакетирование туров – на данный момент является технологией, максимально отвечающей запросам туристов-потребителей [1, С. 14]. Смысл технологии заключается в том, что турист получает не стандартный турпродукт, а динамический пакет, собранный в реальном времени, исходя из пожеланий и запросов туриста. Достигается это путем прямого обращения к ресурсным системам авиакомпаний, отелей и других поставщиков туристских услуг [2].

По сути, при динамическом пакетировании, составляется индивидуальный тур. Индивидуальный тур – это комплекс различных туристских услуг, предоставляемый одному туристу или группе. Тур подбирается с учётом всех пожеланий заказчика: билеты, выбор отеля, организация питания. Главное достоинство индивидуально составленной программы отдыха – полная свобода в выборе места и времени поездки – не требуется подстраиваться под чартерный рейс, и отсутствует риск потерять день отдыха из-за неудобного прибытия самолета. Динамическое пакетирование позволяет удешевить индивидуальные программы в несколько раз. Итак, основные преимущества динамического пакетирования рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительное преимущество динамических пакетов

Параметры	Классический тур	Динамический пакет
Количество направлений	50	500
Рейсы	чартеры	регулярные и чартерные
Доступные дни вылета и прилета	два раза в неделю	ежедневно
Количество отелей	1000	12000
Оформление	занимает время на подтверждение	моментально
Онлайн-продажи	по заявке	возможно

Классический процесс формирования туристского продукта содержит множество этапов и деталей. По определению, туристский продукт – это комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую



цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта [3].

Туроператору, при расчете цен на свои продукты, в первую очередь, требуется определить цели, которых он хочет добиться в результате своей деятельности. Например, увеличение доли рынка, занимаемой турфирмой; обеспечение постоянного спроса; удержание лояльных потребителей и т.д.

Следующим этапом в образовании цены будет определение уровня спроса на услуги туристской фирмы. Если организация хочет добиться высокого спроса на свои услуги, то ей необходимо понизить цены, если же туроператор планирует поднять цены, то вскоре будет ожидать падение спроса. Нижнюю границу цен регулируют издержки на оказание услуг. Цена не может быть ниже, чем затраты на оказание услуг туристам, иначе фирма будет нести убытки. При ценообразовании туроператор должен постоянно анализировать цены конкурентов, а также спрос на их услуги, чтобы объективно определять уровень своих цен.

Для туроператора одним из главных вопросов учета является способ группировки и включения затрат в себестоимость туристских продуктов.

Формулу цены тура, составленного туроператором, можно представить в виде формулы:

$$Ц = С + Н + П - С + К \quad (1)$$

где Ц – цена туристского продукта;

С – себестоимость услуг, входящих в турпродукт, сформированный туроператором;

Н – косвенные налоги;

П – прибыль туроператора;

С – скидка туристу с цены отдельных видов услуг;

К – агентская комиссия.

Основную проблему при расчёте цены составляет правильное определение себестоимости, так как она состоит из множества стоимостей:

- проезд;
- проживание;
- трансфер;
- питание;
- экскурсионная программа;
- страховой полис;
- оформление визы.

Эти составляющие могут варьироваться в зависимости от конкретного тура.

Стоимость индивидуального тура рассчитывается как стоимость одного туродня умноженная на количество дней в месте пребывания.

На этапе формирования туристского продукта, турфирма зарабатывает за счет низкой себестоимости услуг. Размер скидок определяется следующими факторами:

- общий объем сделок; для большой оптовой сделки обычно предоставляется скидка до 10%, по срокам и продолжительности тура – до 5%, по продолжительности проживания туристов в гостиничном предприятии – до 10%;
- несезонные цены (разница с сезонными 20-25%);
- участие турфирмы в рекламе и издании рекламных проспектов принимающей стороны. В целом, цена на туристское обслуживание групп для разовых сделок может быть ниже рыночной в среднем на 10-20%. Скидки на услуги размещения для туроператоров-партнеров – 20% и более. Скидки устанавливаются так, чтобы пройдя через всех посредников, цена осталась на том уровне, который объявлен отелем [4].

Туроператоры могут включать в стоимость тура налог на пользователей автодорог, налог на содержание социально-культурной сферы и т.д.

На этапе реализации туристского продукта, существует несколько схем установления агентской комиссии:

- туроператор реализует турагенту турпакет по определенной цене и затем не вмешивается в процесс установления цены на этот же турпакет самим турагентом;
- туроператор и турагент обязуются продавать тур по заранее оговоренной фиксированной цене.

Туроператор создает программы поощрений турагентств за большие продажи турпродуктов [5, С.106].

На отрасль туризма сильно воздействуют многие экономические (курс валют), политические и социальные факторы. В кризисной ситуации турфирме зачастую сложно выстроить грамотную систему ценообразования. В следствии, предприятие может потерпеть убытки, либо прекратить деятельность совсем. Важно уметь вовремя найти альтернативу, переориентированную на бюджетный отдых. Одной из таких альтернатив является динамическое пакетирование.

Динамическое пакетирование тура значительно упрощает процедуру ценообразования. При бронировании услуг в динамическом пакете экономическое преимущество для турагентства достигается путем предоставления поставщиками выгодных цен при условии, что они «защиты» в пакет с остальными услугами и отдельно не публикуются. Именно поэтому при бронировании динамического пакета, а не отдельных услуг, экономия может достигать 15-20%. Такая ценовая политика поставщиков, объясняется тем, что они заинтересованы в дополнительных каналах сбыта, однако открыто скидывать тарифы и конфликтовать с уже существующими каналами дистрибуции им невыгодно.

Агентство, заключившее договор с туроператором, использующим платформу динамического пакетирования туров, изначально получает цены нетто. Определение и установление наценок делается в личном кабинете самим агентом – таким образом, ценообразование фактически передается в его руки. Турагент может добавить проценты или фиксированные суммы в рублях на пакет целиком или на каждую услугу отдельно. Наценка автоматически добавится в конечную цену, которая указывается заказчику на мониторе и в подтверждении.

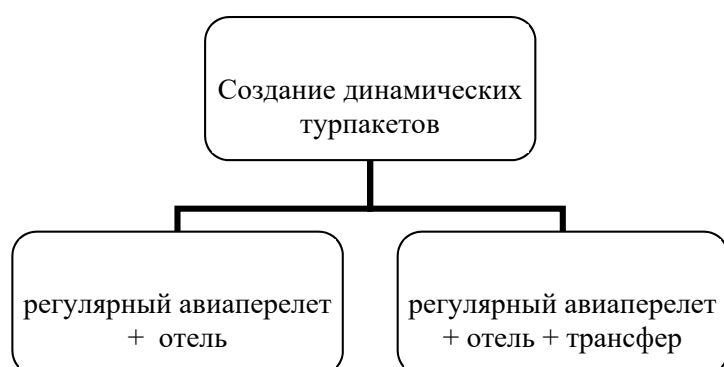


Рисунок 1 – Два варианта создания динамических пакетов

Существует два варианта создания динамических пакетов (рис. 1): первый включает регулярный авиаперелет и отель, второй – регулярный авиаперелет и дополнительные туристские услуги (трансфер, экскурсии и т.д.). Первый тип традиционно используется для расширения ассортимента направлений туроператора, когда из-за небольшого спроса на те или иные направления становится не выгодно сотрудничать с поставщиками на постоянной основе.

Второй тип – для продажи основного продукта, но на регулярной авиаперевозке. Взаиморасчеты между оператором и агентом возможны удобными для агентства способами: оплата с депозита, через терминал или банковский платеж. Если бронирование рисковое, требующее моментальной оплаты, при отсутствии депозита, возможно использование доверительного платежа – отсрочки оплаты для агентства, при условии, что оператора и агента связывает долгое и успешное сотрудничество. По факту оплаты происходит моментальное оформление и выдача всех технологических документов – ваучер, авиабилеты, страховка.

В итоге, сравнение «классических» и динамических турпакетов можно представить на рисунке 2.



Рисунок 2 – Отличия динамического пакетирования от классического пакетирования туров

Таким образом, резюмируя содержание статьи, отметим, что на фоне кризисной ситуации в экономике, современные инновационные бизнес-модели, а именно, платформы для динамического пакетирования туров, являются инструментом, помогающим субъектам туристского рынка минимизировать риски финансовых потерь.

#### Список использованных источников:

1. Нагай, Н. Г. Государственное регулирование сферы туристско-рекреационных услуг [Текст] / Н.Г. Нагай / автореферат дисс. на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Северо-Кавказская академия государственной службы – Ростов-на-Дону, 2005. – 24 с.
2. Косарев, Г. Динамическое пакетирование – будущее туризма [Электронный ресурс] / Г. Косарев // Турпром: туристский портал. Актуальные интервью. – 2015. – <http://www.tourprom.ru/interview/276/> (дата обращения 15.02.2017).
3. Федеральный закон № 132 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон: [принят Гос. Думой 4 октября 1996 г. в ред. ФЗ от 03.05.2012 № 47-ФЗ] – Интернет-ресурс официального сайта Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации /URL: <http://russiaturism.ru> (дата обращения: 10.03.2017).
4. Грицан, Д. А. Особенности ценовой политики туристических операторов в условиях экономической нестабильности [Текст] / Д. А. Грицан, А. А. Асланян // От научных идей к стратегии бизнес-развития: сб. науч. ст. / «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Москва: Аудитор, 2016. – С. 148-154.
5. Шевцова, Т. В. Туристская деятельность : учебное пособие для студентов специальностей 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» и 100201 «Туризм» / [Т. В. Шевцова и др.] ; под общ. ред. Т. В. Шевцовой. – Шахты, 2010. – 352 с.

**Матвеевская А.С.**, к.г.н., старший преподаватель  
кафедры мировой политики ФГБОУ ВО  
«Санкт-Петербургский государственный университет»  
**Погодина В.Л.**, д.п.н., профессор  
кафедры туристского бизнеса ФГБОУ ВО  
«Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург

#### АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ БРЕНДОВ КАК СРЕДСТВО ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕСТИНАЦИИ

**Матвеевская А.С., Погодина В.Л. Анализ туристских брендов как средство оценки эффективности использования ресурсного потенциала дестинации.** Рассматриваются технологии исследования туристских дестинаций для формирования туристского образа и имиджа территорий. Описан процесс продвижения туристских брендов. Приведены данные о рейтинге туристских брендовых объектов и маршрутов. Даны рекомендации по использованию рейтинга в практике работы представителей туристической индустрии.

**Matveevskaya A.S., Pogodina V.L. Analysis of tourist brands as a means of assessing the effectiveness of using the resource potential of the destination.** Technologies of research of tourist destinations for the formation of tourist image and image of territories are presented. The process of promotion of tourist brands is described. Data on the rating of tourist brand objects and routes are given. Recommendations are given on the use of the rating in the practice of the work of representatives of the tourism industry.

**Ключевые слова:** туристские дестинации, туристский образ и туристский имидж территории, туристский бренд, рейтинг туристских объектов и маршрутов.

За последние несколько лет жители России активно и с большим интересом принимали участие в Интернет голосовании по различным рейтинговым программам (определение десяти самых красивых мест России, главных достопримечательностей страны, «самых туристических» городов РФ, даже в конкурсе на право города быть изображенным размещенным на российской банкноте нового достоинства). Любой из этих рейтингов может представлять интерес для анализа оценки жителями нашей страны статуса, значимости, успешности того или иного города, региона. Подобный рейтинг оправдан и для целей определения наиболее интересных, с точки зрения россиян, мест в России для перспектив развития туризма.

Желающие приняли участие в открытом онлайн-голосовании по выявлению лучшего туристского бренда России. В феврале 2015 года по инициативе Федерального агентства по туризму (Ростуризм) при поддержке Министра культуры РФ объявлен открытый Всероссийский конкурс «Туристический бренд России». Ростуризму совместно с Ассоциацией брендинговых компаний России (АБКР) учредили экспертную комиссию, рассмотревшую 480 логотипов и 600 слоганов на право представлять нашу страну как одну из крупнейших туристских дестинаций мира. [6]. Было разработано около 30 концепций бренда, претендующих на звание турбренда России. Желающим участвовать в голосовании следовало ознакомиться с концепциями, каждая из которых демонстрировалась в виде описания ее идеи, слогана и визуального образа. По результатам народного голосования были выбраны три проекта, набравшие наибольшее количество голосов. 27 сентября 2017 г. (в день

празднования Всемирного дня туризма) Россия должна узнать главный туристский бренд страны — символику, состоящую из узнаваемых образов и ассоциаций, которые рождаются при слове «Россия». По замыслу организаторов это и будет смысловая и визуальная оболочка для всего комплекса действий, которые способны формировать представление о нашей стране в глазах туристов. Необходимо создание единого образа, позволяющего обеспечить узнаваемость Российской Федерации как привлекательной туристской дестинации внутри страны и за ее пределами. Важным является не только наличие образа и логотипа у туристского бренда, но и грамотная коммуникация: рекламная кампания и имплементация на носители в стране и за рубежом; донесение основной идеи бренда за счет визуального и вербального обозначения, понятного во всем мире [1].

В 2018 г. заканчивается первоначально обозначенный срок действия Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 гг.)». Программа представляет собой комплекс мероприятий по совершенствованию туристской индустрии и оптимизации условий путешествий и отдыха людей в нашей стране. В ней, в том числе, предусмотрены мероприятия нацеленные на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках. Одной из приоритетных задач Программы в этом направлении — продвижение отечественного туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках. Для решения такой задачи было запланировано развернуть информационно-пропагандистские кампании, создать сетей информационных центров и пунктов, организовать и провести межрегиональные, общероссийские и международные выставки, форумы и иные мероприятия, направленные на создание положительного имиджа России как аттрактивного туристского направления. Совокупный бюджет, запланированный на реализацию данных мероприятий, составил 3,7 млрд. руб. [8].

Перспективы развития туризма в стране зависят от успешности формирования благоприятного представления о России как о туристской дестинации в целом, и в отдельных ее туристских центрах и регионах. Имидж является одним из определяющих факторов восприятия территорий. По определению UNWTO, имидж региона – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений индивида о регионе, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, а также собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа. Главная миссия имиджа – представить привлекательным свою территорию, где предлагается комплекс услуг [3].

Составляющими туристского имиджа могут являться такие факторы, как выгодность географического положения, уровень необходимых денежных и временных затрат для прибытия на данную территорию; ритмы туристской сезонности; емкость и разнообразие туристско-ресурсного потенциала, в том числе насыщенность территории уникальными природными и культурными достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма, их доступность с точки зрения существующих коммуникаций; навыки гостеприимства местного населения; уровень развития туристской инфраструктуры (оснащенность территории средствами размещения, транспортом, средствами связи, предприятиями питания, торговли, развлечения и т.д.), а также уровень сервиса и квалификация обслуживающего туристов персонала; стабильность политической ситуации и криминогенная безопасность; степень благополучия экологической обстановки; уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для сферы туризма и гостеприимства, благоприятный налоговый и визовый режимы, выгодный инвестиционный климат, устойчивая финансово-кредитная политика, структура зарубежной туристской клиентуры и партнеров, отношение властей и местных туристских органов к проблемам и др.

Туристские образы городов, регионов и стран во многом определяют их привлекательность, порождают желание их посетить. Поэтому необходимо целенаправленно формировать туристский образ территории и его продвигать среди потенциальных туристов. На формирование туристского образа территории в сознании людей влияет комплекс факторов, которые носят как объективный, так и субъективный характер. Туристский образ территории складывается в сознании путешествующего посредством восприятия и осмысления окружающего пространства, которые зависят от его принадлежности к той или иной культурной (этнической и социальной) общности, жизненного и туристского опыта, накопленных знаний и эмоционального состояния. Необходимо обращать внимание и на национальные этнопсихологические модели поведения потенциальных туристов и экскурсантов. Особенности восприятия туристского пространства и поведения в нем туристов следует учитывать при продвижении регионов на туристском рынке, проведении рекламных кампаний и при создании туристского бренда территории.

Создание туристского бренда способствует формированию положительного, узнаваемого имиджа страны, региона, центра и повышает конкурентоспособность туристской индустрии государства на мировом рынке туристских услуг.

Туристский бренд центра, региона, страны создается с той же целью, что и бренд любого товара: чтобы получить коммерческую выгоду. Создание туристского бренда способствует формированию привлекательного и узнаваемого образа региона в глазах различных целевых аудиторий и повышает его конкурентоспособность как туристского направления. Для этого необходим и маркетинг территорий, который обуславливает инвестиционную и туристскую привлекательность местности. Используя современные технологии брендинга, российские регионы способны выйти на новый уровень в социально-экономическом развитии и внести важный вклад в развитие имиджа России в целом. Туристский бренд – обещание потребителям желаемых ими качественных туристских услуг, демонстрация и гарант конкурентных преимуществ. Под туристским брендом подразумевают известный единичный или комплексный объект природного или культурного наследия, а также

маршруты, предусматривающие посещение данных объектов, уникальные события, ремесла, услуги, привлекающие большие потоки туристов. При формировании и продвижении бренда в сфере туризма важную роль приобретает именно эмоциональная составляющая и гарантии эффективно потраченного свободного времени и средств.

Универсальную технологию формирования бренда территории установить трудно (слишком полиаспектный процесс и разнообразны дестинации). В общем виде технологии формирования туристского бренда территории предполагает такой алгоритм действий: формулировку видения бренда (идеального образа страны в глазах целевой аудитории, которого хотелось бы добиться), формирование идентичности бренда, позиционирование бренда (выявление уникальных черт, которыми он отличается от подобных конкурентных), построение системы коммуникаций, оценка эффективности брендинга. Необходимо учитывать, что бренд территории формируется на основе уже сложившихся стереотипов, изучение и учет которых является обязательным условием формирования и продвижения бренда страны.

Создание конкурентоспособного бренда включает в себя ряд мероприятий: разработать нейминг бренда (текстового названия), лозунг развития, выбор альтернативных названий для бренда, разработка бренд-имиджа торговой марки, логотипа и визуальных составляющих, определение персонажа бренда (образ героя), дизайн упаковки, дизайн рекламных материалов. Данная деятельность тесно связана с мониторингом туристического рынка, в частности, определением ассортимента конкурирующих и сопутствующих услуг, специфики конкурентной среды, ценовой ситуации на потребительские предпочтения и влияющие на них факторы, а также с сегментацией потребителей и каналов информации, насыщенности и тенденций развития рынка, особенностей законодательного регулирования. Только с помощью маркетинговых исследований можно сформулировать и получить возможность сформировать эффективные позиции организации индустрии туризма, выявить целевые группы потребителей для рекламно-информационного воздействия и, наконец, сформулировать миссию и философию организации [4, С. 134-140].

Понятие «туристский бренд» является системным и характеризует стратегию создания конкурентных преимуществ турпродукта, перспективность развития туристской деятельности, предполагает максимальное получение социально-экономического эффекта. Самыми современными направлениями повышения конкурентоспособности бренда служат проекты по организации событийного туризма и создание анимационных (развлекательных) центров и комплексов. Основной туристского бренда является любая экстремальная характеристика, вызывающая у потребителя определенный набор положительных эмоций, - уникальное природное явление, событие, легенда, обряд, образ и т.д. При создании туристского бренда важна реанимация старых и создание новых мифов. Необходимым условием эффективной деятельности, нацеленной на создание уникального туристско-ресурсного потенциала центра или региона, является формирование новых мест, объектов, событий. [2].

Туристские бренды можно классифицировать, основываясь на различных критериях. Различают следующие типы туристских брендов: регион, район, центр, местность (например, Северо-Запад, Ярославия, Подмосковье, Кубань, Южный берег Крыма и т.п.); природные объекты (например, Волга, дельта Лены, Байкал, Долина гейзеров, Кунгурская пещера и т.п.); природные процессы и явления (например, белые ночи, северное сияние, цветение степи, пролет птиц и т.п.); памятники культуры (Ливадийский дворец, Дом Пашкова, храм Христа Спасителя, Дивеевская обитель, терем Снегурочки, резиденция Деда Мороза и т.п.); выдающиеся исторические личности и места, связанные с их жизнью (Пушкиногорье, Спасское-Лутовиново, мавзолей В.И.Ленина, Троице-Сергиева Лавра и т.п.); услуги и места их оказания (Кавказские Минеральные Воды, санаторий «Эльтон», русские бани и т.п.); еда и напитки (например, фестиваль корюшки «Все будет клёво», гастрономическая ярмарка «ХреНовый фестиваль в России», фольклорно-гастрономический фестиваль «Уральские пельмени на Николу зимнего», молочный фестиваль «За Окой пасутся КО...» и т.п.); события, фестивали, праздники (Масленичные гуляния, Сабантуй, фестиваль «Спасская башня», праздник «Алые паруса», кинофестиваль «Окно в Европу» и т.п.); брендовые туристские маршруты (например, «Крымская кругосветка», «Серебряное ожерелье России», «Золотое кольцо Алтая», Жемчужное ожерелье Санкт-Петербурга и т.п.) [5].

В 2017 г. Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» и журнал «Отдых в России», являющиеся составителями ежегодного Национального туристического рейтинга, провели уникальное исследование с целью установить наиболее привлекательные для туристов бренды на территории Российской Федерации. Технология его оригинальна. Она позволила решить две задачи: оценить уровень узнаваемости (известность) продвигаемых региональных туристических брендов среди россиян и выявить туристскую привлекательность брендов (наличие желания совершить путешествие в регион нахождения бренда).

Для организации исследования были направлены запросы в региональные министерства и департаменты по культуре и туризму с просьбой предоставить информацию о продвигаемых региональных туристских брендах. Дополнительно были применены также опрос экспертов и сбор информации из открытых источников (официальных туристских порталов субъектов РФ и национального туристского портала Russia.travel). Так был сформирован список из 1000 региональных туристских брендов. Все они были распределены по пяти категориям: «Объекты показа (достопримечательности, места отдыха, географические и промышленные объекты)», «Туристические маршруты», «Мероприятия событийного туризма», «Гастрономические бренды», «Народные художественные промыслы». В окончательный список (после предварительного отсева экспертами) вошли 425 наименования, включенные в таблицу для опроса граждан. Опрос населения проводился с 13 по 19 февраля 2017

г. В нем приняло участие более тысячи человек из всех регионов России. Была получена итоговая таблица ТОП-100 туристических брендов России [7].

Здесь представим первые десять, возглавившие рейтинговую таблицу туристских брендов России: Третьяковская галерея, Московский Кремль, Государственный Эрмитаж, Музей-заповедник «Петергоф», Большой театр, Исаакиевский собор, Тульский пряник, Красная площадь, ВДНХ, Сочи.

Данные, полученные в ходе исследования представляют интерес для специалистов, занимающихся поиском путей развития туристской сферы деятельности, как в каждом отдельном регионе, так и в стране в целом. Некоторые результаты оказались неожиданными для экспертов. Так, например, выглядит список регионов, попавших в рейтинг Топ -100 шестью объектами: Владимирская область, Москва, Московская область. Пять позиций у Краснодарского края, Республики Крым, Санкт-Петербурга и Тульской области. Вологодская область представлена четырьмя объектами. Трижды упоминаются в рейтинговом списке сотни лучших туристских объектов Калининградская область, Карачаево-Черкесская Республика, Костромская и Ростовская области.

Регионы ЮФОРФ представлены в рейтинге ТОП–100 следующими объектами (в скобках указана строка – «место» в рейтинговом списке): Сочи (10), Курорт «Роза Хутор» (13), Анапа (19), Адыгейский сыр (23), Геленджик (27), Мамаев курган (29), Астраханский арбуз (34), Винный дом «Абрау-Дюрсо» (35), Ласточкино гнездо (38), Ливадийский дворец (39), Ханский дворец в Бахчисарае (46), «Массандра» (винодельческое производство) (50), Город Азов (71), Дельта Волги (73), Донская уха (78), Генуэзская крепость (85), Донские раки (86).

Значимы представленные рейтинговые показатели будут и для формирования межрегиональных маршрутов. Рейтинг туристских маршрутов, пожалуй, вызвал наибольшее количество вопросов (популярные, оказались на нижних строчках рейтинга, а некоторые наиболее известные вообще в список не вошли; вряд ли нужно было включать в список «туристских маршрутов» экскурсионные однодневные программы, например, «Ульяновск – родина В.И. Ленина» или «Калуга купеческая» и др.).

Представим рейтинг ответов опрашиваемых на вопрос: «Хотели бы Вы посетить указанный регион, чтобы ближе познакомиться с данным брендом» в отношении туристских маршрутов в разделе «отношении к туристским маршрутам». Перечислим названия маршрутов, начиная от самого аттрактивного к наименее интересному. Рейтинг таков: 1.«Золотое кольцо России» (Владимирская область), 2. «Долина гейзеров» (Камчатский край), 3. «Форты и замки Калининградской области» (Калининградская область), 4. «Янтарный край» (Калининградская область), 5. «Серебряное ожерелье России» (Вологодская область), 6. Экспедиция «Байкал-Аляска» (Иркутская область), 7. «Путешествие на мыс Дежнева» (Чукотский автономный округ), 8. «Большое Золотое кольцо Алтая» (Алтайский край), 9. «Узоры Подмосковья» (Московская область), 10. Экспедиционные туры на ледоколах в Белом море и на акватории морского порта Архангельск (Архангельская область), 11. «Калуга купеческая» (Калужская область), 12. «Малое Золотое кольцо Владимирской области» (Владимирская область), 13. «Русские усадьбы» (Рязанская область), 14. «Калуга космическая» (Калужская область), 15. «Подмосковные истории» (Московская область), 16. «Гастрономические бренды Тульской земли» (Тульская область), 17. Фиорды бухты Провидения (Чукотский автономный округ), 18. Международный трансграничный маршрут «Алтай – Золотые горы» (Алтайский край), 19. «Русские усадьбы Тульской области» (Тульская область), 20. Патриотический маршрут «Партизанскими тропами Брянщины» (Брянская область), 21. «Малый Иерусалим» в Евпатории (Республика Крым), 22. «Великий Волжский путь» (Самарская область), 23. «Ульяновск – родина В.И. Ленина» (Ульяновская область), 24. Лыжные туры по Камчатке (Камчатский край), 25. Охота на медведя (Магаданская область).

Естественно, люди отвечали с учетом того, знают ли они вообще о таком маршруте или нет. Следует также предположить, что в некоторых популярных туристских программах опрашиваемые, возможно, уже участвовали, поэтому новые предложения им были более интересны. Возможно, некоторые маршруты не получили статус особо перспективных, поскольку оценивали их люди, хорошо представляющие, что стоимость таких интересных, но дорогостоящих программ для них будет неподъемной.

Специалистам сферы туристского бизнеса, разработчикам туристских брендов ЮФОРФ, необходимо учесть, что если в общем списке Топ-100 регион представлен достаточно хорошо (семнадцать объектов), то в списке двадцати пяти лучших маршрутов обозначен лишь один «Малый Иерусалим» в Евпатории. Это, вероятно, должно стать основанием для рассмотрения перспектив проектирования и организации новых межрегиональных туристских программ по территории нескольких субъектов, входящих в Южный Федеральный округ.

#### Список использованных источников

1. Бабанчикова, О.А. Формирование туристского бренда страны – стратегическое направление повышения конкурентоспособности на мировом рынке туристских услуг [Текст] / О.А. Бабанчикова // Труды института бизнес-коммуникаций. Т. 1. / Минобрнауки РФ ; ФГБУВО «С.- Петерб. гос. ун-т промышленных технологий и дизайна» ; под общ. ред. М. Э. Вильчинской- Бутенко. – СПб.: СПбГУПТД, 2017. – 208 с.
2. Веденин, Ю.А. Мифология туристских ресурсов и эволюция представлений о ресурсном потенциале территорий [Текст] / Ю.А. Веденин // Изв.РАН. – Сер. Геогр. – 1998. – № 4. – С. 88.
3. Лапочкина, В.В. Маркетинговый подход к формированию имиджевой стратегии туристских территорий [Текст] / В.В. Лапочкина // Сб. материалов III-й региональной научно-практической конференции по проблемам развития внутреннего туризма в центральной России. – Ярославль, 2008.
4. Сулова, Т. А., Величко, И. А. Принципы образования конкурентоспособного бренда в туристской отрасли

[Текст] / Т.А. Суслова // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социо-культурной деятельности в России и за рубежом: III Междунар. науч.-практ. интернет-конференция : сб. материалов / Забайкал. гос. ун-т ; отв. ред. О. А. Лях. – Чита : ЗабГУ, 2016. – 417 с.

5. Matveevskaya, A., Pogodina, V. Geography of tourism of the European part of Russia in «Geography of tourism of Central and Eastern Europe countries» ed. Jerzy Wyrzykowski, Krzysztof Widawski. Second Edition. – Wrocław, University of Wrocław, 2017. 551 p.

6. Всероссийский конкурс «Туристский бренд России»: положение о проведении / [Электронный ресурс]. – URL: [http://турбрендроссии.рф/Положение о создании туристического бренда России.docx](http://турбрендроссии.рф/Положение_о_создании_туристического_бренда_России.docx) (дата обращения 09. 11. 2016).

7. Национальный рейтинг туристических брендов / [Электронный ресурс]. – URL: <http://matveychev-oleg.livejournal.com/4949779.html> (Дата обращения: 12.04.2017).

8. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» // Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28> (дата обращения 15. 11. 2016).

УДК: 338.48

**Матушевская Е.А.**, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»  
г. Севастополь  
**Поддубная Е.С.**, обучающаяся  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»  
г. Севастополь

#### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА НА КРЫМСКОМ ПОЛУОСТРОВЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Матушевская Е.А., Поддубная Е.С. Социально-экономическое развитие санаторно-курортного комплекса на Крымском полуострове: проблемы и перспективы.** В работе рассматриваются вопросы развития санаторно-курортного комплекса Крымского полуострова. Представлены статистические данные, обозначены проблемы туристической отрасли, а также перспективы дальнейшего развития.

**Matushevskaya EA, Poddubnaya E.S. Social and economic development of the sanatorium-and-spa complex on the Crimean peninsula: problems and prospects.** The paper considers the development of the sanatorium and resort complex of the Crimean peninsula. The statistical data are presented, the problems of the tourism industry are outlined, as well as the prospects for further development.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, санаторно-курортный комплекс, Крымский полуостров, лечебно-оздоровительный туризм, проблемы развития, перспективы

Для России Крымский полуостров имеет очень важное значение не только в геополитическом плане, но и как экономически перспективный регион. Одним из приоритетных направлений развития экономики полуострова является совершенствование санаторно-курортного комплекса Республики Крым. В результате присоединения Крыма к Российской Федерации устанавливаются новые задачи по развитию данной отрасли.

Проблемам развития туристической отрасли Республики Крым посвящено множество исследований. В частности, развитию туристической отрасли полуострова посвящены работы О.В. Кучмаевой и О.А. Маховой [1], Н.Ю. Сайбель и А.Е. Потаповой [2], А.В. Першиной и О.И. Кепль [3], С.В. Емелина [4], и др. Вопросам развития санаторно-курортных комплексов Республики Крым, и в частности оздоровительного туризма посвящены работы Е.В. Новиковой и И.В. Прокопчик [5], Д.И. Олифир [6], Р.Р. Тимиргалеевой [7], Т.В. Куц [7] и др.

Целью статьи является освещение вопроса развития санаторно-курортного комплекса Крымского полуострова, в частности выявление проблем и перспектив развития в области лечебно-оздоровительного туризма.

Одним из приоритетных направлений развития Республики Крым и г. Севастополя является туризм и рекреация [8, С.1]. Крымский полуостров является популярным рекреационным комплексом Черноморского побережья. На Крымских курортах работают оздоровительные комплексы, санатории, здравницы, которые оснащены современным оборудованием, с помощью которого можно проводить наиболее качественное и полное обследование, эффективное лечение. Большинство санаториев имеют лечебно-оздоровительную специализацию [18].

Необходимым условием создания санаторно-курортных комплексов является наличие и высокое качество рекреационных ресурсов [15]. Крым богат уникальными природными лечебно-оздоровительными ресурсами, такими как: мягкий целебный климат, вечнозеленая растительность, горы, чистое море, замечательные пляжи,

лечебные грязи соленых озер и минеральные воды подземных источников [14]. Полуостров знаменит также эфирными маслами. Максимальная концентрация природных ресурсов находится в Евпаторийском, Керченском и Сакском районах.

На сегодняшний день в РФ действует около 1900 санаторно-курортных учреждений.

С вхождением Крыма в состав Российской Федерации, заметно активизировалась деятельность всего санаторно-курортного комплекса региона, что позитивно отразилось на общем благосостоянии его жителей. Санаторно-курортный отдых в Республике Крым снова становится популярным у жителей регионов Российской Федерации, свидетельством чему явилась практически полная загруженность санаторно-курортных учреждений в 2014-2016 гг. [16].

Однако, дорогие курорты Крыма, несмотря на снижение цен, потеряли туристов: Россияне в основном едут в оздоровительные комплексы Краснодарского края. Согласно статистике, в совокупном объеме доля продаж на черноморское побережье Краснодарского края составила 65%. А крымские курорты занимают только 27%. В предыдущем 2016 году посещаемость на крымских курортах была выше на 5% [12].

Крым за январь-июль 2017 года посетило 2859,9 тыс. туристов, что на 5,1% ниже, чем за аналогичный период прошлого года. Больше всего туристов с начала года побывало на Южном берегу Крыма – 46 % от общего количества туристов, на Западном побережье – 21,5 %, на Восточном – 18 %, в других регионах – 14,5% [19]. Данное распределение туристов изображено в виде диаграммы (см. рисунок 1).

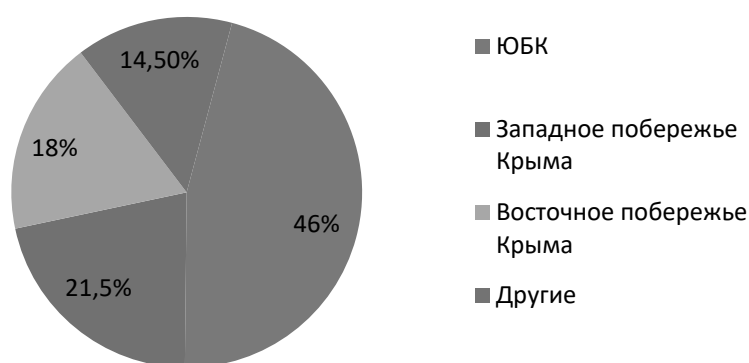


Рисунок 1 - Распределение туристов по регионам Крыма с начала 2017 года

В октябре 2016 года средняя загрузка работающих санаторно-курортных и гостиничных учреждений Крыма составляла 33%. Величина данного показателя с начала 2017 года составила 36,4%, в июле – 64,6% [19].

Стоимость лечения, питания и проживания в санаторно-курортных комплексах РФ зависит от нескольких факторов. Прежде всего, это время года, место расположения санатория или дома отдыха, его популярность, диапазон предлагаемых услуг, наличие собственного пляжа и развитой инфраструктуры.

В результате проведения исследований было выявлено, что наиболее престижными для туристов являются санатории ЮБК, а именно Алушты, Ялты, Евпатории [17].

Санаторно-курортные организации (учреждения) используют здания, строения и иное имущество исключительно в целях лечения, профилактики заболеваний и отдыха населения, если иное не следует из федерального закона [9, С. 13].

Низкий уровень предоставляемых услуг, несоответствие цены и качества, недостаток профессионалов в сфере туризма и услуг, ограничение информации и отсутствия рекламной поддержки – все это тормозит развитие Крыма как туристского центра [18]. Однако природные ресурсы полуострова, богатое историческое наследие, многолетний опыт в сфере лечения и оздоровления в сочетании с высоким уровнем сервиса и соответствием ожиданий потребителя способны вывести регион на передовые позиции [11].

Председатель комитета Госсовета РК по курортно-туристической отрасли Алексей Черняк уверен, что успех санаторно-курортной отрасли связан с функционированием санаториев в межсезонье [13].

Конкурентоспособность санаторно-курортного комплекса Республики Крым, по сравнению с другими регионами Российской Федерации, не занимает лидирующих позиций, несмотря на то, что данная отрасль рассматривается в качестве приоритетной. Это связано с неудовлетворительным качеством предоставляемых услуг санаторно-курортной сферы. Однако следует отметить, что согласно данным рейтингового агентства RAEX (эксперт РА) одна из здравниц Крыма вошла в десятку самых инвестиционно-привлекательных предприятий (Mriya Resort & Spa (ООО «Гарант-СВ») (4 место).

В соответствии с Федеральным Законом от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» разработана Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополь до 2020 года» (утвержденная Постановлением Правительства РФ от 11.08.2014 г. №790), которая определяет потенциал, цели и задачи перспективного развития санаторно-



курортного и туристского комплекса в Республике Крым, в том числе и Ялтинского региона. Основная цель данной программы — формирование современного международного туристского центра Российской Федерации, который будет соответствовать основным критериям: круглогодичность, востребованность, конкурентоспособность.

В ходе разработки целевой программы были выявлены конкурентные преимущества санаторно-курортного комплекса Крыма, а именно: уникальное географическое положение; наличие природно-климатических условий, культурно-исторического наследия и самобытности, благоприятных для рекреации, оздоровления и туризма; сложившаяся многопрофильная сеть санаториев, здравниц и пансионатов; применение высокоэффективных методик санаторно-курортного лечения; высокий рейтинг региона в медико-климатическом зонировании [10].

Республика Крым обладает уникальным потенциалом для развития туризма, в том числе лечебно-оздоровительного. Именно в Ялтинском регионе сосредоточена основная емкость санаторно-курортных организаций. По сравнению с аналогичными курортами России, материально-техническая база рекреационных учреждений, ассортимент и качество предоставляемых услуг за последние годы значительно ухудшились [16].

Таким образом, санаторно-курортный и туристский сектор в Крыму требует обязательного реформирования, которое должно заключаться, прежде всего, в преодолении кризисных тенденций в отрасли; формировании предпосылок для создания конкурентоспособного, круглогодичного, рекреационного комплекса в качестве основного бюджетобразующего сектора экономики Республики Крым, а также обеспечении на этой основе комплексного развития курортных регионов Крыма при условии сохранения экологического равновесия и культурного наследия; диверсификации туристского продукта и развитие новых сегментов рынка предоставляемых услуг; использовании программно-целевого метода при прогнозировании, планировании и организации деятельности в санаторно-курортном и туристском секторе [16].

Безусловно, Крым является одним из главных курортных регионов России, поэтому необходимость развития региона в туристической сфере очевидна не только для специалистов отрасли, но и для руководства страны.

#### Список использованных источников

1. Статистическое исследование туристской отрасли в Республике Крым: монография / Е.А. Егорова, О.В. Кучмаева, О.Л. Петяркова, О.А. Махова, П.А. Смелов, Н.Д. Эпштейн. – М. : Издательство «Русайнс», 2015. – 316 с.
2. Сайбель, Н. Ю. Современное состояние и перспективы развития туристского рынка в Республике Крым [Текст] / Н.Ю. Сайбель, А.Е. Потапова // Молодой ученый. – 2016. – №. 9. – С. 705-708.
3. Першина А.В., Кепплъ О.И. Проблемы и перспективы развития туризма в России и Крыму // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 4. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11208> (дата обращения: 27.08.2017).
4. Емелин, С. В. Проблемы и перспективы развития туристической отрасли Республики Крым и г. Севастополя на современном этапе её развития [Текст] / С.В. Емелин // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. – 2016. – С. 249-253.
5. Новикова, Е.В. Рекреационный потенциал и развитие бальнеологического туризма на Южном берегу Крыма, на примере «ФГБУ «Санаторий «Южный» // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/63124> (дата обращения: 27.08.2017).
6. Олифир, Д.И. Туристско-рекреационная сфера Республики Крым: уровень развития, современное состояние и дальнейшие перспективы // Псковский регионологический журнал. – 2015. – № 22 / [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnaya-sfera-respubliki-krym-uroven-razvitiya-sovremennoe-sostoyanie-i-dalneyshie-perspektivy> (дата обращения: 25.08.2017).
7. Тимиргалеева, Р.П., Куц, Т.В. Проблемы и перспективы взаимодействия санаторно-курортного и туристского комплексов Республики Крым // Таврический научный обозреватель – 2016. – № 2 (7) / [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-vzaimodeystviya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksov-respubliki-krym> (дата обращения: 21.08.2017).
8. Matushevskaya E.A. The tourism cluster of the Republic Crimea and Sevastopol in the context of investment attractiveness // Regional Economy. South of Russia. 2017 № 2 (16) / [Электронный ресурс]. – URL: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2017.2.6> (дата обращения: 20.08.2017).
9. О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях Республики Крым: Закон Республики Крым от 28 января 2015 г., № 76-ЗРК // Ведомости Государственного Совета Республики Крым. – 2015.
10. Найдина, Е.И. Стратегические приоритеты развития санаторно-курортной отрасли Крыма: журнал Культура народов Причерноморья [Текст] / Е.И. Найдина, Л.И. Баранова. – 2012. – №229. – С. 59-61.
11. Анализ деятельности санаторно-курортного комплекса АР Крым и перспективы его развития // Анализ деятельности санаторно-курортного комплекса АР Крым и перспективы его развития. / [Электронный ресурс]. – URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/rogachenko.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/rogachenko.htm) (дата обращения: 26.08.2017).
12. В Крыму официально посчитали туристов – места есть // Новый день. Главные новости / [Электронный ресурс]. – URL: <https://newdaynews.ru/crimea/610668.html> (дата обращения: 27.08.2017).

13. Крыму придаётся стратегически важное значение в круглогодичном оздоровлении россиян // Крымская газета / [Электронный ресурс]. – URL: <https://gazetacrimea.ru/news/centr-zdorovogo-prityajeniya-24188> (дата обращения: 27.08.2017).
14. О развитии санаторно-курортного и туристического комплекса Республики Крым // Живая карта / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.2r.ru/articles/271> (дата обращения: 27.08.2017).
15. Особенности функционирования санаторно-курортного комплекса // CYBERLENINKA / [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-sanatorno-kurortnogo-kompleksa> (дата обращения: 27.08.2017).
16. Проблемы и перспективы взаимодействия санаторно-курортного и туристского комплексов республики Крым // Таврический научный обозреватель / [Электронный ресурс]. – URL: <http://tavr.science/stat/2016/02/Timirgaleeva-Kuts.pdf> (дата обращения: 27.08.2017).
17. Санатории Крыма // SanKрым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://sankrym.ru/?status=error> (дата обращения: 27.08.2017).
18. Санаторно-курортный отдых в Крыму // Пятифан / [Электронный ресурс]. – URL: <http://5fan.ru/wievwjob.php?id=96725> (дата обращения: 26.08.2017).
19. Справочная информация о количестве туристов, посетивших республику Крым за январь-июль 2017 года // Министерство курортов и туризма Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://mtur.rk.gov.ru/> (дата обращения: 27.08.2017).

УДК 338.48(477.6)

**Мишечкин Г.В.**, к.ист. н., доцент,  
доцент кафедры туризма  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
**Голубничая С.Н.**, к.б.н., доцент  
доцент кафедры туризма  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк

#### **АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ СЕВЕРНОГО ПРИАЗОВЬЯ: ПОТЕНЦИАЛ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

**Мишечкин Г.В., Голубничая С.Н. Археологические туристские ресурсы Северного Приазовья: потенциал и проблемы использования.** В работе анализируются археологические туристские ресурсы Северного Приазовья. Подчеркивается значительный потенциал для развития археологического туризма, указываются проблемы вовлечения его в сферу туризма, а также предлагаются пути усовершенствования развития туристической сферы в регионе.

**Mishechkin G.V., Golubnichaya S.N. Archaeological tourist resources of Northern Azov: potential and problems of using.** The archaeological tourist resources in Northern Azov are analyzed in the work. Considerable significant potential for development of archaeological tourism, the problems of involving of potential are specified in the sphere of tourism and also ways to improve development of tourism in the region are offered.

**Ключевые слова:** туристские ресурсы, историко-культурные туристские ресурсы, археологические туристские ресурсы, археологический туризм, туристическая сфера, антропогенное влияние.

**Постановка проблемы.** Современное общество трудно представить себе без туристской сферы. С каждым годом она становится многограннее, диверсифицируется туристский продукт, растут качественные и количественные показатели, расширяется география туризма. Самостоятельный пласт туристских ресурсов любого региона составляют историко-культурные ресурсы. Последние, в свою очередь, подразделяются на историко-архитектурные, этнографические, фольклорные, биосоциальные и т.д.

Среди историко-культурных туристских ресурсов все большую популярность набирают археологические. Как правило, специалисты выделяют две основные формы археологического туризма – активную и пассивную. Под активной формой понимается процесс непосредственного участия туристов в археологических раскопках, получение подлинного опыта «из первых рук». Пассивная форма предполагает ознакомление туристов с памятниками археологического наследия.

Как нами указывалось выше, все больше регионов земного шара вовлекаются в сферу туризма. Во второй половине XX века Северное Приазовье превратилось в территорию, на которой стал развиваться массовый туризм. Подавляющее большинство посетителей данного региона составляли отечественные туристы.

Северное Приазовье – уникальный уголок Европы. Как правило, к нему относят южные районы Запорожской области (Бердянський, Приморський, Приазовський, Мелитопольський, Акимовський) и Донецкого региона (территории контролируемые Украиной и Донецкой Народной Республикой – Новоазовський, Першотравневий

(Мангушский), Володарский (Никольский), Тельмановский, Старобешевский, Волновахский, Амвросиевский, г. Мариуполь), а также юго-западную часть Ростовской области Российской Федерации (Азовский, Мясниковский, Неклиновский районы, г. Таганрог). Заметим, что это условные границы Северного Приазовья, которых мы будем придерживаться в работе.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблематика развития археологического туризма привлекала внимание как отечественных, так и зарубежных специалистов [1-6, 20, 21]. Ценная информация об общем потенциале для развития археологического туризма в России содержится в отчетах «Культурно-историческое наследие России в контексте культурно-познавательного проекта «Великий шелковый путь» и «Исследование перспективных форм использования объектов культурного и природного наследия России в туристических и рекреационных целях...» [7, 8]. Специалисты подчеркивают, что Россия обладает огромным археологическим туристским потенциалом, который используется явно недостаточно, к тому же преобладает пассивная форма археологического туризма [8, С. 17]. При этом указывают на серьезную угрозу для памятников археологии со стороны неподготовленных туристов [8, С. 16].

Отдельные компоненты и аспекты изучаемой проблемы получили отражение в ряде работ, посвященных непосредственно развитию туризма в Северном Приазовье [9-11]. Однако в указанных исследованиях археологическому туристскому потенциалу региона отводится незначительное место. Комплексного освещения проблема потенциала и использования археологических туристских ресурсов названного региона фактически не получила.

Учитывая вышесказанное, в работе поставлена **цель**: попытаться выявить и проанализировать потенциал археологических туристских ресурсов Северного Приазовья, определить проблемы их использования в сфере туризма, а также предложить пути совершенствования развития туристической сферы данного региона.

**Изложение основного материала.** На территории Северного Приазовья обнаружены древнейшие захоронения, пещеры с наскальными рисунками, редчайшие артефакты. Среди памятников археологии следует назвать, прежде всего, палеолитические стоянки у с. Носово Неклиновского района Ростовской области (Мураловка), Амвросиевское костыще, стоянки Каменная Балка-1 и Каменная Балка-2 Мясниковского района Ростовской области и т.д.

Среди неолитических археологических памятников наиболее известным является Мариупольский могильник. С 10 августа по 15 октября 1930 г. знаменитый советский ученый Н.Е. Макаренко производил раскопки могильника. Хотя поначалу территория Северного Приазовья, по мнению ученого, слишком большого интереса для науки не представляла: «Начиная с Ясиноватой на севере, и к берегам Азовского моря эта местность неизвестна в отрасли достопримечательностей материальной культуры» [12, с. 42]. Тем не менее, именно деятельность Н.Е. Макаренко привнесла интерес научной общественности к Северному Приазовью [13, с. 87 – 91].

Большой интерес для современных туристов могут вызвать аланские захоронения (Старобешевский район), а пояс «Каменных Могил» (Володарский район) выступал своеобразным перекрестком мира. Напомним, что Северное Приазовье являлось оживленным и густонаселенным западным центром Великого Шелкового Пути.

В советский период Постановлением Совета Министров УССР от 21.07. 1965 № 711 были определены 142 памятника археологии республиканского значения. Из них только 4 были локализованы на территории Донецкой и Запорожской областей. Кроме того, 3 памятника из 4 не находились в Приазовье. И только заповедник «Каменная Могила» (Мелитопольский район Запорожской области) – уникальный памятник древности – вошел в указанный выше перечень.

Постановлением Кабинета Министров Украины от 27. 12. 2001 № 1761 был определен Государственный реестр памятников археологии национального значения. В табл.1 представлены реестровые памятники археологии Северного Приазовья.

Таблица 1.

**Перечень приазовских памятников археологии национального значения, внесенных в Государственный реестр Украины в 2001 г.**

Наименование памятника археологии	Местонахождение
1. Амвросиевское костыще	Донецкая область, г. Амвросиевка
2. Курганный могильник	Донецкая область, Старобешевский район, с. Колоски
3. Курганный могильник Могила Черная	Донецкая область, Старобешевский район, с. Петровское
4. Курганный могильник	Донецкая область, Тельмановский район, с. Гранитное
5. Курганный могильник Могила Черная	Донецкая область, Тельмановский район, с. Федоровка
6. Курганный могильник Поповские Могилы	Запорожская область, Бердянский район, с. Берестовое
7. Курганный могильник Канат-могила	Запорожская область, Бердянский район, с. Крымка
8. Государственный историко-археологический заповедник «Каменная Могила»	Запорожская область, Мелитопольский район, с. Мирное

В 2009 г. Кабинет министров Украины обнародовал постановление «О занесении объектов культурного наследия национального значения в Государственный реестр недвижимых памятников Украины» (№ 928 от 03.09.2009 г.). В нем количество приазовских памятников археологии национального значения не изменилось. Однако, заповедник «Каменная Могила» стал именоваться культовым комплексом [14]. Украинская сторона выдвинула его кандидатом в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Национальный (с 2008 г. заповедник получил такой статус) историко-археологический заповедник «Каменная Могила» представляет особый интерес для туристов историко-культурного направления (недалеко от г. Мелитополь, Запорожская область, Украина). По данным сайта заповедника его среднегодовая посещаемость составляет около 30 тыс. чел. По мнению российского археолога А.Г. Кифишина, Каменная Могила – древнее сакральное место, один из старейших очагов цивилизации на планете [15]. Данная точка зрения не признана в широких научных кругах, однако может послужить «приманкой» для туристов. Потенциальные туристические возможности данной территории достаточно большие, у нее есть почти все (разве что кроме соответствующей рекламы, транспортной и гостиничной инфраструктуры) для того, чтобы превратиться в Азовский Стоунхендж [16]. Однако, на сегодняшний день Каменная Могила известна специалистам и узкому кругу любителей древности.

Ростовская часть Северного Приазовья не отстала от «украинских собратьев». Указом Президента Российской Федерации № 176 от 20.02. 1995 г. два памятника археологии Городище «Танаис» и «Археологический музей-заповедник «Танаис»» были отнесены к памятникам – объектам федерального значения. Последний в феврале 2009 г. стал официальным кандидатом в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. По официальным данным за досанкционные 2011-2012 гг. среднегодовая посещаемость музея-заповедника составила 69, 7 тыс. чел. [17].

Музей-заповедник «Танаис» находится у хутора Недвиговка в Мясниковском районе Ростовской области, на границе с Неклиновским районом. Расположен в 30 км. от Ростова-на-Дону, территория составляет 3 тыс. га. Музей объединяет памятники различных эпох: от палеолита до архитектуры XIX в. Танаис – самый северный пункт греческой цивилизации. В средние века стал итальянской торговой факторией Таной, с начала венецианской, а позже генуэзской. До того момента как город был разрушен Тамерланом представлял собой один из перевалочных пунктов Великого Шелкового пути.

Значение Танаиса как крупного объекта культурного наследия не только Северного Приазовья, но и всей России особенно выросло после принятия Всемирной туристической организацией (ЮНВТО) программы «Туризм на Шелковом пути», стартовавшей в 1993 г. на Генеральной ассамблее ООН в Индонезии. Цель программы – развитие сотрудничества в области маркетинга, разработка совместного туристского продукта, сохранение культурного и природного наследия в регионах. В 1994 г. 19 стран приняли Самаркандскую декларацию о развитии туризма на этой исторической трансконтинентальной магистрали [7].

Министерство культуры РФ начало реализацию масштабного проекта «Великий Шелковый путь». Проект предполагает разработку новых турмаршрутов по территории России, с последующим их включением в международную программу «Туризм на Шелковом пути». В рамках программы представляют интерес действительно выдающиеся археологические памятники: древние городища, культовые фортификационные сооружения, жилые постройки, места стоянок караванов, образцы археологического текстиля, украшения, клады монет и др. [7, С. 17].

В 2015 г. еще несколько объектов приазовской части Ростовской области – памятников археологии – получили статус объектов федерального значения, что наглядно продемонстрировано в таблице 2 [18].

Таблица 2.

**Объекты культурного наследия Ростовской области  
(Азовский и Неклиновский районы),  
внесенные в единый государственный реестр в 2015 г.  
(памятники археологического наследия)**

	<b>Название объекта</b>	<b>Местонахождение</b>	<b>Подтверждающий документ</b>	<b>Регистрационный номер</b>
1.	Курганный могильник Петровка- I	Ростовская область, Азовский район, 326 м к ЮВ от х. Петровка	Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 22.04.2015 № 1079	611440084450006
2.	Курганный могильник Новомирский-I	Ростовская область, Азовский район 2900 м к ЮВ от п. Новомирский	Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 22.04.2015 № 1080	611440087450006
3.	Самбекское городище	Ростовская область, Неклиновский район 2228 м к ЮЮЗ от с. Вареновка	Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 29.04.2015 № 1345	611440157750006
4.	Многослойное поселение Чумбурки-I	Ростовская область, Азовский район 728 м к с. Маргаритово	Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 21.04.2015 № 988	611440087390006

Следует отметить, что на территории Юга России (Южный и Северо-Кавказский федеральные округа) преобладают объекты археологического наследия (федерального, регионального и муниципального значения), которые составляют 53 % от общего количества историко-культурных памятников [8, С. 129]. В Ростовской области доля объектов археологического наследия среди общего количества историко-культурных памятников составляет 85, 75 % [8, С. 123]. По этому показателю данный субъект РФ входит в первую пятерку регионов. К сожалению 46 объектов археологического наследия Ростовской области находятся в неудовлетворительном состоянии [8, С. 161].

Нельзя не отметить еще один интересный момент. По мнению норвежского исследователя Т. Хейердала, Северное Приазовье – родина скандинавов, а еще точнее, норвежской королевской династии. А на месте современного Азова находился священный город викингов – Асгард [19]. Против последних утверждений выступает широкий круг историков-профессионалов. Однако, туризм – специфический род человеческой деятельности, в которой наука переплетается с легендами, преданиями, сказками.

**Выводы и предложения.** Таким образом, на территории Северного Приазовья насчитывается 14 памятников археологического наследия федерального и национального значения (6 – в РФ, 8 – в Украине и ДНР). Памятников археологии регионального и муниципального значения – тысячи (только в ДНР их насчитывается около 1500 ед.). Данная территория обладает значительным археологическим туристским потенциалом, который, по нашему мнению, до конца не учтен и не систематизирован, используется далеко не на полную мощность.

Для того чтобы вовлечь богатый археологический потенциал региона в сферу туризма, по нашему мнению, следует решить такие первоочередные задачи: усилить работу по поставке археологических памятников на государственный учет; создать научно-методическую базу, а также специальную государственную программу по музеефикации памятников археологии; при разработке каких-либо проектов нужно учитывать антропогенное влияние на памятники археологического наследия.

#### Список использованных источников:

1. Агаркова-Лях, И.В. Греко-скифское городище Кара-Тобе – перспективный центр развития туризма в Западном Крыму [Текст] / И.В. Агаркова-Лях // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «География». – Том 25 (64). – 2012. – № 4. – С. 70-77.
2. Анисимова, В.В. Археологический туризм как перспективное направление развития туризма в Краснодарском крае [Текст] / В.В. Анисимова, И.А. Романова, М.Л. Некрасова // Инновации в науке: сб. ст. по матер. LXII междунар. науч.-практ. конф. № 10(59). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 85-95.
3. Бобров, В.В. Использование археологических памятников в системе экомузеев [Текст] / В.В. Бобров // Проблемы охраны и использования историко-культурного наследия Сибири. Кемерово, 1996. – С. 100-106.
4. Винокурова, Е.Е. Археологический туризм в Республике Саха (Якутия) [Текст] / Е.Е. Винокурова, А.Е. Тарасов // Инновационная наука. – 2015. – № 11. – С. 100-102.
5. Горбунова, Т.Г. Современные направления актуализации культурного наследия [Текст] / Т.Г. Горбунова // Обсерватория культуры. – 2010. – № 4. – С. 54-58.
6. Кавешникова, Е.А. Формирование археологического и палеонтологического туризма в Кемеровской области [Текст] / Е.А. Кавешникова // Вестник КемГУКИ. – 2016. – № 35. – С. 73-78.
7. Культурно-историческое наследие России в контексте культурно-познавательного проекта «Великий шелковый путь». Отчет. / Руководитель проекта: доктор педагогических наук, доцент Грусман В. М., Авторский коллектив: к. культурологии Герасименко Е. Е. (руководитель авторского коллектива, научный редактор), доктор исторических наук Дмитриев В.А. (научный редактор). – СПб: Министерство культуры РФ; Российский этнографический музей, 2013. – 574 с.
8. Отчет о научно-исследовательской работе по теме: «Исследование перспективных форм использования объектов культурного и природного наследия России в туристических и рекреационных целях, разработка рекомендаций по совершенствованию объектов для повышения их конкурентоспособности на глобальном рынке (заключительный)» / Руководитель темы С.Ю. Житенев. – М.: Российский НИИ культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева, 2013. – 491 с.
9. Голубничая, С.Н. Развитие туризма в Приазовском регионе: опыт, проблемы и перспективы [Текст] / С.Н. Голубничая, Г.В. Мишечкин // Туризм в современном мире. Проблемы и перспективы: сборник работ по материалам четвертой международной заочной научно-практической конференции (г. Тула, 8 ноября 2016 г.). Тула: ТулГУ, 2016. – С. 81-86.
10. Мишечкин, Г.В. Туристско-рекреационные ресурсы побережья Азовского моря: опыт использования и перспективы [Текст] / Г.В. Мишечкин, С.Н. Голубничая // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. трудов. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С. 120-123.
11. Савенко, В.Н. Возможности развития туристической деятельности в Северном Приазовье [Текст] / В.Н. Савенко // Проблемы информатизации рекреационной и туристической деятельности в Украине: перспективы культурного и экономического развития. – Трускавец, 2000. – С. 238-243.
12. Макаренко, Н.Е. Мариупольский могильник [Текст] / Н.Е. Макаренко. – К.: Издательство ВУАН, 1933. – 151 с. (на укр. языке).
13. Соколова, П.Ю. Исследования Н.Е. Макаренко в Северном Приазовье в 30-е гг. XX в. [Текст] / П.Ю. Соколова // Вестник Мариупольского государственного университета. Серия: История. Политология. – 2012. – Вып. 4-5. – С. 87 – 91.

14. Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Кабінет Міністрів України; Постанова, Перелік від 03.09.2009 № 928 / [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/928-2009/page> (дата звернення 20.08.2017).
15. Кишин, А.Г. Древнее святилище Каменная Могила. Опыт дешифровки протошумерского архива XII-III тысячелетий до н. э. В 7 томах. Том 1 / Науч. ред. Л. И. Акимова [Текст] – К.: Арагта, 2001. – 872 с.
16. Заповідник «Кам'яні Могили – природна і духовна святиня України» / Укр. степ. прир. заповідник НАН України: Сіренко В.О. – К.: Зелена планета, 2005. – 84 с.
17. Посещаемость музеев РФ / [Электронный ресурс]. – URL: [mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2013/06\\_12\\_2013\\_13.doc](http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2013/06_12_2013_13.doc) (Дата обращения: 01.06.2017).
18. Перечень объектов культурного наследия Ростовской области, зарегистрированных в едином государственном реестре объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации. Объекты археологического наследия / [Электронный ресурс]. – URL: <http://mkro.donland.ru/Default.aspx?pageid=94316> (Министерство культуры Ростовской области) (Дата обращения: 01.09.2017).
19. Т. Хейердал, П. В погоне за Одним [Текст] / Т. Хейердал, П. Лиллиестрем. – М.: Менеджер, 2008. – 432 с.
20. Comer D. C., Willems W. J. H. Tourism and archaeological heritage // ICOMOS . Paris. 2011. – P. 506-518 / [Электронный ресурс]. – URL: [http://openarchive.icomos.org/1208/1/III-1-Article2\\_Comer\\_Willems.pdf](http://openarchive.icomos.org/1208/1/III-1-Article2_Comer_Willems.pdf) (дата обращения: 15.09.2017).
21. Mazzola B. J. Archaeological Tourism Opportunity Spectrum: experience based management and design as applied to archaeological tourism / Utah State University, 2015. 94 p. / [Электронный ресурс]. – URL: <http://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1539&context=gradreports> (дата обращения: 11.09.2017).

УДК 338.48

**Морозова В.В.**, к.г.н., доцент  
кафедры социально-экономической  
географии и туризма ФГБОУ ВО  
«Ярославский государственный педагогический  
университет им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль  
**Кондакова Т.Ю.**, к.г.н.  
заведующий кафедрой  
социально-экономической географии и туризма,  
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный  
педагогический университет им. К.Д. Ушинского»,  
г. Ярославль

## ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ: ИЗ ОПЫТА ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫХ ПРАКТИК СТУДЕНТОВ

**Морозова В.В., Кондакова Т.Ю. Образовательный туризм в Крыму: из опыта проведения комплексных практик студентов.** В статье рассматриваются и оцениваются разнообразные возможности Крымского полуострова для развития образовательного туризма. Приводится его комплексное значение для проведения практик для студентов географических и туристических направлений.

**Morozova V.V., Kondakova T.Y. Educational tourism in the Crimea: from the experience of the comprehensive training of students.** The article examines various possibilities of the Crimean Peninsula for the development of educational tourism. It provides comprehensive value for conducting practices for students in geography and tourism destinations.

**Ключевые слова:** образовательный туризм, ресурсная составляющая, образовательная уникальность Крыма

Туристический продукт образовательного туризма включает образовательные туры и экскурсии, целью которых является выполнение заданий, определенных учебными программами образовательных учреждений. Однако с нашей точки зрения элементы образования должны содержаться во всех видах туризма, поскольку одна из главных функций туризма, наряду с рекреационной, познавательная.

Для учебных практик и учебных туров, являющихся составной частью образовательного туризма, природные условия и ресурсы, места проведения и посещения имеют основополагающее значение. Ресурсы образовательного туризма должны обладать рядом отличительных признаков. А именно они должны быть привлекательны, разнообразны, информационно насыщенны, экологичны, социально- и природно-значимы. В то же

время они должны быть доступны. Особое место в ресурсной составляющей образовательного туризма занимают природные условия и туристские ресурсы.

Республика Крым является уникальным регионом, на территории которого соединены богатые природные и историко-культурные ресурсы, являющиеся базой для развития различных видов туризма, в том числе и образовательного.

Выгодное экономико-географическое положение Республики Крым расположенной на территории Крымского полуострова, между 44 и 46 градусом северной широты и 32 и 36 градусом восточной долготы, наличие равнинного и горного рельефа, предопределяет большое разнообразие природных ресурсов на столь небольшой по площади территории. Омывающие полуостров моря дополняют природную уникальность республики [1].

Эти факторы позволяют проводить в Крыму учебные практики, учебные образовательные туры для студентов, обучающихся на направлениях естественно-географического профиля в вузах России.

Ресурсная составляющая для комплексных практик по географии в Крыму для студентов, обучающихся по направлению 05.03.02 География.

Одним из видов учебной деятельности студентов, обучающихся по направлению 05.03.02 География являются комплексные практики, которые проводятся в шестом семестре. Цель практик закрепить знания по различным направлениям географической науки, полученным студентами в течении шести семестров. Студенты изучают такие дисциплины как Физическая география и ландшафты России, Экономическая и социальная география России, Социальная география, Основы туризма, Страноведение и многие другие.

Учитывая это на естественно-географическом факультете ФГБОУ ВО «ЯГПУ им. К.Д. Ушинского» организуются комплексные практики, география которых охватывает различные регионы Европейской части России. В июле 2017 г. студенты направления подготовки 05.03.02 «География» и направления подготовки 43.03.01 «Сервис» ЯГПУ им. К.Д. Ушинского проходили комплексную практику, которая включала знакомство с туристическими ресурсами Юга Краснодарского Края и республики Крым. Практика была организована в виде автобусного тура, маршрут которого начинался и заканчивался в г. Ярославль. Ниже приведена краткая программа тура:

Первый день. Отъезд из г. Ярославль. Путевая учебная экскурсия по маршруту следования Ярославль-Москва-Воронеж. Тема путевой учебной экскурсии «Ландшафты и социально-экономическая география Центральной России и Юга России».

Второй день. Прибытие в город Анапа. Размещение в кемпинге на территории санаторно-оздоровительного комплекса (СОК) «Анапа-Нептун» Знакомство с сервисными услугами СОК «Анапа-Нептун». Обзорная учебная автобусно-пешеходная экскурсия по городу Анапа. Автобусная экскурсия в этнографический комплекс «Казачья станция «Атамань».

Третий день. Выезд в порт «Кавказ» с посещением смотровой площадки «Строительство Керченского моста»; грязевого вулкана Тиздар. Путевая учебная экскурсия – «Гидрография Черного и Азовского морей». Паромная переправа на полуостров Крым. Размещение в Керчи.

Четвертый день. Выезд в г. Бахчисарай. Учебная путевая экскурсия по маршруту Керчь-Феодосия-Бахчисарай на тему: «История освоения ландшафтов Крыма». Пешеходная учебная экскурсия в пещерный город Чуфут-Кале. Тема экскурсии: «Пещерные города Крыма: история, современное использование в туризме». Обзорная пешеходная учебная экскурсия по городу Бахчисарай с посещением Ханского дворца-музея, музея «Крым в миниатюре». Тема экскурсии: «История освоения и современное социально-экономическое состояние Бахчисарайского района. Услуги гостеприимства в Бахчисарае». Переезд до пос. Соколиное. Размещение на туристической базе «Орлиный залёт» с. Соколиное.

Пятый день – седьмой день. Поселок Соколиное. Радиальные выезды и походы на Ай-Петри, в г. Севастополь в Большой Каньон Крыма. Знакомство с ландшафтами туристическими ресурсами горного Крыма, с историко-культурными ресурсами г. Севастополь.

Восьмой день. Отъезд из пос. Соколиное. Переезд до пос. Солнечногорское с посещением Воронцовского дворца, г. Алушты. Путевая экскурсия. Природные условия и ресурсы Южного берега Крыма. Ночлег в пос. Солнечногорское.

Девятый день. Отъезд из пос. Солнечногорское переезд в поселок Коктебель с заездом в пос. Новый Свет, в г. Судак. Экологическая экскурсия по Голицынской тропе. Экскурсии по маршруту: «Виноделие Крыма», «Геологические памятники Крыма». Ночлег в пос. Коктебель.

Десятый день. Экскурсия по пос. Коктебель. Знакомство с ландшафтами заповедника Кара-Даг.

Одиннадцатый – двенадцатый день. Выезд в порт Крым с заездом в г. Керчь. Экскурсии по маршруту на темы: «Транспортная сеть республики Крым» и «Ландшафты степного Крыма». Обзорная экскурсия по г. Керчь с посещением Музея обороны Аджимушкайских каменоломен. Паромная переправа. Переезд в Ярославль.

При составлении программы маршрута мы постарались охватить наиболее значимые с точки зрения цели практики места и объекты территории Крыма, возможность посещения которых за столь небольшой срок определялась мобильностью группы благодаря наличию собственного автобуса. В ходе практики студенты познакомились с природными и экономическими условиями республики Крым. Осмотрели наиболее известные туристические ресурсы Горного Крыма и Южного берега Крыма. Узнали о славных страницах героической истории г. Севастополя.

Подобные туры могут быть частью комплексного туристического продукта республики Крым. Программа их может быть модифицирована под различные возрастные и целевые аудитории. Природный и культурно-исторический потенциал республики позволяют проводить на его территории комбинированные образовательные туры различные по тематике, продолжительности, по видам деятельности. В частности, интересным с точки зрения познавательной, рекреационной и активной составляющей будет являться комбинированный автобусно-пешеходный тур, включающий активный трех-четырёх-дневный поход, по одному из существующих еще с Советских времен маршрутов по горному Крыму.

Образовательный туризм в Крыму имеет достаточно давнюю историю. Его основы заложены с конца XIX века [2]. В годы СССР в Крыму функционировала развитая сеть разнообразных туристических маршрутов (пешеходных, автомобильных, автобусных), которые проходили практически по всему полуострову. Крым был «туристической Меккой» для школьных, студенческих и других социальных групп. Практики студентов из различных вузов СССР, которые проводились в Крыму были достаточно частым явлением. После распада Союза и перехода к рыночной экономике материальная база особенно активного туризма, не получая должной поддержки государства практически была разрушена. Сегодня Крым обладая как уже отмечалось, богатым природно-ресурсным потенциалом для развития образовательного туризма к сожалению, не располагает хорошей инфраструктурной базой. В республике недостаточно бюджетных средств размещения, особенно на южном берегу Крыма. Недостаточно хороших путеводителей, комплексных туристических и географических карт, которые являются информационной базой для организации образовательных туров. Много предстоит еще поработать в области наземной туристической навигации и информационных туристических центров в городах. Вместе с тем пуск в действие моста через Керченский пролив и скоростной автотрассы «Таврида» помогут активно развиваться в Республике Крым наряду с рекреационным и экскурсионным туризмом и такому его весьма перспективному во всех отношениях виду как образовательный туризм.

#### Список использованных источников:

1. Багров, Н.В. Тенденции развития индустрии отдыха (на примере рекреационной системы Крыма) [Текст] / Н.В. Багров // Вопросы географии. Сб. 112. Размещение хозяйства и научно-техническая революция. – М. : Мысль, 1979. – С. 87–96.
2. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – М., 1997–2011. – URL: <http://slovari.yandex.ru/книги/БСЭ>.

УДК 551.524.3(551.582)

**Нагай Н.Г.**, к.э.н., доцент  
доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства  
ИСОиП (филиал) ФГБОУ ВО «ДГТУ»,  
г. Шахты  
**Шитова Е.С.**, обучающаяся 3 курса  
направления подготовки «Туризм»  
ИСОиП (филиал) ФГБОУ ВО «ДГТУ»,  
г. Шахты<sup>©</sup>

#### МАРШРУТ «СЕРЕБРЯНАЯ ПОДКОВА ДОНА» КАК БРЕНДОВЫЙ МАРШРУТ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**Нагай Н.Г., Шитова Е.С. Маршрут «Серебряная подкова Дона» как брендовый маршрут Ростовской области.** Произведен анализ соответствия маршрута «Серебряная подкова Дона» требованиям, предъявляемым Ассоциацией туроператоров России к брендовым маршрутам. Сделан вывод о том, что данный маршрут может стать основой для формирования брендового маршрута Ростовской области. Определены перспективные направления дальнейшего совершенствования маршрута.

**Nagai N.G., Shitova E.S. The route «Silver Horseshoe Don» as a brand route of the Rostov region.** An analysis was made of the correspondence of the route «Silver Horseshoe Don» to the requirements of the Association of Russian tour operators for brand routes. The conclusion is made that this route can become the basis for the formation of the brand route of the Rostov region. Prospective directions for further improvement of the route have been determined.

**Ключевые слова:** туризм в Ростовской области, брендовый маршрут, «Серебряная подкова Дона».

**Постановка проблемы.** Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года приоритетным направлением развития выделяет сферу внутреннего и въездного туризма [1]. В связи с этим, Ассоциация туроператоров России предложила регионам в рамках политики развития въездного и внутреннего туризма создать брендовые маршруты.



Брендовый маршрут – это маршрут (турпродукт), продвигающий культурно-познавательное наследие конкретного региона, отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность, регулярность, целостность, завершенность, соответствие стандартам услуг.

Не каждый заново созданный или действующим маршрут может стать брендовым. К такому типу маршрута предъявляются особые требования.

**Изложение основного материала.** Брендовый маршрут может быть региональный, то есть проходить по территории одного региона, и межрегиональным, то есть проходить по территории двух и более субъектов федерации.

Брендовый маршрут должен включать в себя перевозку туристов по маршруту (транспорт должен быть в исправном состоянии, соответствовать всем требованиям, предъявляемым по технике безопасности, комфортным для туристов), их размещение в гостиницах и иных средствах размещения (туристы должны иметь выбор при бронировании тура, в какой гостинице они будут проживать), экскурсионные (экскурсии должны быть информативными и соответствовать возрастному составу группы, численность группы от 10 человек) и другие виды услуг.

При проектировании брендового маршрута, программа тура должна составляться таким образом, чтобы туристы имели возможность присоединиться к группе на любом пункте данного маршрута (например, тур выходного дня).

Все объекты посещения брендового маршрута (музеи, памятники, средства размещения, предприятия питания и т.п.) должны быть взаимосвязаны между собой и отражать местный колорит региона.

Продолжительность регионального брендового маршрута должна составлять от 2-х до 5-ти дней. Продолжительность межрегионального брендового маршрута – до 7 дней.

Каждый маршрут, претендующий на статус брендового должен пройти оценку комитета по реализации программы импортозамещения при Экспертном совете по развитию туризма Министерства культуры Российской Федерации. В настоящее время на территории Российской Федерации зарегистрированы и утверждены Комиссией по импортозамещению 26 брендовых маршрутов [2].

В Ростовской области уже более 15 лет активно продвигается и реализуется маршрут «Серебряная подкова Дона», в рамках которого туристам предлагается посетить города: Таганрог, Танаис, Азов, Ростов-на-Дону, Новочеркасск, Старочеркасск, Аксай, Зерноград, Веселый, Целина, Пролетарск, Сальск, Семикаракорск, Шахты, Константиновск, Раздорская, Кочетовская, Цимлянск, Романовская, Белая Калитва, Каменск-Шахтинский, Морозовск, Миллерово, Вешенская [3].

«Серебряная подкова Дона» соединяет важнейшие туристские центры Ростовской области. Он включает в себя познавательный, водный, экологический, сельский, этнографический и другие виды туризма. В настоящее время данный маршрут является разработанным и не только активно продвигаемым (на многих сайтах, посвященных туризму Ростовской области, можно найти информацию об этом маршруте), но и востребованным туристами. На сайте туристского портала Правительства Ростовской области размещена интерактивная карта, где можно познакомиться с туристскими объектами, посещаемыми в рамках маршрута [4].

В зависимости от количества городов, посещаемых в пределах маршрута, выделяют: Большую, Среднюю и Малую Подковы.

Большая Подкова проходит через г. Таганрог – г. Ростов-на-Дону – г. Новочеркасск – г. Шахты – г. Белую Калитву – г. Каменск-Шахтинский – г. Миллерово – ст. Вёшенскую – г. Морозовск – г. Цимлянск – ст. Романовскую – г. Константиновск – г. Азов.

Средняя Подкова проходит через г. Таганрог – г. Ростов-на-Дону – ст. Раздорская – ст. Кочетовская – г. Семикаракорск – Веселый – г. Пролетарск – г. Сальск – пос. Целина – г. Зерноград – г. Азов.

Малая Подкова проходит через г. Таганрог – г. Танаис – г. Ростов-на-Дону – г. Аксай – г. Новочеркасск – г. Старочеркасск – г. Азов.

Особенность туристского маршрута «Серебряная подкова Дона» состоит в том, что вокруг каждого туристского центра может формироваться сеть локальных и круговых маршрутов, рассчитанных на один-два дня и отвечающих потребностям туристов по различным видам туризма. Поэтому данный маршрут может стать основой для формирования брендового маршрута Ростовской области [4].

Логотипом маршрута «Серебряная подкова Дона» является надпись «Серебряная подкова Дона» с буквой «С» в виде подковы.

По временным промежуткам данный маршрут соответствует требованиям Ассоциации туроператоров России, предъявляемые к брендовым маршрутам (8 дней/7 ночей). Кроме того, у туристов есть возможность посетить только часть предложенного маршрута, что так же соответствует требованиям брендового маршрута.

Согласно Федеральному закону от 7 июля 2013 г. N 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018, Кубка конфедерации FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в субъектах Российской Федерации, в которых будут проводиться спортивные соревнования, в том числе и в Ростовской области, гостиницы и иные средства размещения имеют право оказывать услуги только при прохождении ими сертификации в соответствии с Федеральным законом N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [5]. Согласно требованиям, предъявляемым к брендовым маршрутам, гостиницы и иные средства размещения должны быть надлежащего качества и иметь сертификат категории или сертификат соответствия.

К предприятиям питания Ассоциация туроператоров России предъявляет следующие требования: предприятия питания должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим нормам, питание должно быть разнообразным, с включением местных традиций приготовления пищи и ее сервировки. На Дону на многих туристских объектах, расположенных на берегу реки Дон, туристам предлагают поучаствовать в приготовлении блюд традиционной казачьей кухни, в том числе донской ухи. Экскурсионная программа в рамках туристского маршрута «Серебряная подкова Дона» полностью соответствует общей направленности всего маршрута и в полной мере использует туристский потенциал Ростовской области [3].

**Выводы.** Таким образом, основные требования, предъявляемые к брендовому маршруту, в «Серебряной подкове Дона» соблюдены, что делает возможным представить маршрут Малой Подковы в Комитет по импортозамещению для утверждения брендового маршрута Ростовской области, так как он в полной мере отражает мультикультурные традиции и историю Донского края. Кроме того, в рамках предлагаемого проекта предполагается модернизация маршрута «Серебряная подкова Дона» по следующим направлениям:

- формирование инфраструктурного обеспечения маршрута с учетом требований ключевых групп потребителей;
- внедрение инновационных форм маркетинговых коммуникаций, обеспечивающих продвижение данного маршрута;
- использование инновационных технологий организации досуговой деятельности туристов на маршруте.

Следует отметить, что дальнейшее функционирование данного маршрута будет возможным только при условии соблюдения на нем всех требований, предъявляемых Ассоциацией туроператоров России.

Учитывая многолетний положительный опыт функционирования маршрута «Серебряная подкова Дона», его детальную технологическую и методологическую «разработанность», высокий уровень туристского обслуживания, по нашему мнению, его можно рекомендовать для прохождения оценки на соответствие требованиям, предъявляемым к брендовым маршрутам.

#### **Список используемых источников:**

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Федеральное агентство по туризму. Министерство культуры Российской Федерации. Официальный сайт / [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe\\_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda/](http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda/) (дата обращения 19.10.2016).
2. Ассоциация туроператоров. Официальный сайт / [Электронный ресурс]. – URL: [www.atorus.ru/](http://www.atorus.ru/) (дата обращения 19.10.2016).
3. Россия. Серебряная подкова Дона. АиФ Тур № 8 / [Электронный ресурс]. – URL: [01/08/2000http://www.aif.ru/gazeta/number/2385/](http://01/08/2000http://www.aif.ru/gazeta/number/2385/) (дата обращения 19.10.2016).
4. Донской туризм Ростовской области. Официальный сайт Правительства Ростовской области / [Электронный ресурс]. – URL: [www.dontourism.ru/](http://www.dontourism.ru/) (дата обращения 10.19.2016).
5. Федеральный закон от 7 июля 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018». Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» / [Электронный ресурс]. – [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_147218/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_147218/) (дата обращения 10.10.2016).

**УДК 379.851 (470.75)**

**Недина М.Н.**

обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь ©

#### **МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД**

**Недина М.Н.** Механизмы развития туризма в Республике Крым в переходный период. Главной целью статьи является поиск на основе проводимых исследований туристско-рекреационного комплекса Республики Крым механизмов развития туризма в регионе в переходный период. Был проведен сравнительный анализ рынка туристских услуг Крыма до и после вступления в состав РФ. В качестве основных механизмов развития туристской индустрии Республики Крым предложены методика формирования туристско-рекреационных кластеров.

**Nedina M.N.** Mechanism of tourism development in the Republic of Crimea in the transition period. The main purpose of the article is the search of the mechanisms of tourism development in the Republic of Crimea during the transitional period. There was conducted a comparative analysis of the tourist market of Crimea before and after the entry into the

Russian Federation.. As the basic mechanisms of tourism development intensification in the Republic of Crimea was introduced the technique of formation of tourist-recreational clusters.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационный комплекс, Республика Крым, переходный период, туристский кластер.

**Введение.** В 2014 году жители Крыма приняли судьбоносное решение – воссоединиться с Российской Федерацией. На сегодняшний день Крым является полноправным регионом Российской Федерации, который не лишен серьезных проблем во многих отраслях экономики. Так называемый переходный период, который в первую очередь является постепенным объединением новых субъектов (Республики Крым и г. Севастополя) со всеми экономико-социальными сферами России, довольно важный момент для будущего развития полуострова. Одной из главных задач является развитие туризма в Крыму, так как данное направление является перспективной статьей бюджета не только полуострова, но и России в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. За последние 3 года издалось большое количество научной литературы, в которой описаны результаты исследований туристско-рекреационного потенциала полуострова и многое другое. Следует выделить исследование, которое имеет название: «Концепция развития туристско-рекреационного потенциала Крыма» под редакцией проф. Лайко М.Ю. [5]. В данной работе была хорошо изучена туристская инфраструктура Республики Крым, а также разработаны предложения по совершенствованию неэффективных в нынешнее время туристских объектов. В данном исследовании рассматриваются возможности, которые позволят повысить эффективность работы предприятий гостиничного типа, внедряя различные методики управления. Выносятся предложения по развитию транспортно-логистической составляющей туристско-рекреационной сферы полуострова и многое другое. Следует отметить немалое значение научных разработок, так как они способствуют эффективному развитию туристско-рекреационного комплекса Республики Крым. Но не стоит пренебрегать исследованием основных проблемных вопросов в стратегически важном секторе экономики – туризм.

Постановка проблемы. Не смотря на то, что Крым богат туристско-рекреационными ресурсами огромное количество проблем не позволяет данному сектору экономики успешно развиваться. Вследствие этого появляется необходимость поиска путей, позволяющих повысить развитие туризма в регионе. Переходные периоды в экономике рассматриваются как структуры, порождающие новые, ранее неизвестные формы общественных отношений, видов деятельности [10]. Существенные изменения в экономике переходных периодов объясняются предельным обострением существующих социально-экономических проблем, повышенным вниманием со стороны органов государственной власти [6]. Исходя из этого, любой переходный период в экономике государства является причиной ее выхода на новый уровень развития, а также причиной обнаружить перспективные направления для быстрого развития отдельных отраслей экономики.

Анализ туристского рынка услуг республики Крым до и после вступления в состав Российской Федерации. Туристской экономике Крыма, до воссоединения с Россией, уделялось очень мало внимания. Частный сектор занял лидирующие позиции, который совсем не поддавался государственному контролю, не облагался налогами, соответственно проверка качества предоставляемых туристских услуг не проводилась. Впоследствии, вместо санаторно-курортного отдыха в Крыму начал развиваться пляжный туризм неорганизованного характера. Украинское государство устраивала данная ситуация, чем и объясняется бездействие в отношении развития туристской отрасли региона. Такое положение вещей длилось до 2014 года и воссоединения полуострова с Российской Федерацией. «За последние годы 80% туристов останавливались в коллективных средствах размещения, и лишь 20% – в частных. Похожая ситуация давно не наблюдалась на полуострове. Причина этому является, заключение договоров между коллективными средствами размещения и государственными, а также корпоративными туристскими учреждениями Российской Федерации» сообщила по итогам 2016 года министерство курортов и туризма Крыма.[1] Это является первым этапом реализации целенаправленной политики по развитию Крымского региона, основные положения которой изложены в Стратегии по развитию Крыма до 2020 года.

До вступления Крыма в состав РФ большая часть туристов на полуострове являлись гражданами Украины. Данная политика государства была целенаправленной, которая не утруждала себя лишними тратами и не привлекала инвестиции в инфраструктуру полуострова. Как результат отсутствие сервиса и хороших условий не привлекали иностранных туристов. Вследствие чего, Крым стал курортом местного значения. И такое положение дел сохранялось вплоть до сезона 2014. После чего наступил резкий спад туристского потока украинских туристов (с 65% в 2013 году до 5% в 2014 году). Однако интерес к отдыху в Крыму у отдыхающих не исчез, так как туристы из России оперативно заметили вакантные места в отелях (в 2013 году их было 26% от общего числа отдыхающих, а в 2016 году стало 93%)[1].

На данный момент состояние материально-технической базы объектов гостеприимства полуострова, качество услуг, а также их ассортимент далеко позади от мирового уровня, что является причиной низкой конкурентоспособности данного региона на международном рынке [9]. Полагаясь на статистические данные, которые посвящены объектам размещения, следует заметить, что данные имеют отличия в зависимости от источника. По данным Министерства курортов и туризма Крыма, в Крыму находится 825 санаторно-курортных и гостиничных учреждений. Чуть больше половины предоставляет специальное санаторно-курортное обслуживание. Остальные учреждения оказывают услуги по размещению. Госкомстат Украины имеет другие сведения (1225 средств размещения – это общая численность, из них 748 отелей и гостиниц) [1]. Существуют и

другие источники, в которых указаны иные цифры. Безусловно, это говорит о недостаточной изученности всей структуры средств размещения в регионе.

Полагаясь на статистические данные разных источников, общее число средств, имеющих какую-либо категорию, равняется 272, средства размещения без категории в 2,5 раза меньше (685). В процентном соотношении это можно выразить так: 5 звезд – 1,1%, 4 звезды 11%, 3 звезды – 33%, 2 звезды – 38% и 1 звезда – 17% [9]. Гостиницы Крыма имеют серьезный перевес в сторону средств размещения низкой категории. Сравнивая гостиницы Крыма с сочинским берегом, следует отметить, что в Сочи пятизвездочных отелей приблизительно 2% от всей гостиничной базы, и также ощущается их острая нехватка. Однако в Сочи преимущественно трехзвездочные гостиницы, а в Крыму большая часть класса 1-2 звезды или же без звезд.

Также, на территории Крыма туризм носит ярко выраженный сезонный характер, который имеет отличия в зависимости от типа средств размещения. Так, например, для обычных гостиниц сезон длится три месяца, а для лечебно-оздоровительных санаториев – пять месяцев, и всего 35% имеют круглогодичный характер деятельности. Средний коэффициент сезонности в Крыму составляет 0,45. Данный показатель отмечает величину изменения продаж по сравнению со среднегодовыми. В данном случае коэффициент меньше единицы, что говорит о большом количестве месяцев в году с низкими показателями продаж. Подобное значение характерно для курортов с ярко выраженной сезонной направленностью.

Большой дисбаланс демонстрирует распределение объектов оздоровительной направленности, в своем подавляющем большинстве сконцентрированные в Ялтинском и Евпаторийском районе. Неблагоприятной тенденцией последних двадцати лет является уменьшение роли лечебных процедур в структуре предоставляемых услуг и, соответственно, рост развлекательных и оздоровительных мероприятий [3].

Также одной из главных проблем в Крыму являются транспортные сети. К счастью государство глубоко заинтересовано в развитии данного направления, об этом говорят очевидные позитивные результаты. К ним можно отнести модернизацию аэропорта в Симферополе, что помогло в 2015 году увеличить пассажиропоток до 4 миллионов человек за первые полгода. Также транспортные проблемы окончательно будут решены в 2018 году, когда закончится строительство моста, который соединит два берега Керченского пролива.

К еще одной особенности полуострова можно отнести проблему с рабочей силой. Большое количество туристских организаций не в состоянии содержать круглогодичный штат. В украинские времена сезонные рабочие приезжали в Крым и трудоустраивались в сезон отпусков, однако сложившаяся политическая ситуация закрыла перед регионом эту возможность. Но на заседаниях Президиума Государственного Совета неоднократно обсуждался вопрос о том, что российские студенты вполне эффективно занимают освободившуюся нишу в данных направлениях трудоустройства.

**Механизмы совершенствования туристской индустрии Республики Крым.** Развивать туристскую индустрию полуострова следует через методы формирования туристско-рекреационных кластеров. Основной задачей этих методов является создание предпосылок в виде инфраструктуры для развития кластеров. Полагаясь на федеральную программу развития Крыма до 2020 года, в пределах государственно-частного сотрудничества планируется создать эффективные механизмы для возникновения конкурентоспособных и отвечающих современным требованиям кластеров [12]. Международный опыт показывает, что огромное количество взаимосвязанных друг с другом организаций на одной территории благодаря конкуренции с одной стороны и партнерству с другой, дают сильный толчок для развития территории. Укрепление туристской индустрии несет за собой мультипликативный эффект, приводя в движение транспортную инфраструктуру, торговлю, питание, а также обеспечивая местным жителям рабочими местами [11]. Последнее крайне важно, так как большая часть населения живет весь год за счет прибыли от туризма в сезонное время. Политическая ситуация последних лет вызвала определенный спад посещения Крымского полуострова в количественном плане.

Для разграничения роли государства и инициативы со стороны бизнес-структур предлагается рассматривать методику формирования кластера на основе концепции его жизненного цикла. Обычно кластер проходит через определенное количество стадий жизненного цикла, которые неидентичны и темп их развития может меняться, а именно:

1. Становление кластера (зарождающийся кластер). Характерно наличие лидирующих организаций на определенном отраслевом рынке, соединение отдельных компаний вокруг основной деятельности и реализация общих интересов, разработка кластерно-ориентированной политики, построение диалога с научно-исследовательскими учреждениями.

2. Развитие кластера (развивающийся кластер). Для этой стадии характерно появление новых участников рынка, в том числе из ряда близких и сопутствующих отраслей, возникновение формальных и неформальных ассоциаций и институтов сотрудничества, усиление кооперации.

3. Стадия зрелости (зрелый кластер). Зрелый кластер достигает определенной критической массы задействованных лиц. Существует внутренняя динамика создания новых фирм, активное сотрудничество между бизнес-структурами, НИИ и органами власти.

4. Трансформация кластера. Через время рынки, технологии и процессы устаревают и для того, чтобы быть жизнеспособным кластером, избежать распада и застоя, следует адаптироваться к изменениям посредством различных внутренних или внешних трансформаций.

Роль государства очень значима на первых этапах жизненного цикла кластера, в силу того, что ряд важных экономических факторов формируется на основе административной поддержки, а также на стадии трансформации, в другие периоды его роль значительно уменьшается и первостепенную роль должны играть законы рыночной экономики

[7]. Предложенная методика с минимальным контролем, но необходимой поддержкой со стороны государства будет особенно востребована в сегодняшнее нестабильное время, когда федеральные власти могут выделять строго дозированное внимание отдельным вопросам.

**Выводы.** Подводя итоги, следует отметить, что Крым довольно важный регион для России, так как они тесно связаны общей культурой и историей. Туризм в Крыму является одним из самых перспективных направлений экономики. Республика Крым обладает богатейшими туристско-рекреационными ресурсами и огромным потенциалом для эффективного развития. Трехлетний опыт доказал, возможность эффективного развития туризма даже в условиях международной информационной войны. Крым развивается достаточно бурно: появляются новые транспортные сети, совершенствуется инфраструктура, электро- и водообеспечение региона, а также законодательство. Учитывая идеальное расположение полуострова и хорошо продуманного развития туристско-рекреационных ресурсов, появляется возможность, которая позволит достичь серьезных результатов. Очень важно развивать, совершенствовать местный туристский рынок и в случае появления высокого спроса выходить на международный уровень качества. В наше время большое количество стран стараются совершенствовать внутренний туристский рынок, притягивая тем самым туристов и большие финансовые потоки. Крымский полуостров – это быстро развивающийся регион, имеющий ряд серьезных проблем, однако имеющий огромный туристский потенциал, способный к масштабному развитию, и который в нынешнее время представляет колоссальный интерес для отдыхающих. К счастью имеющиеся проблемы Крымского полуострова не являются уникальными, следует полагаться на положительный международный опыт и приспосабливать под реалии Российской Федерации.

#### Список использованных источников:

1. Министерство курортов и туризма Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: [http://minkurort.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4627](http://minkurort.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4627).
2. Гареев, Р.Р. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии туризма [Текст] / Р.Р. Гареев // В сборнике: Перспективы модернизации современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Шайбаков Риф Насибуллович (отв. редактор). – МОСКВА, 2015. – С. 48-51.
3. Козлов, Д.А. Прогноз развития туристского комплекса Крыма [Текст] / Д.А. Козлов, М.Ю. Лайко, Л.А. Попов // Сборник: Роль экономических наук в развитии общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2014. – С. 61-63.
4. Козлов, Д.А. Оценка влияния туризма на экономику страны [Текст] / Д.А. Козлов // Сборник: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. – С. 200-203.
5. Концепция развития туристско-рекреационного потенциала Крыма [Текст] / под ред. М.Ю. Лайко. – М: Издательский центр «Onebook». – 2014. – 274 с.
6. Кошелева, А.И. Туристско-рекреационный комплекс Крыма: проблемы и перспективы развития в переходный период [Текст] / А.И. Кошелева // Регион: Экономика и Социология. 2015. – № 3 (87). – С. 239-254.
7. Кошелева, А.И. Способы организации и эффективного функционирования туристских кластеров в РФ [Текст] / А.И. Кошелева // ШАГ в науку-2011: материалы третьей межвузовской научно-практической конференции аспирантов и молодых ученых. – М: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2011. – С. 44-53.
8. Кошелева, А.И. Туристская мотивация и ее роль в развитии индустрии гостеприимства и туризма [Текст] / А.И. Кошелева // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2012. – № 3. – С. 26-38.
9. Лайко, М.Ю. Анализ соответствия средств размещения Республики Крым российским и международным классификационным требованиям [Текст] / М.Ю. Лайко, Е.Н. Валединская, А.И. Кошелева // Инновации и инвестиции. 2014. – № 10. – С. 279-283.
10. Стрельченко, В.И. Переходные периоды в историческом процессе [Текст] / В.И. Стрельченко, М.З. Бун // Философия права. – 2013. – № 4 (59). – С. 35-40.
11. Швец, Ю.Ю. Институциональные основы реализации инновационного потенциала региона путем кластеризации туризма [Текст] / Ю.Ю. Швец // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. – №3 (43). Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/4306/>
12. Шевченко, А.А. Социально-экономические предпосылки развития туристско-рекреационных кластеров в Крымском и Южном Федеральных округах [Текст] / А.А. Шевченко // Крымский научный вестник. – 2015. – № 4-1. – С. 249-259.

## ВОЛНЫ ТЕПЛА КАК ФАКТОР ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА

**Никифорова М.П. Волны тепла как фактор туристской деятельности на территории Крымского полуострова.** Температурные волны тепла – существенное повышение приземной температуры воздуха на продолжительный срок, способное оказывать негативное воздействие на многие процессы, особенно на здоровье людей. Наибольший вред долгосрочные периоды жары приносят в теплое время года, а для такого туристского региона, как Крым – в курортный сезон. Представлены результаты анализа появления волн тепла на территории Крымского полуострова за 2006-2014 гг. Показано, что практически для всей территории Крыма наблюдается тенденция к росту, как числа, так и продолжительности периодов сильной жары.

**Nikiforova M.P. Heat waves as the factor of recreational activity on Crimean Peninsula territory.** Heat wave – a significant increase in the surface air temperature for a long period, which can have a negative impact on many processes, especially on human health. Greatest harm long-term heat waves bring in the warm season, and for such a tourist region, as Crimea – in the resort season. The results of the analysis of the heat waves appearance on the territory of the Crimean peninsula for 2006-2014 are presented. It is shown that practically for the whole Crimea territory there is a tendency in increase of both the number and duration of periods of intense heat.

**Ключевые слова:** аномальная температура, волны тепла, рекреационная деятельность, Крымский полуостров.

**Постановка проблемы.** Фиксируемое в последние десятилетия глобальное потепление проявляется не только в увеличении приземной температуры воздуха (рекордные значения которой в Северном полушарии особенно ярко проявились за последние три года 2015-2017 гг.), но и в существенном росте числа экстремальных погодных явлений. Одним из них являются температурные волны тепла – продолжительные периоды крайне высоких температур (существенно превышающих климатическую норму для данной территории). Волны тепла сопровождаются значительным социальным и экономическим ущербом, нанося существенный вред здоровью населения, агропромышленному и лесному хозяйству. В такие периоды фиксируется резкое увеличение заболеваемости (чаще всего, сердечно-сосудистыми недугами) и смертности, особенно в группах населения повышенного риска (дети младшего возраста, люди пенсионного возраста и т.д.). Так, по различным оценкам, летом 2003 г. в Западной и Центральной Европе в результате продолжительной волны тепла погибли от 27 до 40 тыс. человек. Наибольшую опасность их появление представляет как раз в теплый период года на рекреационных территориях, где не только происходит существенное увеличение населения, но и многие отдыхающие пребывают из регионов с иным климатическим режимом. Одной из таких туристских дестинаций является Крымский полуостров, для которого оценки характеристик волн тепла ранее не выполнялись.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Волны тепла являются объектом пристального наблюдения и изучения международной науки. Всемирная метеорологическая организация (ВМО) регулярно публикует бюллетени и доклады, посвященные экстремальным климатическим явлениям в мире, наибольшее внимание в которых уделяется периодом аномальной жары [1]. Для территории Российской Федерации отдельные оценки получены для некоторых регионов, наиболее полное исследование представлено в [2], где выявлены особенности волн тепла на Европейской территории России в начале XXI века. Показано существенное увеличение их числа и продолжительности, особенно в центральных и южных регионах (Крымский полуостров в анализ не включался). Полученные результаты позволяют предполагать, что и на территории Крыма в XXI веке должен был происходить рост количества и продолжительности волн тепла. Это предположение подтверждают также результаты, представленные в [3, 4], где выявлено существенное увеличение среднемесячных температур и биоклиматических показателей в летний сезон в Крыму за последние десятилетия.

**Цель статьи.** Исследование появления волн тепла на территории Крымского полуострова в начале XXI в.

**Изложение основного материала.** Единого методического подхода к выделению волны тепла на сегодняшний день не существует. Так, согласно рекомендациям ВМО [1], за волну тепла принимается период, на протяжении которого максимальная суточная температура воздуха более чем 5 последовательных дней превышает среднюю максимальную температуру за эти дни для данной территории за период 1961-1990 гг. на 5 °С и более. Согласно определению Бароуза, волна тепла – это период, продолжительностью три дня или более в каждый, из которых максимальная температура достигает или превышает 32 °С [2]. В настоящей работе применялась методика, описанная в [5], согласно которой за волну тепла принимается период, продолжительностью 5 суток или более, в каждые из которых среднесуточная температура превышает климатическую норму (за 1961-1990 гг.) более чем на 1,25хσ.

В качестве исходного материала использовались данные срочных метеорологических наблюдений на сети станций Крыма за период 2006-2014 гг. Для каждой из них рассчитывалось количество волн тепла и их продолжительность. Для построения карт применялось программное обеспечение Golden Grapher 11, Golden Surfer 13. При интерполяции использовалась геостатистическая методика кригинга.

На рис. 1 приведено распределение по территории Крымского полуострова общего количества волн тепла и их суммарной продолжительности за 2006-2014 гг.

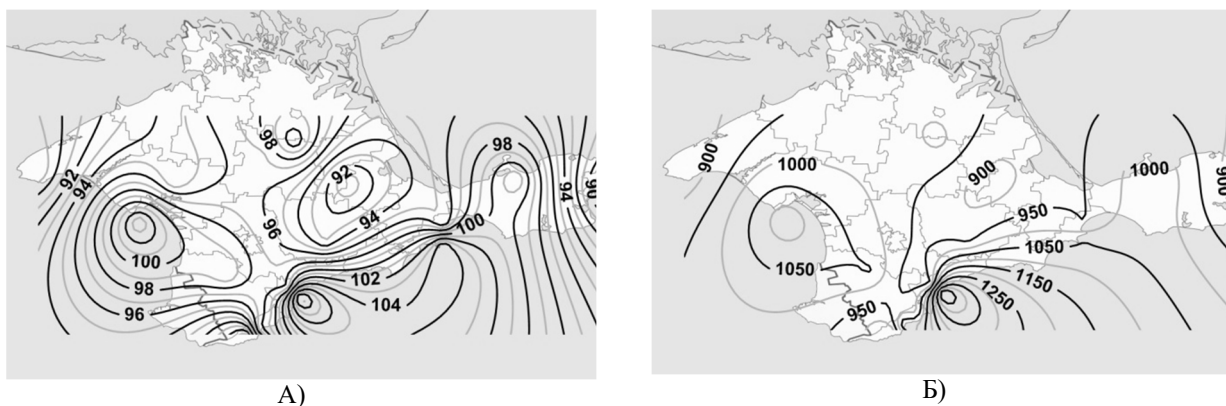


Рис. 1 – Распределение по территории Крымского полуострова общего количества волн тепла (А) и их суммарной продолжительности (Б) за 2006-2014 гг.

Из рис. 1А следует, что наибольшее количество волн тепла за 2006-2014 гг. на территории Крыма наблюдалось в прибрежных районах, а именно на Южном берегу Крыма (область с, как правило, максимальной рекреационной нагрузкой) и в центральной части западного побережья (г. Евпатория). Меньше всего периодов сильной жары в начале XXI в. на полуострове отмечается в степном Крыму, а также в крайних западной и восточной точках Крыма. Из рис. 1Б следует, что распределение суммарной продолжительности волн тепла по территории Крыма по основным своим особенностям совпадает с общим количеством волн (рис. 1А). Однако, для Южного берега Крыма наблюдается существенный локальный максимум по суммарной продолжительности волн тепла с центром в г. Алушта. В среднем, за 9 лет (2006-2014 гг.) на территории Крыма наблюдалось около 100 волн, суммарной продолжительностью 1000 дней, т.е., как правило, длина волны составляет 10 дней.

На рис. 2 приведены распределения по территории Крымского полуострова трендов общего количества волн тепла и их суммарной продолжительности за 2006-2014 гг. Видно, что практически для всей территории Крыма за рассматриваемый 9-летний период наблюдается увеличение количества волн тепла. Из рис. 2А следует, что это распределение носит практически зональный характер – уменьшаясь с юга на север. Так, для Южного берега Крыма (центр – г. Алушта) рост количества волн тепла за 2006-2014 гг., в среднем, составляет 0,4 волны/год, тогда как для степного Крыма тренды либо отсутствуют, либо являются слабо отрицательными. Из рис. 2Б видно, что аналогичные особенности характерны и для суммарной продолжительности волн тепла – наибольший ее рост наблюдается в районе г. Алушта (9 дней/год).

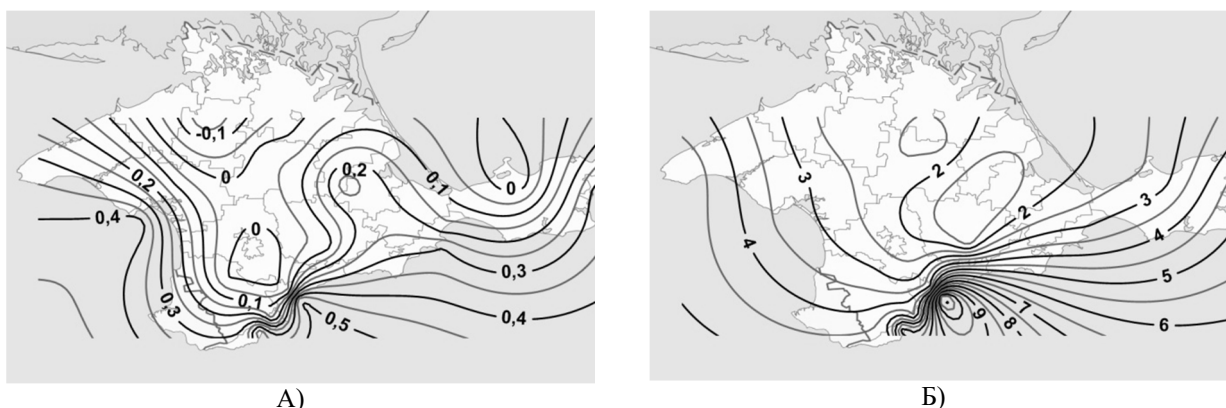


Рис. 2 – Распределение по территории Крымского полуострова трендов общего количества волн тепла (А) и их суммарной продолжительности (Б) за 2006-2014 гг.

Таким образом, наиболее резкое увеличение за 2006-2014 гг. количества и продолжительности волн тепла наблюдается в г. Алушта, межгодовая изменчивость которых приведена на рис. 3.

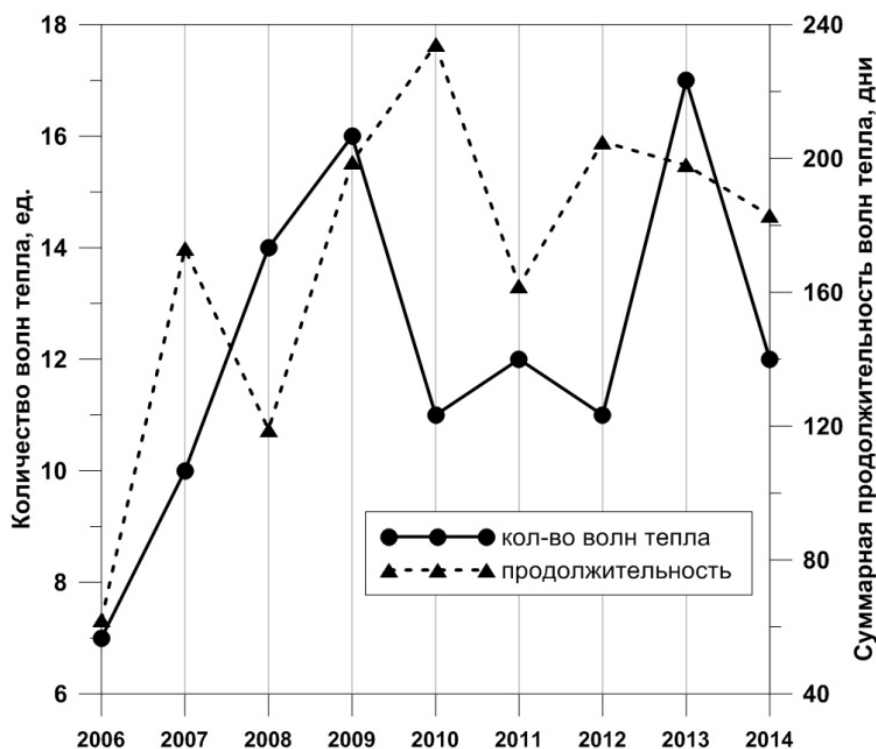


Рис. 3 – Межгодовая изменчивость за 2006-2014 гг. общего количества волн тепла и их суммарной продолжительности в г. Алушта

Из рис. 3 видно, что за 2006-2014 гг. в г. Алушта произошел существенный рост количества и суммарной продолжительности волн тепла, однако максимальные значения их по времени не совпадают. Так, один из известных и обширных эпизодов долгосрочной сильной жары – лето 2010 г. привело к существенному росту суммарной продолжительности волн, однако, общее их количество было достаточно небольшим.

**Выводы.** Таким образом, установлено, что за 2006-2014 гг., в среднем, на территории Крымского полуострова в год наблюдалось 10 волн тепла со средней продолжительностью 10 дней. За рассматриваемый 9-летний период в Крыму произошел рост количества и продолжительности волн тепла, распределение трендов которых по территории полуострова имеет практически линейный характер – увеличиваясь с юга на север. Наибольшие значения рассматриваемых параметров наблюдается в г. Алушта.

Исследование выполнено при поддержке Программы развития федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» на 2015-2024 годы по проекту «Сеть академической мобильности «ГИС-Ландшафт – Технологии и методики формирования геопорталов современных ландшафтов регионов» в 2017 году.

#### Список используемых источников:

1. Heatwaves and health: guidance on warning-system development. WHO: WMO – No. 1142, 2015. 114 p.
2. Виноградова В.В. Волны тепла на Европейской территории России в начале XXI века // Известия РАН. Серия Географическая. 2014. №1. С. 47-55.
3. Данова Т.Е., Никифорова М.П. Отклик рекреационных ресурсов Крымского полуострова на современные климатические изменения // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2016. Т. 26. №2. С. 142-151.
4. Данова Т.Е. Никифорова М.П. Особенности современных изменений среднемесячных температур на территории Крымского полуострова // Международная научная конференция «Окружающая среда и человек. Современные проблемы генетики, селекции и биотехнологии». Материалы международной научной конференции и молодежной научной конференции. Ростов-на-Дону. 5-8 сентября 2016 г. С. 75-78.
5. Кужевская И.В., Поляков Д.В., Волкова М.А., Барашкова Н.К. Температурные волны тепла как отражение изменчивости современных климатических условий жизнедеятельности на территории Томской области // Экология человека. 2015. №2. С. 3-9.



## ИСЛАМСКИЕ ФИНАНСЫ И ТУРИЗМ ДЛЯ МУСУЛЬМАН КАК КИНЕМАТИЧЕСКАЯ ПАРА В МЕХАНИЗМЕ РАЗВИТИЯ ГОРОДА-ГЕРОЯ СЕВАСТОПОЛЯ

**Измайлов А.Т. Исламские финансы и туризм для мусульман как кинематическая пара в механизме развития Города-Героя Севастополя.** В работе автор представил апробацию собственного алгоритма методологии познания исламских финансов, обоснованный и утвержденный в авторской научно-исследовательской программе «Проблемы глобализации финансов». В основу методологии автором включены: научная теоретическая гипотеза исследования; теоретическая модель объекта исследования; научные следствия исследования. Основой методики исследования автор определил доказательство гипотезы исследования путем проведения и демонстрации теоретического эксперимента в форме построения теоретической модели объекта исследования. Доказательство теоретической модели объекта исследования и обоснование направления движения объекта исследования позволили автору доказать гипотезу исследования и сформулировать научные следствия исследования в форме дедуктивного, индуктивного и абдуктивного научных умозаключений исследования. Научные результаты исследования будут использованы автором: при реализации регионального социально ориентированного проекта «Исламские финансы в Городе-Герое Севастополе»; для построения авторской эмпирической модели исламских финансов как исторического и культурного наследия казанских татар и башкир в условиях свободной экономической зоны на территории Города-Героя Севастополя; для доказательства в системе глобализации авторской эмпирической модели фискально-бюджетного механизма свободной экономической зоны на территории Города-Героя Севастополя; для решения проблем развития теории финансов и теории экономифизики.

**Izmailov A.T. Islamic Finance and tourism for Muslims as a kinematic pair in the mechanism of development of the City-Hero of Sevastopol.** The author presented a testing algorithm of methodology of knowledge in Islamic Finance, justified and approved in the author's research program "globalization of Finance". The methodology of the author included: scientific theoretical hypothesis of the study; theoretical model of object of research; scientific investigation research. The methodology of the research the author has identified evidence of the hypothesis by conducting and demonstrations of a theoretical experiment in the form of constructing a theoretical model of the research object. The proof of the theoretical model of the object of study and justification of the direction of movement of the object of research allowed the author to prove the hypothesis of the study and to formulate a scientific investigation of the study in the form of deductive, inductive and abductive scientific reasoning of the research. Results of the research will be used by the author: for the implementation of regional socially-oriented project "Islamic Finance in the City-Hero of Sevastopol"; to build empirical models of Islamic Finance as a historical and cultural heritage of the Kazan Tatars and Bashkirs in conditions of free economic zone on the territory of the City-Hero of Sevastopol; for a proof in the system of globalization of empirical models of fiscal-budgetary mechanism of the free economic zone on the territory of the City-Hero of Sevastopol; to solve problems of development of Finance theory and the theory of provided.

**Ключевые слова:** исламские финансы, туризм для мусульман, механизм развития, кинематическая пара, научная теоретическая гипотеза, теоретический эксперимент, теоретическая модель, экономифизика.

Ведущей научной посылкой актуальности темы исследования автор установил доказательство авторской научной теоретической гипотезы [1, С. 163-169] о том, что в условиях глобализации исламские финансы являются инструментом стимулирования развития Города-Героя Севастополя как региона.

Основными практическими посылками актуальности темы исследования (pp<sub>а</sub>) являются:

pp<sub>а1</sub>: Закон города Севастополя от 21 июля 2017 № 357-ЗС «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития города Севастополя до 2030 года»;

pp<sub>а2</sub>: послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию на 2017 год.

Определение научной и практических посылок актуальности темы исследования позволили автору сделать дедуктивное умозаключение о том, что исламские финансы, туризм для мусульман и механизм развития Города-Героя Севастополя взаимосвязаны и имеют взаимоотношения.

Дедуктивное умозаключение стало посылкой индуктивного умозаключения в форме рабочей гипотезы о том, что необходимо исследовать взаимосвязи и взаимоотношения исламских финансов как множества,

туризма для мусульман как множества и механизма развития Города-Героя Севастополя как множества научным методом.

Индуктивное и дедуктивное умозаключения позволили автору сформировать выборку исследования. Выборка исследования ( $sr_n$ ) содержит:

$sr_1$ : результаты научной работы автора в области теории финансов, глобализации финансов и экономифизики;

$sr_2$ : Конституцию Российской Федерации;

$sr_3$ : Коран (Священное писание мусульман);

$sr_4$ : Сунну Пророка Мухаммада (да благословит его Аллах и приветствует);

$sr_5$ : Социальную доктрину российских мусульман;

$sr_6$ : Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года (Утверждены указом Президента РФ от 16.01.2017 № 13);

$sr_7$ : Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;

$sr_8$ : Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (Утверждена распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р);

$sr_9$ : Стратегию национальной безопасности Российской Федерации (Утверждена указом Президента РФ от 31.12.2015 № 683);

$sr_{10}$ : Стратегию экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года ;

$sr_{11}$ : Стратегию развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года (Утверждена указом Президента РФ от 13.05.2017 № 208);

$sr_{12}$ : Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (ред. от 31.01.2017) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы) »;

$sr_{13}$ : Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 317 (ред. от 25.09.2017) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы»;

$sr_{14}$ : Постановление Правительства РФ от 11.08.2014 № 790 (ред. от 29.11.2016) «Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года»;

$sr_{15}$ : Постановление Правительства Севастополя от 31.08.2015 г. № 837-ПП «Об утверждении государственной программы «Развитие туризма в городе Севастополя на 2015-2020 годы».

Выборка исследования позволили автору установить границы исследования как научно-познавательная цель и практическая цель исследования.

Научно-познавательная цель исследования определена как доказательство авторской научной теоретической гипотезы (далее – гипотеза исследования) о том, что в механизме развития Города-Героя Севастополя как множестве исламские финансы как множество и туризм для мусульман как множество образуют кинематическую пару, где направление и параметры движения обусловлены предикатами внутренних и внешних кинематических связей, а состояние внутренних и внешних кинематических связей определяется кванторами кинематических связей.

Практическая цель исследования определена автором как получение исходных данных и научных положений для новой эмпирической модели исламских финансов в условиях свободной экономической зоны на территории Города-Героя Севастополя и доказательства авторской научной эмпирической гипотезы о том, что использование исламских финансов как инструмента стимулирования регионального развития на территории Города-Героя Севастополя позволит увеличить экономический и налоговый потенциал региона, создать инструмент финансового обеспечения стабильного экономического роста и устойчивого социально-экономического развития Города-Героя Севастополя.

Научно-познавательная и практическая цели исследования определили объект и предмет исследования.

Объектом исследования автор определил кинематическую пару исламских финансов как множество и туризма для мусульман как множество в механизме развития Города-Героя Севастополя как множество.

Предметом исследования автором установлены внутренние и внешние кинематические связи объекта исследования. Объект и предмет исследования определили научные задачи исследования ( $go_n$ ):

$go_1$ : в механизме развития Города-Героя Севастополя как множестве установить кинематическую пару исламских финансов как множество и туризма для мусульман как множество научным методом;

$go_2$ : определить состояние внутренних и внешних кинематических связей объекта исследования;

$go_3$ : обосновать параметры и направление движения объекта исследования.

Научные задачи исследования определили теоретический и эмпирический базисы исследования.

Теоретический базис исследования ( $tbr_n$ ):

$tbr_1$ : научные результаты автора в теории налогового администрирования и глобализации налогового администрирования;

$tbr_2$ : авторский методологический алгоритм познания глобализации финансов, обоснованный и утвержденный в авторской научно-исследовательской программе «Проблемы глобализации финансов»;

tb<sub>3</sub>: авторское определение исламских финансов как множества;  
tb<sub>4</sub>: авторское определение туризма для мусульман как множества;  
tb<sub>5</sub>: авторское определение механизма развития Города-Героя Севастополя как множества;  
tb<sub>6</sub>: определение sr<sub>2</sub>; sr<sub>3</sub>; sr<sub>4</sub>; sr<sub>5</sub>; sr<sub>6</sub>; sr<sub>7</sub>; sr<sub>8</sub>; sr<sub>9</sub>; sr<sub>10</sub>; sr<sub>11</sub>; sr<sub>12</sub>; sr<sub>13</sub>; sr<sub>14</sub>; sr<sub>15</sub> как множеств.  
Эмпирический базис исследования (ebr<sub>n</sub>):

eb<sub>1</sub>: доказательство авторского научного тезиса о том, что объем понятия «ислам» как множество и объем понятия «финансы» как множество находятся в отношении пересечения, при котором образуется объем понятия «исламские финансы» как множество [2].

Теоретический и эмпирический базисы исследования позволили автору определить методологию и методику исследования.

В работе автор апробирует собственный алгоритм методологии познания исламских финансов, обоснованный и утвержденный в авторской научно-исследовательской программе «Проблемы глобализации финансов». При определении основы методологии исследования автор использовал алгоритм познания процессов формирования и движения кинематической пары исламских финансов как множества и туризма для мусульман как множества, состояния ее внутренних и внешних кинематических связей в механизме развития Города-Героя Севастополя как множестве. В основу методологии автором включены: научная теоретическая гипотеза исследования как часть авторской научно-исследовательской программы «Проблемы глобализации финансов»; теоретическая модель объекта исследования; научные следствия исследования.

Научная теоретическая гипотеза исследования, теоретическая модель объекта исследования и научные следствия исследования логически не противоречивы, обладают общностью, отражают реальную действительность в механизме развития Города-Героя Севастополя как множестве и служат основой для формирования теории финансов и теории эконофизики в системе глобализации. Научные следствия исследования представлены автором в форме дедуктивного, индуктивного и абдуктивного научных умозаключений исследования.

Основой методики исследования автор определил доказательство гипотезы исследования путем проведения и демонстрации теоретического эксперимента в форме построения теоретической модели объекта исследования. Теоретический эксперимент является процессом обоснования истинности индуктивного умозаключения автора об исламских финансах, туризме для мусульман и механизме развития Города-Героя Севастополя как о единой абстрактной сложной открытой системе. Индуктивное умозаключение входит в научный базис авторской научно-исследовательской программы «Проблемы глобализации финансов». Для доказательства теоретической модели объекта исследования автор использовал апробированные элементы научно-методического аппарата и апробированное поле аргументации в научно-исследовательской программе «Проблемы глобализации финансов».

Доказательством теоретической модели объекта исследования автор установил определение признаков объекта исследования.

Первый признак. В объекте исследования относительное движение звеньев установлено:

степенями свободы свободного звена, которые определяются квантором всеобщности;

внутренней кинематической связью объекта исследования, наложенной на относительное движение звеньев и определенной квантором всеобщности.

Второй признак. В объекте исследования установлен точечный контакт звеньев. Доказательством служит определение автором квантора единственности.

Третий признак. Траектория движения точек контакта звеньев в нескольких плоскостях определяется предикатами внешних кинематических связей звена и объекта исследования.

Четвертый признак. В объекте исследования замыкание звеньев обеспечивается постоянно действующей силой природы и источник которой определены автором квантором существования.

Доказательство теоретической модели объекта исследования позволили автору обосновать предикаты внутренних кинематических связей объекта исследования и установить множества на которых определяется направление движения объекта исследования.

Доказательство теоретической модели объекта исследования, обоснование параметров и направления движения объекта исследования позволили автору доказать гипотезу исследования и сформулировать научные следствия исследования в форме дедуктивного, индуктивного и абдуктивного научных умозаключений исследования.

Доказательство гипотезы исследования позволили автору сформулировать дедуктивное научное умозаключение в форме представления следующих ключевых показателей объекта исследования: показатель кинематической точности, показатель функциональной эффективности и показатель технической эффективности.

Для расчета кинематической точности автору необходимо:

- определить вероятность различных сочетаний отклонений звеньев;

- установить предельное отклонение звеньев, а также определить самые неблагоприятные варианты их сочетания;

- провести дополнительное исследование объекта исследования с целью определения экономической целесообразности объекта исследования и технических показателей звеньев.

Для расчета показателя функциональной эффективности автору требуется провести дополнительное исследование алгоритмов образования и функционирования объекта исследования, что позволит дать количественную оценку качества результатов выполнения алгоритмов.

Для расчета показателя технической эффективности автору необходимо провести дополнительное исследование ресурса объекта исследования, а также ресурсов звеньев, что позволит определить предельную и среднюю производительность объекта исследования.

Дедуктивное научное умозаключение исследования состоит в том, что необходимо установить и исследовать механизм развития Города-Героя Севастополя в условиях глобализации научным методом.

Доказательство гипотезы исследования позволили автору сформулировать абдуктивное научное умозаключение исследования о том, что объект исследования является инструментом развития альтернативных видов туризма на территории Города – Героя Севастополя и инструментом развития туристской отрасли Города-Героя Севастополя на современном этапе ее развития.

Научные результаты исследования будут использованы автором:

- при реализации регионального социально ориентированного проекта «Исламские финансы в Городе-Герое Севастополе»;

- для построения авторской эмпирической модели исламских финансов как исторического и культурного наследия казанских татар и башкир в условиях свободной экономической зоны на территории Города-Героя Севастополя;

- для доказательства в системе глобализации авторской эмпирической модели фискально-бюджетного механизма свободной экономической зоны на территории Города-Героя Севастополя;

- для решения проблем развития теории финансов и теории экономифизики.

#### Список использованных источников:

1. Измайлов А.Т. Исламские финансы как инструмент стимулирования развития Города-Героя Севастополя [Текст] / А.Т. Измайлов // Вызовы и возможности финансового обеспечения стабильного экономического роста (ФИНАНСЫ-2017). Материалы Всероссийской научно-практической конференции 13-16 сентября 2017 г.: Сборник научных трудов. Севастополь: «РИБЕСТ», 2017. – 308 с.

2. Измайлов А.Т. Исламские финансы как историческое и культурное наследие казанских татар и башкир [Текст] // Научный доклад на Первой региональной научно-практической интернет-конференции «Перспективы, проблемы и задачи исламских финансов в Городе-Герое Севастополе».

УДК 338.48(470.75)-027.1

**Одарюк Е.В.**, ст.преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

**Парубец О.В.**, к.э.н., ст.преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### ПРОБЛЕМЫ НЕКАЧЕСТВЕННОЙ РЕКЛАМЫ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ КРЫМА

**Одарюк Е.В., Парубец О.В. Проблемы некачественной рекламы санаторно-курортных услуг Крыма.** В статье рассмотрена проблема дезинформации в области рекламы санаторно-курортных услуг в Крыму, связанная с неосведомленностью медперсонала на материке с функциями тех или иных курортов полуострова и, соответственно, неверным распределением граждан, направленных на оздоровление в Крым в те или иные санатории.

**Odaryuk E. V., Parubets O. V. The Problems of poor defective marketing health resort services in the Crimea.** The article discusses the problem of misinformation in marketing health resort services in the Crimea, related to the lack of awareness of medical staff on the mainland with the functions of certain resorts of the Peninsula and, accordingly, incorrect distribution of citizens to improve health in sanatorium in the Crimea.

**Ключевые слова:** санаторно-курортные услуги, реклама, курортотечение, Крым.

**Постановка проблемы.** Еще в конце 2014 года экскурсоводы турфирмы ООО «Ариадна-Крым» принимали участие в работе по экскурсионному обслуживанию граждан, прибывших в Крым на

оздоровление по льготным путевкам. Сотрудники фирмы рассказали о том, что практически все отдыхающие недовольны качеством медицинского обслуживания в санаториях. В декабре того же года, на I Всекрымском съезде лидеров туриндустрии Одарюк Елена Владимировна, директор ООО «Ариадна-Крым», расспросила директоров санаториев относительно имеющейся проблемы. И они также подтвердили факты недовольства отдыхающих оказываемым в санаториях им услугам.

Сегодня, многие санатории Крыма принимают льготные категории граждан для оздоровления и лечения в Крыму. И в большинстве из них руководство столкнулось с одной и той же проблемой: льготные категории граждан, приехавшие в Крым, абсолютно не информированы о том, что такое курорты крымского полуострова, какие курортные процедуры, как правило, назначаются в санаториях Крыма, где расположен тот или иной санаторий, на какой местности и т.д. Большинство льготных категорий граждан никогда не посещали климатические курорты (каковыми являются курорты Крыма), но зато практически все лечились и восстанавливались в санаториях местного (пригородного типа). Непонимание принципиальной разницы между двумя типами санаториев приводит к конфликтным ситуациям между персоналом санаториев и отдыхающими, повышенной нервозности отдыхающих, а в конечном итоге – портит итак хрупкий имидж Крыма.

**Цель.** В данной статье проведен своеобразный ликбез о различных видах санаториев с точки зрения курортологии, реабилитации, туризма и рекреации и обобщен полученный материал. Объектом нашего исследования являются санаторно-курортные услуги, а предметом – особенности их формирования на Крымском полуострове. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: 1) рассмотреть общие понятия санаторно-курортного лечения; 2) раскрыть особенности различных типов санаториев; 3) охарактеризовать санаторно-курортные услуги, предоставляемые в Крымских санаториях.

**Изложение основного материала исследования.** Санаторий – ведущее лечебно-профилактическое учреждение на курорте. Каждому санаторию устанавливается определенный медицинский профиль (специализация) в зависимости от природных лечебных факторов курорта и утвержденных для него медицинских показаний. Лечение больных в санатории осуществляется преимущественно природными физическими факторами (климат, минеральные воды, лечебные грязи) в сочетании с физиотерапией, лечебной физкультурой, лечебным питанием и психотерапией, при условии установленного общесанаторного и индивидуального режима, обеспечивающего полноценное лечение и отдых больных. Наряду с санаториями, находящимися на курортах, существует сеть местных (пригородных) санаториев, организуемых преимущественно неподалеку от крупных городов в благоприятных ландшафтных и микроклиматических условиях. Эти санатории предназначены для больных, которым поездка на курорты по медицинским показаниям может быть вредна, а также для более тяжелых больных после пребывания в стационаре. В местные санатории направляют больных после выписывания из клиник и больниц для долечивания. Местные санатории обычно дифференцируются по характеру подлежащих лечению заболеваний (терапевтические, неврологические, кардиологические, туберкулезные и т.д.) [3].

В общегосударственной системе охраны здоровья населения страны важное место отводится санаторно-курортному лечению. На протяжении многих десятилетий вполне оправданно работает единая система лечения больных с хроническими инвалидизирующими заболеваниями стационар – поликлиника – местный санаторий – курорт.

Говоря о комплексной реабилитации больных, сегодня часто выделяют пребывание больного в санатории, в отдельный этап реабилитации – санаторный этап. Он может быть продолжением госпитального лечения. Эффективность санаторно-курортного лечения, длительность и стойкость его результатов в значительной степени зависят от правильного отбора и направления больных в санатории.

Сегодня трудно себе представить систему лечебно-реабилитационных мероприятий без санаторно-курортного лечения и отдыха. Под курортом подразумевается весь комплекс геофизических факторов (ландшафт, климат, бальнеологические факторы), обладающих целебными действиями.

Что касается реабилитации в условиях курорта, то одним из основных принципов, обеспечивающих ее эффективность, является выявление и адекватное стимулирование резервных возможностей организма. В условиях курорта включение потенциальных сил человека в процесс восстановления его здоровья осуществляется с помощью естественных природных физических факторов, влияние которых человек испытал в той или иной мере в процессе своей эволюции; уже только поэтому использование курортов, наряду с другими стоящими перед ними задачами, для реабилитации обосновано и целесообразно. Однако сегодня курортное лечение – это не только применение тех или иных природных физических факторов. Курорты в наши дни – это мощные комплексы, включающие использование, наряду с природными, и преформированные физические факторы, психотерапию, средства ЛФК, массаж, элементы мануальной и рефлексотерапии, т.е. те воздействия, которые включаются в качестве неотъемлемых элементов и в процесс реабилитации [3].

Курорты южного берега Крыма относятся к климатическим курортам приморского типа. Климатическими называются курорты, где в качестве основного лечебно-профилактического фактора используется климат и климатотерапия.

Климатотерапия – совокупность методов лечения, использующих дозированное воздействие климатопогодных факторов и специальных климатопроцедур на организм. Лечебно-профилактическое воздействие климата на организм определяется рядом природных факторов: положением местности над уровнем моря, степенью удаленности от моря, атмосферным давлением, температурой, циркуляцией и влажностью воздуха, количеством осадков, облачностью, интенсивностью солнечной радиации и др. [1].

К основным методам климатотерапии относятся: гелиотерапия, аэротерапия, спелеотерапия, талассотерапия. Воздушные и солнечные ванны, морские купания, сон на воздухе и на берегу моря, и другие климатические процедуры создают условия максимального воздействия климатических факторов на организм.

В результате климатотерапии восполняются недостаток естественного ультрафиолетового облучения организма и недостаток аэроионов, тренируются механизмы терморегуляции, лежащие в основе закаливания, нормализуются реактивность и функциональное состояние организма, улучшается обмен веществ [2].

Проведение климатотерапии требует строгого контроля переносимости каждого комплекса и действия их совокупности – адаптационного эффекта.

Выбирая курорт, прежде всего, учитывают особенности климата, поскольку он по-разному влияет на организм человека. Особенно ответственно следует подходить к выбору климата курорта для метеочувствительных людей.

На приморских курортах хорошо излечиваются такие заболевания как хронический бронхит и пневмония, туберкулез легких и костей, лор заболевания, начальная стадия гипертонической болезни, компенсированные пороки сердца, миокардиодистрофия, болезни обмена веществ, неврозы.

Приморские курорты Крыма известны далеко за пределами России. Для таких курортов характерно сухое солнечное жаркое лето, теплая и продолжительная осень, короткая мягкая зима и ранняя весна. Аэрогелиотерапия возможна практически весь год, а морские купания с мая по октябрь [4].

Для нетуберкулезных больных – это Ялта, Алушта, Ливадия, Мисхор, Гаспра. В Алушке и Симеизе есть целая сеть санаториев для больных туберкулезом легких, лимфоузлов, почек, гортани.

Приморским смешанным курортом является известный детский климатический, грязевый и бальнеологический курорт Евпатория и Саки в Крыму. Лечатся и отдыхают здесь дети с заболеваниями органов дыхания и опорно-двигательного аппарата, периферической нервной системы, ревматизмом и туберкулезом.

Климатотерапия возможна на Южном берегу Крыма во все времена года. Наиболее благоприятен для лечения «бархатный» сезон – осень, когда уже нет гиперинсоляции и гипертермии, но температурный режим атмосферы и моря позволяет осуществлять климатотерапию в полном объеме, включая солнечные ванны и морские купания.

Для лечения на Южном берегу показаны хронические заболевания (хронический бронхит, хроническая пневмония, бронхиальная астма) бронхолегочные заболевания. Показаны также нейроциркуляторная дистония, начальные стадии гипертонической болезни и сосудистых заболеваний головного мозга. Больным нейрососудистыми заболеваниями следует соблюдать осторожность в летний период, поскольку гиперинсоляция и гипертермия могут спровоцировать у них развитие сосудистого криза. Пересеченный рельеф местности, гипертермия, гиперинсоляция в летнее время предъявляют повышенные требования к сердечно-сосудистой системе пациентов, страдающих ишемической болезнью сердца и перенесших в прошлом инфаркт миокарда. То же относится и к ликвидаторам аварии на Чернобыльской АЭС, у большинства из которых имеются нейроэндокринные нарушения. Наилучшие сезоны для оздоровления на Южном берегу этих категорий больных – осень и весна.

**Вывод.** Возвращаясь к проблеме, о которой было сказано в начале статьи, хочется отметить, что вести разъяснительную работу о том, на какой курорт, в какой санаторий отправлять оздоравливаться льготные категории граждан по целевым программам обязаны социальные работники и врачи, непосредственно принимающие участие в распределении путевок в Крымские санатории на местах. Поэтому необходимо предоставлять клиентам правильную информацию о функциях того или иного курорта с целью минимизировать неблагоприятные ситуации, связанные с несоответствием желаемого отдыхающим и реальностью, что в первую очередь зависит от неосведомленности медперсонала.

#### **Список использованных источников:**

1. Бурняшева, Л.А. Б91 Основы курортологии: учебное пособие [Текст] / Л.А. Бурняшева. – М. : КНОРУС : Пятигорский государственный лингвистический университет, 2017. – 436 с.
2. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учебное пособие [Текст] / А.М. Ветитнев, Л.Б. Журавлева. – М. : КНОРУС, – 2006. – 528с.
3. Ежов, В.В. В Крым за здоровьем. Популярная курортология [Текст] / В.В. Ежов. – Симферополь: АЗГОЛ-ПРЕСС, 2013. – 72 с.
4. Ярош, А.М. Курорты Крыма среди приморских климатических курортов мира [Текст] / А.М. Ярош, В.М. Ефимова, С.С. Солдатченко. – Симферополь: 2012. – 76 с.

Патрикеева П.А., обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь ©

## «БОЛЬШАЯ СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ТРОПА» – РАЗВИТИЕ И БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕШЕХОДНОГО ТУРИЗМА В СЕВАСТОПОЛЕ (КРЫМУ)

Патрикеева П. А. «Большая Севастопольская Тропа» – развитие и безопасность пешеходного туризма в Севастополе (Крым). В статье рассмотрен проект «Большой Севастопольской Тропы», его перспективы, вклад в развитие пешеходного туризма на территории Севастополя и Крыма, а так же способы обеспечения безопасного передвижения по тропе.

Patrikeeva P. A. «The Great Sevastopol Trail» – the development and safety of hiking and tracking in Sevastopol (Crimea). The article considers the project of the «Great Sevastopol Trail», its prospects, its contribution to the development of hiking and tracking on the territory of Sevastopol and the Crimea, and also it considers the ways to ensure the safety of movement along the trail.

**Ключевые слова:** пешеходный туризм, горный туризм, Большая Севастопольская Тропа.

**Постановка проблемы.** На данный момент на территории Севастополя стремительно развивается пешеходный туризм, все больше людей предпочитают активный вид отдыха. Не всегда такой вид туризма является удобным и безопасным. «Большая Севастопольская Тропа» поможет решить проблемы безопасности и удобства передвижения туристов в горно-лесной местности.

**Цель статьи.** Показать, чем будет полезно использование «Большой Севастопольской Тропы» во время пеших путешествий на территории Севастополя (Крыма).

**Изложение основного материала.** На данный момент проект «Большая Севастопольская Тропа» находится в стадии реализации. Сам маршрут был утвержден Постановлением Правительства Севастополя от 30 октября 2015 года № 1023-ПП [1]. Проект включает в себя маркировку около 48 пешеходных маршрутов, длина тропы должна составлять 130 км, а радиальные выходы с маршрута – 150 км по горно-лесной местности Севастополя.

Тропа берет свое начало в Балаклаве с возможностью радиальных выходов на Фиолент, в с. Оборонное, в с. Резервное. Она охватывает Ласпинский перевал, яйлы Севастополя (г. Ильяс-Кая, Байдарская стена), есть возможность радиального выхода в горы главной гряды (Ай-Петринская яйла), так же маршрут проходит и по внутренней гряде Крымских гор, на нем можно встретить пещерные города Крыма (Челтер-Мармара, Шулдан, а Эски-Кермен, Мангуп-Кале – радиально). Маршрут достигает и первой (внестрой) гряды Крымских гор, есть радиальные выходы в Инкерман, на 2-й Кордон, на станцию Мекензиевы горы и на станцию Верхнесадовое. «Нитка» маршрута заканчивается на западном берегу Севастополя в пос. Любимовка. Отображение маршрута можно найти на карте [3].

На данный момент каждую неделю СМИ Севастополя публикуют сообщения о заблудившихся в горно-лесной местности туристов. Это происходит по причине отсутствия безопасности на маршрутах или из-за неправильного ориентирования на местности. Проект Большой Севастопольской тропы предполагает установку на протяжении всей тропы навигационных столбов, информационных стендов, создание специальной электронной программы с картой маршрута, а так же проведение инженерных работ, чтобы уменьшить риск обвалов и оползней. Планируется создание укреплений на маршруте и нескольких мостов (через р. Бельбек).

Неофициальные стоянки возле рек и озер способствуют загрязнению окружающей среды. По проекту на всем маршруте будут создаваться удобные туристские стоянки, а так же обеспечиваться сохранность экологии: проведение экологических акций, уборка стоянок, установка контейнеров для мусорных отходов [2].

Водные источники – одна из главных составляющих успешного прохождения похода. Некоторые источники являются загрязненными, а у некоторых в воде содержатся различные инфекции, которые могут нанести вред туристу. Разработчики Большой Севастопольской Тропы планируют создать каталог всех водных источников, а так же провести мероприятия по очистке загрязненных родников, взять пробу вод [2].

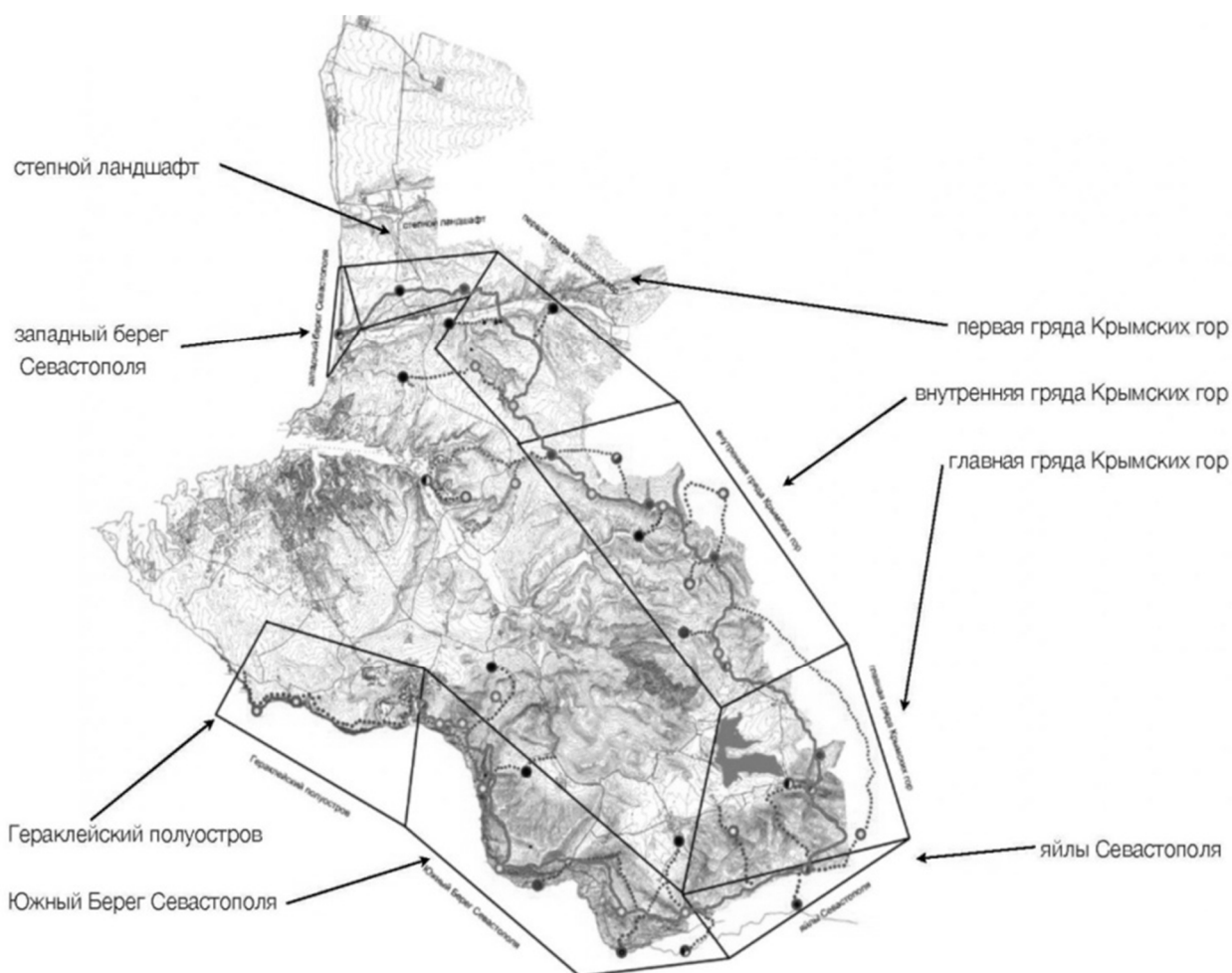


Рис. 1 – Природные территории Севастополя на маршруте «Большой Севастопольской Тропы» [3]

Для любителей активного туризма предусмотрены не только хорошо оборудованные тропы для хайкинга и треккинга, так же любители смогут заниматься такими видами активного отдыха, как виа-феррата, скалолазание, водные и конные маршруты. На тропе планируется проведение мероприятий по поддержке и развитию активных видов отдыха: кроссы, соревнования по туризму, проведения форума по активному туризму и т.п.

**Выводы.** проект «Большая Севастопольская Тропа» должен стать достаточно популярным у туристов, предпочитающих активный образ жизни. Тропа будет оборудованной и удобной, что позволит развивать пешеходный туризм не только среди молодежи, но и среди людей среднего и старшего поколения. Маршруты низкой и средней нагрузки, встречающиеся на них исторические и природные достопримечательности, а так же привязанные оборудованные стоянки позволят увеличить число туристов, занимающихся хайкингом и треккингом в Севастополе. Проект будет обеспечивать безопасность на всем маршруте: тропы, переходы, источники воды. Это немаловажно при организации пешеходного туризма. Что касается экологии, то активисты и пользователи проекта будут поддерживать чистоту окружающей среды и создавать всевозможные мероприятия по очищению горных и лесных зон. Создание подобных проектов в будущем позволит людям развивать свое физическое, социальное и экологическое воспитание, так же подобные проекты способствуют популяризации активного туризма в регионе.

#### Список используемых источников:

1. Постановление Правительства Севастополя от 30.10.2015 №1023-ПП «Об утверждении перечня перспективных маршрутов активного туризма города в рамках природно-рекреационного комплекса «Большая Севастопольская Тропа» // [Электронный ресурс] / URL: <https://sevastopol.gov.ru>
2. «Большая Севастопольская Тропа» // [Электронный ресурс] / URL: <http://tropykryma.com>
3. Карта природных территорий Севастополя на маршруте «Большой Севастопольской тропы» // [Электронный ресурс] / URL: <http://www.sevprof.ru/projects/bst>



## ОЦЕНКА ЛАНДШАФТНО-ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ГОРНОГО КРЫМА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

**Пахомова О.М.** Оценка ландшафтно-геоморфологических условий Горного Крыма для целей рекреации и туризма. В работе рассматриваются вопросы важности оценки ландшафтно-геоморфологических условий для целей туризма и рекреации. Учитываются такие показатели как морфолитогенная основа территории, глубина и густота расчленения территории, крутизна склонов. Эти и ряд других факторов учитываются при оценке рельефа Горного Крыма для видов туристско-рекреационной деятельности.

**Pakhomova O.M.** Assessment of landscape-geomorphological conditions of the Mountainous Crimea for recreation and tourism purposes. In the work the importance of assessing the landscape-geomorphological conditions for the purposes of tourism and recreation. Considered such indicators as the morpholithogenic basis of the territory, the depth and density of the dismemberment of the territory, the steepness of the slopes. These and a number of other factors are taken into account when assessing the topography of the Mountainous Crimea for types of tourist and recreational activities.

**Постановка проблемы.** Морфолитогенная основа территории включает в себя рельеф и слагающие его горные породы, являясь при этом ведущим компонентом ландшафта. Рельеф наряду с другими природными компонентами, такими как климат, внутренние воды, почвенно-растительный покров, определяет возможности туристско-рекреационного освоения региона, повышает или ограничивает разнообразие возможных туристско-рекреационных занятий.

**Изложение основного материала.** Рекреационная оценка ландшафтно-геоморфологических ресурсов была исследована в работах А.С. Кускова, О.В. Лысикова, А.Х. Абукова, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, В.П. Чижовой, А.А. Дорофеева, О.А. Остапенко, С.С. Семикиной и многих других. И сейчас эта тема не стала менее актуальной, так как туризм, являясь массовым явлением, нуждается в оценке и рациональном использовании ресурсов природы.

Рельеф является главным фактором, влияющим на развитие туризма в природной среде, на специфику рекреационных занятий и аттрактивность ландшафта. Для целей туризма и рекреации роль рельефа заключается в следующих аспектах. Прежде всего, рельеф определяет главные черты ландшафта и формирует внешний облик территории. Поэтому, именно рельеф в значительной степени определяет эстетические качества пейзажей и их эмоциональное воздействие на путешественника. Во-вторых, рельеф и слагающие его горные породы являются природными достопримечательностями - объектами экскурсионного показа. И, третий момент - рельеф является фактором, который играет оздоровительную роль в туристско-рекреационном использовании территории. Так например, важно оценить, насколько пригоден тот или иной рельеф для прокладки маршрута терренкура в лесопарковой зоне или санаторно-курортной местности, для организации активных видов рекреационных занятий, для спортивных трасс пешеходного, горного и велосипедного туризма, скалолазания и альпинизма, спелеотуризма.

Таким образом, рельеф - это важный фактор, лимитирующий туристско-рекреационную деятельность или наоборот, благоприятствующий развитию туризма в природной среде. Рельеф Горного Крыма представляет собой три параллельных горных гряды - Внешняя куэста со средними высотами 300-350 м, Внутренняя куэста со средними высотами 600-750 м, Главная гряда с высотами 800-1000 м. В составе Главной гряды с запада на восток сменяются массивы (яйлы) - Байдарская яйла, Ай-Петринская яйла, Ялтинская яйла, Никитская яйла, Бабуган-яйла - самая высокая, с высшей точкой г. Роман-Кош (1545 м), Чатырдагская яйла, Демерджи яйла, Караби-яйла - самая большая по площади (113 км<sup>2</sup>). Все перечисленные массивы являются объектами для горного туризма, спелеотуризма, скалолазания. Развитию спелеотуризма способствует то, что горы сложены мезозойскими карстующимися породами - известняками, мергелями, гипсами, доломитами. Карстовый тип рельефа - один из самых распространенных в Горном Крыму, является не только объектом для экскурсионного показа, но и для организации природоориентированных туров.

Таблица 1

## Шкала рекреационной оценки рельефа территории (по В.Б. Нефедовой [1])

Категория рельефа	Характеристика рельефа
Наилучший	Горный и предгорный рельеф Пересеченный: грядово-холмистый, увалисто-холмистый и эрозионно-расчлененный рельеф
Хороший	Увалистый, ступенчатый пересеченный, эрозионно-расчлененный рельеф
Удовлетворительный	Волнистый или слабо пересеченный рельеф
Плохой	Плоско-волнистый рельеф
Весьма плохой	Плоский рельеф или горный (труднодоступный) рельеф

Литогенная основа Горного Крыма способствует организации спортивно-оздоровительных пешеходных и горных путешествий, велосипедных прогулок, скалолазания. В соответствии со шкалой рекреационной оценки рельефа территории (по В.Б. Нефедовой [1]), рельеф региона можно отнести к категории «наилучший» для организации рекреации и туризма.

Таблица 2

## Оценка рельефа для лечебно-оздоровительного отдыха

Параметр	Степень благоприятности рельефа		
	благоприятный	относительно благоприятный	неблагоприятный
Глубина расчленения, м	30-60	10-30	Менее 10
Густота расчленения, км	Менее 1	1-3	Более 3
Крутизна склонов, град	3-5	5-10	Менее 3; более 10
Характер поверхности	крупнохолмистый или грядовый рельеф	слабохолмистая и волнистая местность	ровная поверхность

Глубина расчленения в Горном Крыму составляет 10-30 м, густота расчленения – 0,5 - 1,5 км, крутизна склонов составляет 5-10°. Все эти параметры способствуют развитию лечебно-оздоровительного туризма. При оценке территории для лечебно-оздоровительного отдыха необходимо указывать абсолютные отметки высот местности и степень благоприятности рельефа. Таким образом, рельеф Горного Крыма можно оценить как «относительно благоприятный».

Оценка рельефа для спортивного туризма проводится с учетом возможности проведения категорийных пеших, велосипедных походов, развития авто и мототуризма. Рельеф для спортивного туризма имеет разные категории сложности, в зависимости от крутизны и степени устойчивости склонов к рекреационным нагрузкам.

Рельеф Горного Крыма так же благоприятен для спортивного туризма, в частности для проектирования туристских трасс средних и высоких уровней сложности. Наиболее подходящим ландшафтно-геоморфологическим потенциалом обладают склоны и водораздельные поверхности Внутренней куэсты и Главной гряды. Именно эти горные гряды пользуются у туристов наибольшей популярностью и привлекательностью, обладая разнообразными геоморфологическими туристскими ресурсами.

Важным параметром при оценке геоморфологических условий для целей туризма и рекреации является степень устойчивости склоном к рекреационным нагрузкам.

Таблица 3

## Степень устойчивости склонов к рекреационным нагрузкам

Крутизна склонов, град	Степень устойчивости склонов
0-10	Устойчивые
11-15	Относительно устойчивые
16-40	Малоустойчивые
Более 40	Неустойчивые

Наиболее привлекательными районами с точки зрения ландшафтно-геоморфологического разнообразия являются районы, также расположенные в пределах Внутренней куэсты и Главной гряды. Наименее привлекательными, в силу однородности рельефа, являются районы, расположенные в пределах Внешней куэсты.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Горный Крым обладает благоприятным рельефом, позволяющим организовывать туристско-рекреационную деятельность, использующую ландшафтно-геоморфологические ресурсы. Это, прежде всего, лечебно-оздоровительный отдых и спортивный туризм низких и средних категорий. В целом, можно сделать вывод о том, что ландшафтно-геоморфологический потенциал играет ведущую роль в развитии туризма и рекреации и является определяющим степени привлекательности конкретных районов для целей туризма.

#### Список используемых источников:

1. Нефедова В.Б. Природные рекреационные ресурсы России и методы их оценки // География на рубеже веков: проблемы регионального развития. Материалы международной научной конференции. Курск, 1999. с. 191-193

УДК 338.48(075.8)

**Печерица Е.В.**, к.с.н., доцент  
доцент кафедры экономической безопасности  
ФГБОУ ВО «СПбГЭУ»,  
г. Санкт-Петербург

### ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРНЫЕ РЕСУРСЫ ЮФО И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

**Печерица Е.В. Природно-климатические и культурные ресурсы ЮФО и их влияние на развитие туризма в регионе.** В работе рассматриваются вопросы развития туризма в ЮФО в контексте имеющихся природно-климатических и культурных ресурсов. Делается вывод о перспективности развития на территории данного региона бальнеологии, спортивного и экологического видов туризма.

**Pecheritsa E.V. Natural and climatic and cultural resources of the Southern Federal District and their impact on the development of tourism in the region.** The paper considers the development of tourism in the Southern Federal District in the context of available natural, climatic and cultural resources. It is concluded that the development of balneology, sports and ecological tourism is promising in the region.

**Ключевые слова:** туристские ресурсы, регион, кластер, туризм, ЮФО.

**Постановка проблемы.** Субъекты Российской Федерации обладают мощным потенциалом развития внутреннего и въездного туризма. Одним из базовых принципов в соответствии со Стратегией национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года и Стратегией развития туризма в Российской Федерации до 2020 года относится рациональное природопользование. Поэтому одной из важнейших задач, имеющих народнохозяйственную задачей является поддержка развития внутреннего туризма на основе сбалансированного потребления, использования современных технологий производства и продвижения туристского продукта в туристских дестинациях РФ.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Рассмотрением вопросов развития туризма в контексте региональной экономики занимались отечественные ученые, такие как: Т.И. Безденежных [1], Е.Е. Шарафанова [2], Рубан Д.А. [3], Никитина О.А. [4] и др.

Отдавая должное большому вкладу ученых в решение проблем, связанных с развитием внутреннего туризма, можно отметить в полученных ими методологических и практических результатах дискуссионность и недостаточную разработанность вопросов, связанных с выбором видов туризма, перспективных для каждого федерального округа. Туристско-рекреационный комплекс является одной из базовых отраслей ЮФО. В свою очередь, в настоящий момент в Российской Федерации сложилась благоприятная ситуация для развития внутреннего туризма, данное обстоятельство и обусловило выбор темы исследования.

**Цель статьи.** Целью исследования является анализ туристских ресурсов в ЮФО и выявление наиболее перспективных видов туризма для развития внутреннего туризма в ЮФО.

**Изложение основного материала.** Юг России по праву называют главной здравницей страны. Богатство, разнообразие и привлекательность рекреационных ресурсов, значительные природно-климатические, исторические и социокультурные активы обуславливают развитие туристско-рекреационного бизнеса и превращение его в одну из базовых отраслей специализации субъектов Российской Федерации, входящих в Южный федеральный округ. Рассмотрим природно-климатическую характеристику регионов ЮФО (табл. 1).

Природно-климатическая характеристика регионов ЮФО

Субъект	Климат	Средняя t	Главные реки	Озера
Республика Адыгея	Умеренный	Январь -2 С Июль +22 С	р. Белая, р. Лаба	о. Хуко.
Астраханская область	Континентальный сухой	Январь -10 С - 20С Июль +35С...+45С	р. Волга, р. Камызяк, р. Болда	о. Баскунчак, о. Тинаки
Волгоградская область	Засушливый, с резко континентальный	Январь от -8 до -12, Июль от 23 до 25.	р. Волга, р. Медведица, р. Дон, р. Хопер	о. Эльтон, о. Булухта, Сарпинские озера
Республика Калмыкия	Континентальный, резко континентальный	Средние температуры января по всей республике отрицательные: от -7... -9 °С в южной и юго-западной её части до -10... -12 °С на севере. Июль: +23,5...+25,5 °С	р. Волга, р. Егорлык, р. Кума, Западный и Восточный Маныч	о. Маныч-Гудило, о. Сарпинское и о. Состинское
Краснодарский край	Умеренно-континентальный, на Черноморском побережье от Анапы до Туапсе — полусухой средиземноморский климат, южнее Туапсе — влажный субтропический	Средняя температура января на равнине -3... -5 °С, на Черноморском побережье 0...+6 °С, в Сочи +5,9 °С. Средняя температура июля +22...+24 °С.	р. Кубань, р. Ея, р. Анапка, р. Сукко, р. Дюрсо	о. Абрау, о. Ханское, о. Карасун
Ростовская область	умеренно-континентальный	январь - -4,4 °С. июль - +22,9 °С.	Северский Донец, Дон, Аксай, Ея, Кагальник;	Манычские озёра, Грузское озеро
Республика Крым	три основных типа климатов: степной умеренно континентальный с жарким сухим летом и прохладной влажной зимой, горно-лесной слабо-континентальный с теплым, относительно влажным летом и прохладной влажной зимой, южнобережный суб-средиземноморский слабо-континентальный с жарким сухим летом и относительно теплой, влажной зимой.	январь - 4 °С. июль - +23,7 °С.	Салгир, Альма и Кача, Дерекойка, Авупда, Улу-Узень, Учуп-Су.	Сасык-Сивашское, Сакское озеро, Донузлав, Старое, Геническое
г. Севастополь	субтропический	январь - 2,9 °С. июль - +22,4 °С.	Бельбек, Черная речка	Чернореченское водохранилище

Для большей части ЮФО характерен степной климат умеренного пояса - с жарким летом, относительно холодной зимой и общим равномерным по сезонам недостаточным увлажнением. Средние температуры самого холодного месяца от -7 до +2 и даже +4 на черноморском побережье, самого теплого от +20 до +24. На востоке лежит зона полупустынь со скудным увлажнением, ср. темп. самого холодного месяца от -7 до -3, самого теплого от +23 до +26. На черноморском побережье Краснодарского края от Туапсе до Адлера лежит полоса влажного климата, часто относимого к субтропическому, ср. темп. самого холодного месяца от +5 до +7, самого теплого от +23 до +25, осадки превышают испаряемость и наблюдается их зимний максимум. Рядом, в горах Кавказа,

климатические условия меняются с высотой. С высотой падает температура, а количество осадков на наветренном склоне растет. Климат ЮФО разнообразен. Большое влияние на температурный режим оказывает Черное море, особенно на прилегающие к нему районы.

Перейдем к рассмотрению туристских ресурсов - природных и культурных.

Таблица 2

Туристские ресурсы (природные и культурные) в регионах ЮФО

Субъект	Ресурсы	
	Природные	Культурные
Республика Адыгея	Адыгейский филиал Кавказского государственного биосферного заповедника, уголья которого занимают площадь 94 тыс. га. Территория заповедника представляет собой эталон уникальных экосистем и популяций генофонда Западного Кавказа	Кавказский государственный природный биосферный заповедник, Даховский мост, Казачий камень
Астраханская область	Река Волга, Астраханский биосферный государственный заповедник и государственные природные заказники регионального значения – «Богдинско-Баскунчакский» и «Ильменно-бугровой»	Астраханская пирамида Голода, Хошеутовский хурул Храм Рождества Пресвятой Богородицы
Волгоградская область	Природный парк Щербаковский, река Волга	парк-музей Русской Сказки им. А.С. Пушкина Шукшинский утёс, Дубовский Свято-вознесенский женский монастырь, Свято-Вознесенский Кременской мужской монастырь
Республика Калмыкия	природный парк «Волго-Ахтубинское междуречье», 9 заказников («Тингута», «Морской Бирючок», «Каспийский», «Чограйский», «Зунда», «Южный», «Состинский», «Ханата» и «Лесной») и 9 памятников природы («Городовиковская дубовая роща», «Цоросовская лесная роща», «Дубовая роща» (Яшалтинский район), «Дубовая роща» (Элиста), «Одинокий тополь с каскадом родников», «Санаторная роща», Группа родников «Киитн булг», «Остров тюльпанов», «Байрачный лес»)	Белые ворота Лаганские хурулы
Краснодарский край	Черное море, Азовское море, Дендрарий в Сочи; Дольмены Геленджика. На территории Краснодарского края расположены поразительные по своей красоте и уникальности природные комплексы, представляющие огромное значение не только в масштабах страны, но и для международного сообщества. Среди особо охраняемых территорий края - объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Западный Кавказ», в который вошел Кавказский государственный природный биосферный заповедник, и 2 территории водно-болотных угодий международного значения - «Группа лиманов между рекой Кубань и рекой Протокой» и «Ахтаро-Гривенская система лиманов». Помимо этого, на территории региона находятся Сочинский Национальный парк, 16 заказников федерального и регионального уровня, более 400 памятников природы.	Ривьера в Сочи; Александровский источник; Атамань; Геленджикский историко-краеведческий музей; Дворец зимнего спорта «Айсберг»; Дом-музей «Дача Сталина» в Сочи; Музей шампанского «Абрау-Дюрсо»; Олимпийский парк Сочи; Православный комплекс «Святая ручка»; Руины крепости в Лоо; Сафари-парк в Геленджике; Скала Киселева
Ростовская область	Заказник «Цимлянский»; Набережная Ростова-на-Дону; Ботанический сад Южного Федерального университета; Парк им. Горького в Таганроге	Новочеркасский Вознесенский кафедральный собор; Полковой храм Азовской иконы Божьей матери; Археологический музей-заповедник Танаис
Крым	Разнообразие природных ландшафтов — от степных на севере до покрытых лесами Крымских гор в южной части. Богатство Крыма — это его климат, для которого характерно обилие солнца, тепла и	Херсонес Таврический, галерея Айвазовского, Ливадийский дворец,

Субъект	Ресурсы	
	Природные	Культурные
	света. Особенности циркуляции воздуха в сочетании с влиянием Черного, Азовского морей и Крымских гор формируют три основных климатических района: степной, горный и южно-бережный. курорты: Ялта, Алушка, Симеиз, Гурзуф, Мисхор, Ливадия, Форос, Керчь, Алушта.	Воронцовский дворец, Храм-маяк Святого Николая Чудотворца, массандровский дворец, Армянская церковь в Ялте, Гурзуфский парк, Ласточкино гнездо, Судакская церковь, мечеть Джума-Джами, Текие Дервишей, Караимские кенасы, Бахчисарайский дворец, Чуфут-Кале, Аджимушкайские каменоломни, крепость Ени-Кале
г. Севастополь	30% территории Севастопольского региона — заповедные зоны. Мыс Фиолент. Черное море	Музей героической обороны и освобождения Севастополя, Памятник затопленным кораблям, Графская пристань, Оборонительная стена седьмого бастиона, Константиновский рavelин

Таким образом, можно сделать вывод о том, что культурные и природные ресурсы ЮФО крайне разнообразны и представляют огромный интерес для туристов.

Таблица 3

Виды туризма и средства размещения в регионах ЮФО (данные по количеству средств размещения взяты автором на 1 сентября 2017 года)

Субъект	Виды туризма	Средства размещения	Кол-во гостиниц
Республика Адыгея	Деловой Медицинский Спортивный Экологический	Отели, базы отдыха, меблированные комнаты, В&В.	Booking.com - 152 Tripadvisor.ru – <u>Отели</u> (2) <u>В&amp;В/мини-отели</u> (53) <u>Другие варианты</u> (87)
Астраханская область	Круизный Культурный Экологический	Отели, меблированные комнаты, В&В, общежитие для приезжих, мотель	Booking.com - 170 Tripadvisor.ru <u>Отели</u> (18) <u>В&amp;В/мини-отели</u> (81) <u>Другие варианты</u> (70)
Волгоградская область	Деловой Круизный Спортивный Культурный Религиозный	Отели, меблированные комнаты, В&В, общежитие для приезжих, мотель	Booking.com Отели:293 Tripadvisor.ru <u>Отели</u> (2) <u>В&amp;В/мини-отели</u> (53) <u>Другие варианты</u> (87)
Республика Калмыкия	Экологический Спортивный Религиозный Событийный	Отели, меблированные комнаты, общежития для приезжих	Booking.com - 17 Tripadvisor.ru -
Краснодарский край	Деловой Медицинский (бальнеологический) Культурный Экологический Спортивный Рекреационный	Отели, меблированные комнаты, мотель, пансионат, общежитие для приезжих, В&В.	Booking.com – 10753 Tripadvisor.ru - Отели (542) В&В/мини-отели (3147) Другие варианты (4749)
Ростовская область	Деловой Религиозный Спортивный Круизный	Отели, меблированные комнаты, мотель, пансионат, общежитие для приезжих, В&В.	Booking.com - 700 Tripadvisor.ru <u>Отели</u> (61) <u>В&amp;В/мини-отели</u> (277) <u>Другие варианты</u> (283)

Крым	Культурный Экологический Спортивный Рекреационный Медицинский	Отели, частный сектор, пансионаты	Booking.com - 5088 Tripadvisor.ru - 8
г. Севастополь	Деловой Спортивный, Экологический	Отели, частный сектор, пансионаты	Booking.com - 597 Tripadvisor.ru - 15

Из таблицы 3 очевиден вывод, что на территории ЮФО существуют 3 наиболее перспективных вида туризма медицинский (бальнеологический), спортивный и экологический.

В целях становления конкурентоспособных направлений регионального туристско-рекреационного бизнеса в регионах Юга России осуществляются масштабные инвестиционные проекты, в том числе по развитию инфраструктурного обеспечения.

Катализатором выступило проведение в г. Сочи XXII Зимних Олимпийских игр, а также создание сети особых экономических зон туристско-рекреационного типа (в частности, на территориях Краснодарского края и Республики Адыгея). После проведения Олимпийских игр регион унаследовал значительное количество спортивных объектов и сооружений, соответствующих мировому стандарту горноклиматических курортов. Наряду с горнолыжными спортивно-туристическими комплексами созданы федеральные центры по подготовке спортсменов как по летним, так и по зимним видам спорта.

Огромную роль в развитии туризма в ЮФО сыграло воссоединение Крыма с Россией 18 марта 2014 года.

Южный федеральный округ обладает значительными ресурсами для развития бальнеологии. В настоящее время этот ресурс используется недостаточно. Создаваемый гостиничный фонд в сочетании с природными активами даст возможность для круглогодичного лечения и будет служить одним из факторов выравнивания сезонного колебания потока туристов.

В целях устойчивого роста туристско-рекреационного комплекса в Южном федеральном округе предусматривается обеспечить активное развитие, как минимум, пяти туристических кластеров:

- пляжный туризм (Черноморское побережье Кавказа, Приазовье, Каспий, Крым);
- горный туризм (Красная Поляна, Апшеронский район (Лагонаки), Крым);
- оздоровительный туризм (Горячий ключ, Озеро Эльтон, Крым);
- экологический туризм (Дельта Волги, Майкоп, Крым);
- культурно-познавательный туризм (Краснодар, Крым, Ростов-на-Дону, Волгоград, Элиста и другие этнографические зоны в Республике Калмыкия, Туапсе, Сочи и др.).

Таким образом, Южный Федеральный округ, благодаря своей развитой инфраструктуре и количеству выдающихся природных объектов, причислен к наиболее перспективным и популярным среди российского населения регионам.

#### **Список используемых источников:**

1. Безденежных Т.И., Макенов М.М. Социально-экономическое развитие регионов России: проблемы и пути решения. Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. № 3 (438). С. 541-552.
2. Artal-Tur A., Romanova G., Del Mar Vazquez-Mendez M., Vapnyarskaya O., Kharitonova T., Ilkevich S., Sakharchuk E., Allen D., Roden S., Sharafanova E., Pecheritsa E., Pulido-Fernandez Ju.I., Ward-Perkins D., Krukova O., Vetitnev A., Keup M., Belosluttseva L., Garcia Sanchez A., Fedulin A. Tourism in Russia: a management handbook. Bingley, 2015.
3. Понедельник А.А., Зубрилина О.А., Гнездилова В.В., Рубан Д.А. Идентичность туристских дестинаций России как вызов для национальной безопасности. Вестник Прикамского социального института. 2016. № 2 (74). С. 41-46.
4. Никитина О.А. О необходимости создания социально-ориентированной системы обеспечения россиян санаторно-оздоровительными услугами. Фундаментальные исследования. 2014. № 6-2. С. 320-324.

**К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ**

**Полякова А.В. К вопросу об уровне качества услуг размещения туристов.** Статья посвящена изучению факторов влияющих на формирование уровня качества предоставления гостиничными предприятиями услуг по размещению потребителей туристической отрасли. Результаты исследований позволят контролировать уровень предоставляемого комфорта и повысить качество оказываемых гостиницей услуг.

**Polyakova A.V. To the question about the level of service quality of tourist accommodation.** The article is devoted to the study of the factors influencing the formation of quality level of enterprises providing hotel accommodation services consumers of the tourism industry. The research results will allow you to control the level of comfort and increase the quality of rendered hotel services.

**Ключевые слова:** гостиница, уровень качества, услуги размещения, иерархическая структура показателей качества, причинно-следственная диаграмма Исикавы.

**Постановка проблемы.** Туристическая отрасль коренным образом связана с гостиничным хозяйством, так как не возможно себе представить оказание продолжительных туристических услуг без размещения потребителей с целью организации их ночлега в отдалении от места их постоянного проживания. Поэтому средства размещения индустрии гостеприимства являются основным инфраструктурным элементом, необходимым для функционирования туризма. Услуги гостиниц отличаются рядом важных особенностей. Потребитель обычно присутствует в процессе предоставления услуги, т. е. имеет тесный контакт при взаимодействии с производителем, при этом персонал гостиницы рассматривается клиентом, как неотделимая часть услуги. Это влечет за собой выполнение неоспоримого требования - более высокой степени индивидуализации труда работников гостиницы в соответствии с выявленными потребностями потребителя. Человеческий фактор в данной ситуации оказывает весомое влияние на окончательный результат – получение услуги, и коренным образом формирует ее качество. Поэтому особенно важным является стремление предприятия к максимальному удовлетворению, посредством оказываемой гостиничной услуги, существующих потребностей туристов.

**Цель статьи.** Целью данной работы является изучение факторов влияющих на качество услуг размещения туристов с помощью современных методов управления качеством для последующей разработки рекомендаций и предложений способствующих улучшению производства гостиничных услуг.

**Изложение основного материала.** Услуги размещения представляются как предварительно проведенные мероприятия гостиницей и последующие действия гостиничного персонала в процессе обслуживания, в результате которых турист получает возможность воспользоваться предложенными условиями организации собственного ночлега, а также удовлетворения других его потребностей возникших вдали от дома. Во многом качество услуг размещения – это правильно определенные потребности туристов с последующим их удовлетворением. В соответствии с этим гостиничным предприятиям следует придерживаться концепции предоставления тех услуг, которые максимально соответствуют выявленным потребностям гостей.

Непосредственное впечатление о качестве услуг размещения клиент начинает формировать на месте – при первом контакте и осмотре прилегающей гостиничной территории и самого здания. В дальнейшем оно укрепляется в процессе предоставления услуг гостиницей, т.е. когда клиент вступает в сферу деятельности предприятия и чувствует себя объектом процесса обслуживания. Субъективный опыт потребителя играет существенную роль при формировании его удовлетворенности и его суждении об уровне качества полученных услуг. Услуги средства размещения характеризуются материальной и нематериальной (функциональной) составляющей. Это отражается в различных элементах восприятия качества потребителями: «что нас окружает» и «как нас обслуживают». Поэтому важным условием, обязательным для выполнения гостиничным предприятием, является обеспечение осведомленности потребителя об уровне технологического и функционального комфорта, который может быть представлен предприятием в процессе оказания услуг размещения.

Для определения уровня качества услуг размещения туристов в гостинице необходимо определить основные показатели, обуславливающие в комплексе уровень качества конкретного объекта. С учетом принципов стандартной методики комплексной оценки качества все показатели качества группируют в иерархическую структуру [1, С.186], которая имеет возможность иллюстрировать некоторые свойства, являющиеся существенными при определении уровня качества услуг размещения. В зависимости от категории гостиницы численные характеристики некоторых показателей качества будут различаться, это будет влиять на суммарный уровень качества предоставляемых услуг.



Примерная иерархическая структура показателей технического качества услуг размещения туристов (рис.1) включает в себя четыре групповых показателя: микроклиматические условия помещения, техническое обеспечение, эстетические факторы, материально-техническое оснащение. Далее в структуре представлены группы показателей второго и в некоторых случаях третьего порядков.

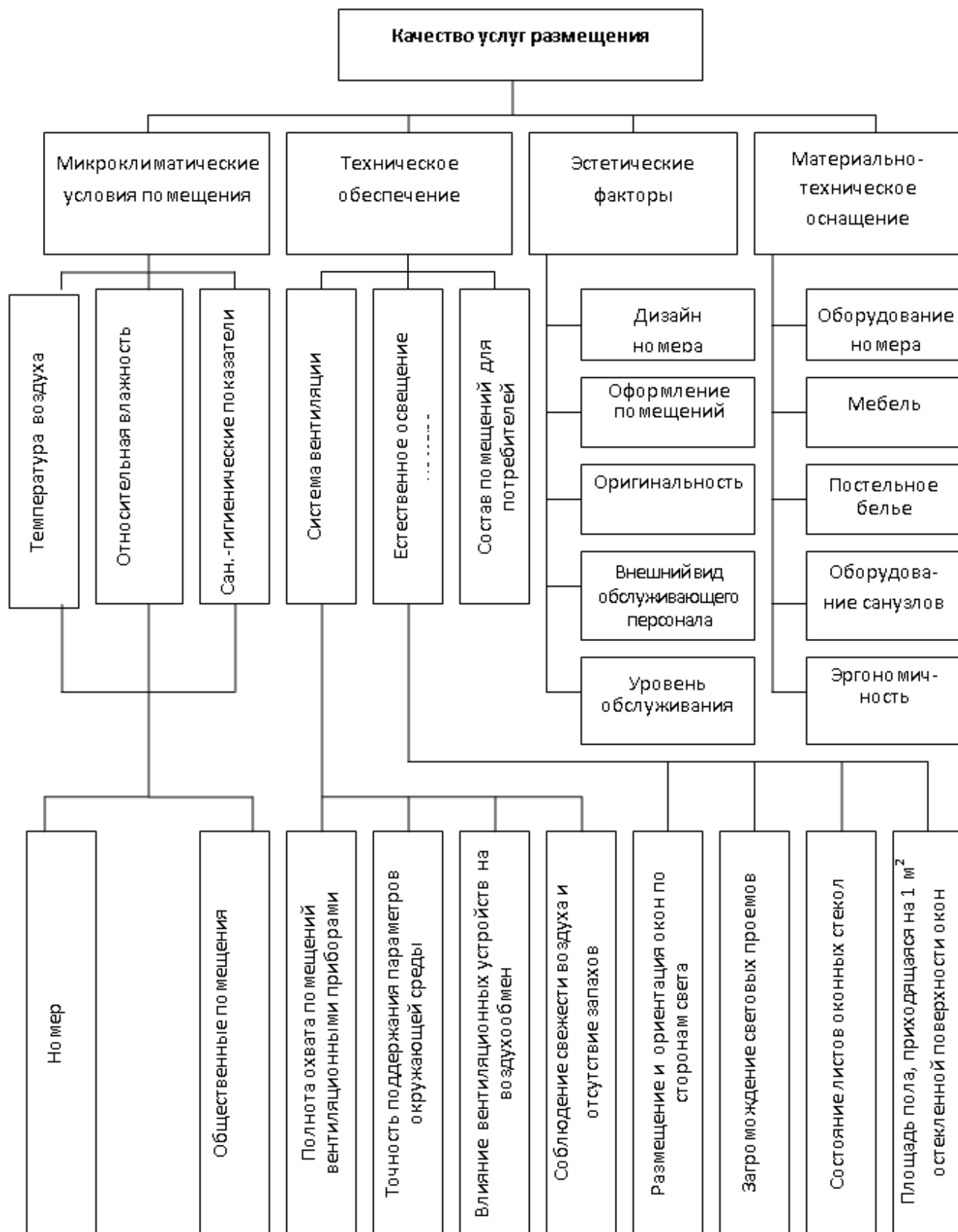


Рис. 1 – Иерархическая структура показателей технического качества услуг размещения

Для количественной оценки технического качества услуг размещения туристов, представленных показателей в иерархической структуре не достаточно, их следует детализировать, а именно, определить показатели третьего и четвертого порядков, для которых можно было бы в дальнейшем установить их численные значения, таким образом продолжить иерархическую структуру показателей.

Как было сказано ранее, второй составляющей качества гостиничной услуги размещения является функциональный комфорт. Суммарная работа персонала предприятия формирует данную позицию. Требования к профессиональной пригодности персонала гостиницы достаточно высоки. Важным составляющим организационной структуры является культура обслуживания – выработка, и соблюдение определенных правил, процедур, практических умений и навыков в процессе предоставления услуг. Культура обслуживания диктуется политикой предприятия и поддерживается системой поощрений работников.

Для определения факторов влияющих на формирование качества услуг размещения использовали причинно-следственную диаграмму Исикавы [2] (рис. 2). Она позволяет описать и проанализировать исследуемый объект, в простой и доступной форме систематизировать все потенциальные причины возможных проблем, выделить существенные и произвести поиск первопричин, а также устранить проявление негативных факторов, предупреждая этот процесс.

Так, фактор обусловленный работой персонала гостиничного предприятия должен рассматриваться в следующем направлении. На качество услуги размещения влияет количество работающего персонала, его квалификация, обусловленная имеющимся багажом знаний, умений и навыков, а также опытом работы на аналогичных объектах. При этом, наличие сформированной политики в области обслуживания, выработанного имиджевого поведения персонала, введение корпоративной культуры и других обязательных стандартов обслуживания в гостинице позволяет в дальнейшем контролировать соблюдение существующих инструкций и процедур, а также исполнения технологической дисциплины персонала предприятия. Еще одним немало важным фактором является искренняя заинтересованность работающего персонала в проведении высококачественного обслуживания гостей предприятия. Наряду с проведением кадровой политикой, учитывающей профессионализм будущих работников, при формировании штата предприятия следует уделять особое внимание личностным качествам соискателей. Постоянная мотивация и стимулирование персонала, нацеленные на добросовестное выполнение всех разработанных требований гостиничного предприятия, являются составляющими успешности формирования функционального комфорта потребителя гостиничных услуг размещения.



Рис. 2 – Причинно-следственная диаграмма качества услуг размещения туристов

**Выводы.** Таким образом, изучение факторов влияющих на формирование качества услуг размещения туристов позволяет в дальнейшем выработать определенный механизм действий, учитывающий потенциальные риски снижения уровня качества данного объекта. Оценка качества услуги с использованием современных методик способствует усовершенствованию процесса производства, достижения лучших результатов и повышения конкурентоспособности предприятия в целом.

#### Список используемых источников:

1. Топольник В.Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 392с.
2. Диаграмма Исикавы и ее автор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[www. point-v.ru/stati/diagramma-isikavyi.html](http://www.point-v.ru/stati/diagramma-isikavyi.html)>

УДК 338.48

**Полянская Н.М.**, к.э.н., доцент, доцент  
ФГБОУ ВО «Бурятский госуниверситет»,  
г. Улан-Удэ

**Занданова О.Ф.**, к.э.н., доцент, доцент  
ФГБОУ ВО «Бурятский госуниверситет»,  
г. Улан-Удэ

### КЛЮЧЕВЫЕ ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

**Полянская Н.М., Занданова О.Ф. Ключевые принципы устойчивого развития туризма.** В работе рассматриваются вопросы развития туризма с точки зрения концепции устойчивого развития территории. Изложены ключевые подходы к организации местного самоуправления в контексте устойчивого развития. Обоснована необходимость развития и адаптации инфокоммуникационных технологий и баз данных, используемых в системе управления развитием туризма в рамках конкретной территории.

**Polyanskaya N.M., Zadanova O.F. Key principles of sustainable tourism development.** In the work the questions of development of tourism from the point of view of the concept of sustainable development of the territory. The key approaches to the organization of local self-government in the context of sustainable development are outlined. The necessity of development and adaptation of infocommunication technologies and databases is grounded, which are used in the management of tourism development within a specific territory.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, управление, территория, туризм.

**Постановка проблемы.** Туризм относится к числу наиболее динамичных, высоко привлекательных с инвестиционной точки зрения видов предпринимательской деятельности, оказывающих значительное влияние на характер и темпы социально-экономического развития территории. Для 38% стран мира туризм выступает как главный фискальный фактор, а для 83% государств – входит в пятерку главных бюджетообразующих факторов [2, С. 45].

Вместе с тем, положительное влияние туризма на региональную среду возможно только при условии достижения устойчивости его развития.

На наш взгляд, рассматривать возможности устойчивого развития туризма целесообразно, опираясь на основополагающие принципы устойчивого развития территории.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В настоящее время проблема экономической устойчивости является актуальной для гармонизации взаимоотношений трех структурных подсистем – «трех китов» – человека, экономики и окружающей среды. Осознание проблем концепции устойчивого развития в современных условиях базируется на поиске оптимального механизма (методов, инструментов и т.д.) управления всеми имеющимися ресурсами при сохранении основных свойств окружающей природной среды [2, С. 58].

**Изложение основного материала.** Условия и обстоятельства управления территориями во всем мире, в том числе, в России, за последние десятилетия претерпели существенные изменения. Поэтому все более

актуальными становятся вопросы обеспечения устойчивого социально-экономического развития отдельных территорий и мира в целом.

Термин «устойчивое развитие» получил широкое распространение после публикации доклада «Наше общее будущее», подготовленного Комиссией Брунтланд, где это понятие сформулировано так: «Устойчивое развитие – это такое развитие, при котором удовлетворяются потребности настоящего времени, но не ставится под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности» [5, С. 279]. Т.е., это такое развитие человечества, при котором не разрушается природная база этого развития: воспроизводится пригодная для существования человека окружающая среда, поддерживается достаточная ресурсная база, сохраняется геном человека. При этом новая стратегия развития цивилизации должна исходить не из приоритетов сегодняшнего дня, а сделать попытку поставить нынешнее и будущие поколения на одну ступень, приравнять их по возможностям удовлетворения жизненных и хозяйственных потребностей.

В своей основе концепция устойчивого развития ориентирована на возможность равновесной коэволюции человеческой и природной подсистем. В природной подсистеме эти возможности обеспечены действием объективных естественных законов и механизмов – физических, химических, биологических – и подтверждены самим фактом существования жизни на Земле вот уже более трёх миллиардов лет. Однако в человеческой подсистеме, а значит, и в общей системе «человек природа» действуют другие, искусственные законы и механизмы, далеко не адаптированные порой к самой себе, а тем более к природной системе. Вырвавшись в своё время из-под власти природы и лишённый ее регуляторов и тормозов, человек, как правило, не знает меры в своих устремлениях.

Каждый экономически грамотный гражданин, равнодушный к будущему своей страны и своей малой родины, осознает, что в настоящее время назрела объективная необходимость выработки и запуска механизмов адаптации, сдерживающих неразумные, зачастую эгоистичные, потребительские устремления человечества. Целью при этом должна стать перестройка общепринятой системы ценностей, а вместе с ней – и всей современной системы экономических взаимоотношений в обществе.

Итак, устойчивый туризм (sustainable tourism) – туризм, который одновременно способен удовлетворять потребности современных туристов, местного населения и в то же время сохранять и увеличивать возможности для будущих поколений.

Устойчивый туризм подразумевает создание долгосрочных условий, как для развития собственно туризма, так и для сохранения природных и рекреационных ресурсов, социальных и этнокультурных ценностей общества. Следовательно, главная его цель должна заключаться в достижении более высокого уровня жизни населения путем обеспечения стабильного экономического роста, сохранения и приумножения для будущих поколений имеющихся экологических благ и природного капитала. Такой подход соответствует мировым тенденциям развития туризма, которые определяют формирование нового туристского бренда, заключающегося в том, что высокая сохранность природных и этнокультурных комплексов является непременным условием устойчивого развития.

Таким образом, устойчивый туризм – относительно молодая концепция экологически безопасного туризма – является по своей сути производной от концепции устойчивого развития, предполагающей интеграцию социальных, экономических и экологических аспектов в разработке и принятии управленческих решений и практической деятельности.

Необходимо отметить, что основополагающие принципы, факторы и модели устойчивого развития, признанные во всем мире, наиболее характерны и применимы для нижнего уровня управления в России – местного самоуправления [3, С. 108].

Органы местного самоуправления в ходе разработки стратегических программ развития территории должны придерживаться следующих основных принципов устойчивого развития:

- В центре внимания должны быть люди (то есть, население данной территории), которые должны иметь право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой;
- Охрана окружающей среды должна стать неотъемлемым компонентом процесса развития территории и не может рассматриваться в отрыве от него;
- Удовлетворение потребностей в развитии и сохранении окружающей среды должно распространяться не только на нынешнее, но и будущие поколения;
- Чтобы добиться устойчивого развития, территория должна исключить или уменьшить функционирование моделей производства и потребления, не способствующих этому развитию.

Ключевыми условиями, детерминантами устойчивого развития выступают его «три кита»:

- Экологический фактор (экологическая граница коридора, в котором должна развиваться территория);
- Экономический фактор (преобразование и адаптация рыночной системы, регулирование рыночных механизмов, обеспечение финансовой устойчивости);
- Социальный фактор (права человека, демография, социальная справедливость, развитие сельских поселений).

Урбанизация общества является частью экономического развития, однако во все большем числе городов проявляются симптомы экологического и экономического кризиса – от загрязнения воздуха и засорения территории города бытовыми отходами до живущих на улицах бездомных людей и «домашних» животных.

Несомненно, в любом населенном пункте в первую очередь следует обеспечить стабильное снабжение населения питьевой водой и элементарную систематическую, комплексную уборку мусора. Эти функции, как правило, возлагаются на подразделение в составе местной администрации, занимающееся вопросами муниципального хозяйства.

В круг основных задач такого подразделения должны входить: организация в границах муниципального образования электро-, тепло- и водоснабжения населения, водоотведения; организация сбора, вывоза, утилизации и переработки бытовых и производственных отходов; осуществление координации и функционального регулирования деятельности в областях ЖКХ, природопользования и охраны окружающей среды; организация благоустройства и озеленения территории и др. [1, С. 88].

Местное население и гости города не должны испытывать на себе серьезные бытовые и хозяйственные трудности, поэтому органы местного самоуправления обязаны в полной мере справляться с возложенными на них функциями и выполнять все поставленные задачи.

Применительно к градостроительной практике, устойчивое развитие населенных пунктов означает обеспечение благоприятных условий проживания населения градостроительными средствами, в т. ч. ограничение вредного воздействия хозяйственной или иной деятельности на окружающую природную среду и ее рациональное использование в интересах настоящего и будущих поколений. Организация работы в этой сфере, как правило, возлагается на подразделение, ответственное за дорожное хозяйство, строительство, реконструкцию и капитальный ремонт зданий и сооружений, а также строительную индустрию. Такое подразделение призвано контролировать работу относящихся к нему объектов искусственных сооружений и координировать в этой сфере деятельность территориальных и иных отраслевых органов в границах данной территории.

В программах строительства акценты должны ставиться на использование местных, экологически безопасных материалов, энергетически эффективных проектов, а также трудоемких технологий, которые помогут обеспечить занятость местного населения.

Стратегии развития транспорта должны быть направлены на снижение потребности местного населения и гостей в личных автомобилях и стимулирование эффективного общественного транспорта, а также развитие протяженной сети дорожек для пешеходов и велосипедистов. Муниципальный транспорт должен одинаково стабильно обслуживать, как центральную часть города, так и его отдаленные районы. Застройка и размещение элементов инфраструктуры должны планироваться таким образом, чтобы уменьшить потребность населения и туристов в дальних поездках для удовлетворения своих повседневных нужд.

Необходимы целевые программы поощрения энергосберегающих технологий и технологий, основанных на возобновляемых источниках энергии (энергия солнца, воды, ветра, биомассы). Так, существенной особенностью климата Крыма является большая продолжительность солнечного сияния – 1900-2200 часов, что создаёт возможности прогрессивного развития нетрадиционного вида энергетики – солнечной. Поэтому использование энергии солнца является рациональным, а в перспективе – эффективным. Безусловно, в ближайшем будущем это потребует значительных инвестиций в создание соответствующих энергетических мощностей и инфраструктуры. Пока же лишь некоторые хозяйствующие субъекты используют солнечные батареи. Для того чтобы привлечь туристов, а также снизить уровень миграции в другие регионы и города, органы местного самоуправления должны постоянно улучшать условия жизни в своем населенном пункте и поощрять развитие социально и экономически важных производств и сфер деятельности.

Ввиду наибольшей близости к населению, органы местного самоуправления (МСУ) могут играть очень важную роль в просвещении населения по вопросам устойчивого развития и в мобилизации населения в целях достижения такого развития. Муниципальным должностным лицам необходимо консультироваться с отдельными гражданами и предпринимателями с целью сбора информации и достижения общего согласия по поводу стратегий устойчивого развития. Такое общее согласие поможет своевременно внести адекватные изменения в местные программы, политику и нормативные акты для того, чтобы достичь стратегических целей развития города. Одной из таких целей должно стать социально ответственное экономическое развитие при неременной защите и бережном использовании ресурсной базы и окружающей среды с учетом интересов и благополучия будущих поколений.

Стратегии должны разрабатываться при широком вовлечении различных слоев населения, включая государственные органы управления и контроля, деловые круги и общественность. Они должны основываться на оценке существующего положения и имеющихся инициатив. При этом должны быть проработаны и объединены данные всех структурных подразделений органов МСУ: подразделений по финансам, образованию, строительству, управлению имуществом и землепользованию, городского хозяйства, здравоохранения, культуры, общественной безопасности, транспорта и связи и др., а также пожелания и мнения жителей территории. Только согласованная, комплексная, систематическая и

скоординированная работа всех субъектов местного сообщества приведет к созданию условий для дальнейшего устойчивого развития территории.

В условиях стремительно развивающегося мира важным фактором устойчивого развития любой территории являются инфокоммуникационные технологии и базы данных, от качества, полноты, достоверности и оперативности которых зависят возможности эффективного управления развитием туризма.

Для обеспечения устойчивого развития туризма на конкретной территории необходимо создать банк данных, включающий следующее: во-первых – оценку природно-ресурсного потенциала территории и степени его использования; во-вторых – прогноз и анализ социально-экономических последствий антропогенного воздействия на компоненты окружающей среды; в-третьих – оценку возможных результатов (как позитивных, так и негативных) воздействия предлагаемых экономических проектов на окружающую природную среду.

Таким образом, каждой территории необходима база данных, включающая нормативно-правовое обеспечение и экологические нормативы, т.е., нужно создание соответствующих институтов. Учитывая то, что на уровне региона и муниципалитета, как правило, решаются вопросы стратегии природопользования, ресурсосбережения и экологической безопасности, данные вопросы целесообразно решать комплексно с вопросами рекреационных, минеральных, водных, энергетических, почвенных, лесных, трудовых, финансовых ресурсов. Информационные потоки должны анализироваться, систематизироваться, распределяться и направляться на решение вопросов выгодного использования экономико-географического положения конкретной территории.

Это касается принятия решений в сфере самых различных хозяйственных взаимоотношений в туристской отрасли: от использования мест размещения туристов, организации питания, водоснабжения, дорожного движения, транспортного сообщения до уборки и утилизации бытовых отходов и других вопросов и сторон деятельности.

Обоснование и поддержка управленческих решений должна обеспечиваться специализированными информационными технологиями по улучшению природной среды региона и его устойчивому развитию. Для этих технологий в качестве исходной информации необходимо использовать информацию систем государственной статистики социально-экономического состояния и техносферы, мониторинга природной среды. Соответствующие индикаторы позволят сформировать надежные, достоверные, полные входные базы данных.

Таким образом, в связи с изложенным региональным органам и органам местного самоуправления необходимо на основе современных информационных технологий обеспечить увязку задач мониторинга природной среды и природопользования, оценки воздействий на окружающую среду, автоматизированных систем наблюдения с проблемами туризма и его устойчивого развития, соединив их в логически связанную технологическую цепочку. Необходима соответствующая инфраструктура. Это в определенной степени позволит повысить эффективность управления территорией и будет способствовать гармоничному ее развитию. **Выводы.** Таким образом, установлено, что за 2006-2014 гг., в среднем, на территории Крымского полуострова в год наблюдалось 10 волн тепла со средней продолжительностью 10 дней. За рассматриваемый 9-летний период в Крыму произошел рост количества и продолжительности волн тепла, распределение трендов которых по территории полуострова имеет практически линейный характер – увеличиваясь с юга на север. Наибольшие значения рассматриваемых параметров наблюдается в г. Алушта.

#### **Список используемых источников:**

1. Вильямский В.С. Основы организации муниципального управления. – Ростов-на-Дону: 2007 г. – 459 с.
2. Гатауллина С.Ю., Гомилевская Г.А., Косолапов А.Б., Кушнарера И.Ю. / Развитие рекреации и туризма в Приморском крае: монография ДВФУ. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2013. – 131 с.: ил.
3. Залуцкая Н.М. Возможности устойчивого развития территории (на примере муниципального образования) // Образование, наука, практика: экологические аспекты: материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Улан-Удэ, 3 декабря 2010 г.). – Улан-Удэ: Изд-во БГСХА им. В. Р. Филиппова, 2010. – 219 с.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ: Федеральный закон №131-ФЗ от 06.10. 2003 г. (с изм. и доп.).
5. Управление развитием муниципальных образований (Стратегическое планирование. Территориальное планирование): Учеб. пособие. – М.: АНХ, 2007. – 608 с.

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ООПТ В РАЗВИТИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА  
В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

**Родин А.В. Использование потенциала ООПТ в развитии экологического туризма в Краснодарском крае.** В работе рассматриваются ключевые проблемы развития экологического туризма в особо охраняемых природных территориях региона. Обоснованы меры по более эффективному использованию имеющихся территорий, созданию новых региональных природных парков, природных достопримечательностей местного уровня. Это позволит не только сохранить природные комплексы и полноценно использовать их в природоохранных и рекреационных целях, но и обеспечит устойчивое развитие региона.

**Rodin A. V. Using the potential of protected areas in the development of ecological tourism in the Krasnodar region.** The work considers key problems of development of ecological tourism in especially protected natural territories of the region. Reasonable measures for more efficient use of existing land, creation of new regional natural parks, natural attractions and local level. This will allow not only to preserve natural systems and fully utilize them in conservation and recreational purposes, but also ensure a sustainable development of the region.

**Ключевые слова:** особо охраняемые природные территории, туристско-рекреационного комплекс, экологический туризм, природные парки.

**Изложение основного материала.** Дальнейшее развитие системы особо охраняемых природных территорий (далее – ООПТ), безусловно, является важнейшим направлением государственной политики по сохранению биологического и ландшафтного разнообразия. Указом Президента Российской Федерации от 01.08.2015 № 392 в России 2016 год объявлен Годом особо охраняемых природных территорий, что обуславливает актуальность определения направлений и реализации практических мер не только по охране, но и эффективному использованию природных комплексов ООПТ.

Так, Президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам определено в качестве важнейшей цели создание условий для расширения экологического туризма на особо охраняемых природных территориях. Потенциал их использования, при создании соответствующей инфраструктуры, оценивается посещением более чем 20 млн. человек в год.

ООПТ очень важны для создания привлекательного имиджа санаторно-курортного и туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края. С одной стороны, регион подвержен существенной антропогенной нагрузке, развитие промышленного и транспортно-логистического комплексов значительно ухудшает экологическую обстановку как отдельных природных комплексов, так и территории в целом. С другой, – возможности дальнейшего роста числа рекреантов в санаторно-курортном комплексе и даже просто в традиционном пляжном отдыхе в крае – на сегодня практически исчерпаны. За 17 лет (с 2000 г. по 2016 г.) количество отдыхающих в Краснодарском крае увеличилось в 3,3 раза, при этом только за последние пять лет туристический поток вырос на 40% (рисунок 1).

Для дальнейшего развития мощностей требуются огромные инвестиции (обустройство пляжей, инфраструктура, средства размещения и т.д.). Местные бюджеты, особенно сельских поселений, такими ресурсами не располагают. Следовательно, дальнейшее развитие комплекса возможно только за счет сферы туризма. Причем в туризме необходимы инновационные непривычные формы. Экологический туризм должен стать таким инновационным направлением, предлагающим туристам отдохнуть от городской суеты и познакомиться с жизнью сельской местности.

В схему особо охраняемых природных территорий Краснодарского края включаются участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где находятся природные комплексы и объекты, имеющие особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, изъятые по решению органов государственной власти или местного самоуправления полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. Следует отметить сложность установления особого режима охраны природных объектов, расположенных на одной территории, состоящая в том, что природный объект не изолирован, а входит в сложную экологическую систему, связанную с другими объектами и системами. Это вызывает необходимость защиты всего природного комплекса и установление режима особой охраны на всей его территории.

В настоящее время в Краснодарском крае создано 390 ООПТ, как федерального и регионального, так и местного значения, занимающих площадь 376,3 тыс. га, что составляет 10,7% от всей территории края [1]. Система ООПТ края состоит из государственных природных заповедников, национальных парков, природных парков, государственных природных заказников, памятников природы, дендрологических

парков, ботанические садов, водно-болотных угодий, а также лечебно-оздоровительных местностей и курортов (рисунок 2). ООПТ федерального значения включают Кавказский государственный природный биосферный заповедник, государственный природный заповедник «Утриш», Сочинский национальный парк, Сочинский общереспубликанский государственный природный заказник, Приазовский государственный природный заказник, «Дендропарк совхоза «Южные культуры».

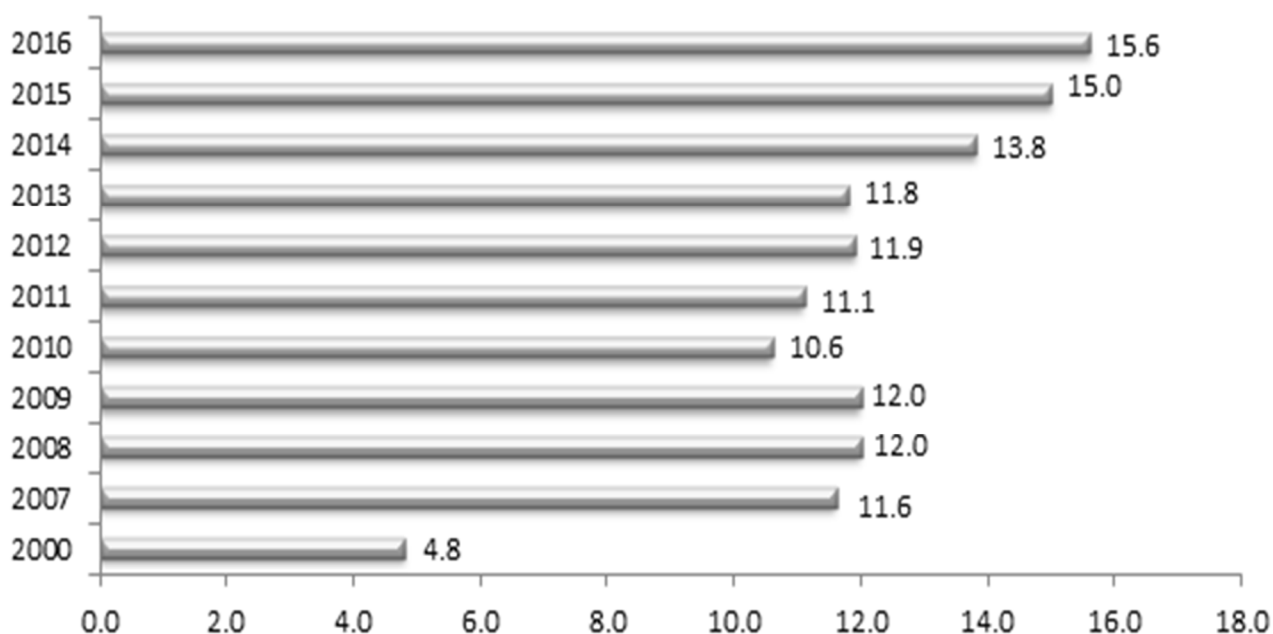


Рис. 1 – Динамика отдыхающих в Краснодарском крае, млн. человек [2]



Рис. 2 – Система особо охраняемых территорий Краснодарского края на 20.01.2017 г.[1]

На 1 января 2017 ООПТ регионального значения в крае включают 372 объекта: один природный парк (Орнитологический парк в Имеретинской низменности), 17 государственных природных заказников (образованы для сохранения и поддержания в естественном состоянии уникальных природных комплексов



и воспроизводства охотничьих видов животных), 353 памятника природы, включающих ботанические, водные, геологические, природно-исторические и пр. объекты (рисунок 3) и один дендрологический парк («Дендропарк «Зеленая роща»). Они занимают территорию площадью 330,9 тыс. га, из которых 295,5 тыс. га являются сухопутными (с внутренними водоемами), а 35,4 относятся к морской акватории [1].



Рис. 3 – Соотношение памятников природы по профилю [1]

Так как в последние годы в населенных пунктах края наблюдается сокращение территорий, занятых зелеными насаждениями, в связи с их застройкой, в настоящее время в нашем регионе все большее внимание уделяется вопросам сохранения зеленых насаждений, в том числе путем организации ООПТ местного значения. Решениями городской Думы. В связи с этим особенно важно, что в 2016 году создано 12 объектов ООПТ местного значения в муниципальных образованиях г. Краснодар и г. Новороссийск (11 природных рекреационных зон и одна природная достопримечательность). Кроме того, в целях сохранения уникальных лечебно-оздоровительных, рекреационных и эстетических свойств курортных территорий Краснодарского края проведены работы по резервированию земельных участков для размещения ООПТ регионального значения.

Вместе с тем наложение особого режима природопользования на территории ООПТ определенным образом сказывается на развитии местного бизнеса, имеющего намерение и потенциальную возможность использовать ресурсы ООПТ [3, с. 893]. Еще большее влияние последние оказывают и на население, проживающее в их границах. Жизнедеятельность местных жителей в значительной степени зависит от ресурсов территории ООПТ и зачастую, скованна правилами функционирования ООПТ, которые, в свою очередь, ограничивают традиционный уклад местного населения. С другой стороны, сегодняшнее состояние памятников природы требует не только пристального внимания, но и принятия практических мер. Это связано с различными причинами, в первую очередь, с отсутствием организаций, несущих охранные обязательства по сохранению ООПТ, и неконтролируемостью рекреационной нагрузки.

Так, неорганизованные рекреанты, несмотря ни на какие ограничения, активно посещают ООПТ, оставляя не только мусор, но и часто нанося невосполнимый ущерб окружающей среде. Уникальные ландшафты, высокая уязвимость, особенности гидрологии, геоморфологии, неповторимый растительный и животный мир, а также существующая ситуация и требования рационального, устойчивого использования территории, определили необходимость зонирования отдельных, наиболее крупных и подверженных высокой антропогенной нагрузке памятников природы.

В качестве типичного примера можно привести следующий. Постановлением главы администрации Краснодарского края от 29.04.2013 №411 образован, с целью сохранения уникальных форм рельефа и связанных с ним природных ландшафтов, охраны мест концентрации разнообразных видов птиц в период гнездования, линьки, на местах зимовки или отдыха во время миграций, ландшафтный памятник природы «Коса Долгая». Его общая площадь составляет 2800 га, и представляет собой узкий полуостров, вытянутый в северо-западном направлении, омываемый с юго-запада водами Азовского моря, а с северо-востока водами Таганрогского залива. Вся территория включена в границы ООПТ без изъятия из хозяйственного использования. Берега Азовского моря и Таганрогского залива представляют собой песчано-ракушечные пляжи. К памятнику природы подходит накатанная песчаная дорога, имеющая высокую плотность. В юго-восточной части косы расположена ст. Должанская.

Умеренно континентальный климат, на который оказывают смягчающее влияние водные массы Азовского моря характеризуется таким набором многолетних параметров температур и их сочетанием, которые считаются наиболее комфортными для человека, создают благоприятные условия для укрепления здоровья людей и

многократно повышают эффективность отдыха и рекреации на данной территории. Купальный сезон длится с мая по сентябрь. Летом воздух прогревается до +30 градусов, но морские бризы хорошо смягчают летнюю жару. чистая морская вода, развитая индустрия развлечений, наличие самого большого в крае парка культуры и отдыха им. И.М. Поддубного, разнообразие культурно массовых мероприятий, в том числе проведения кинофестиваля «Провинциальная Россия», в близлежащем г. Ейск все это способствует полноценному отдыху и оздоровлению, а в целом – огромной привлекательности территории для рекреантов.

Ключевые конкурентные преимущества Должанской косы – благоприятные ландшафтно-климатические и погодные условия, наличие чистых ракушечных пляжей, отсутствие промышленных предприятий, близость города. Благоприятный степной климат, ровное пологое дно Азовского моря, способствуют развитию детского и семейного отдыха. Удачная роза ветров создали идеальные условия для виндсерфинга и яхтенного спорта. Подтверждением этому является ежегодное проведение общероссийских соревнований по виндсерфингу и кайтсерфингу. Базы отдыха, специализирующиеся на активном отдыхе – виндсерфинг, кайтсерфинг – имеют собственные пляжи, оснащены в соответствии с самыми современными требованиями и обустроены всем необходимым для безопасного и полноценного отдыха. При этом инфраструктура, связанная с туризмом, развивается стихийно.

Экономически «Коса Должанская» охватывает не только соседнюю ст. Должанскую, но и г. Ейск. В бизнесе занято лишь несколько десятков человек, но это лишь непосредственная занятость. В округе гостевой бизнес является преобладающим. Однако, для того, чтобы развивать данную территорию, необходимо разобраться с функциональным зонированием ООПТ. Ни возводить какие бы то ни было объекты здесь, ни вкладывать сюда деньги инвесторы не могут. Значит, о создании туристской инфраструктуры в этом месте не может быть и речи. Благоустройство территории, берегозащита, очистка пляжей, обустройство мест отдыха, ремонт проселочной дороги и др. – фактически «вне закона». Еще большую проблему представляют существующие на практике административные барьеры, имеющиеся в основном в организационно-управленческой сфере.

В Российской Федерации в целом сформирована правовая база, регулирующая отношения в области организации и функционирования особо охраняемых природных территорий. В то же время ряд актуальных вопросов в данной сфере требует не только более четкого нормативного правового обеспечения, но и организационно-управленческого сопровождения органами власти. В этих целях требуется выделение экологических зон с различными режимами особой охраны земельных участков, включенных в границы ООПТ без изъятия из хозяйственной эксплуатации, по типу функционального зонирования в национальных парках. Органы государственной власти и местного самоуправления должны уделять внимание организации рекреационного обслуживания рекреантов в ООПТ, включая предоставление в аренду земельных участков для этих целей специализированным бизнес-структурам, использующих в своей деятельности стандарты менеджмента качества [4, с. 327]. Следует разработать и реализовать комплекс мер по стимулированию развития предпринимательства в сфере организации экологического туризма и рекреации на особо охраняемых природных территориях, совершенствовать систему арендных отношений в ООПТ в целях повышения их привлекательности для потенциальных инвесторов.

Таким образом, имеющиеся в Краснодарском крае разнообразные природные и туристско-рекреационные ресурсы позволяют активно развивать практически все виды туризма, в том числе экологический, рекреационный, познавательный, водный экстремальный и сельский (аграрный) туризм. Экологический туризм может приносить местному сообществу значительный как прямой, посредством продаж туристского продукта и налогообложения, так и мультипликативный доход в смежных отраслях экономики – агропромышленном, транспортном и др. [5, с. 165]. Он комплексно решает не только природоохранные, но и социально-экономические проблемы территории, увеличивает количество новых рабочих мест, вовлекает местное сообщество в туристический бизнес, формирует социальный капитал, обуславливает повышение качества человеческого капитала местного сообщества [3, с. 171]. Экологический туризм является ключевым фактором устойчивого развития территории, так как способствует экономической стабильности, дает рабочие места и увеличит гибкость рынка труда.

В настоящее время крайне необходима разработка действенной политики развития экологического туризма на основе повышения включенности ООПТ с учетом специфики отдельных территорий, предусматривающей усиление эколого-просветительской деятельности, расширение экологического мониторинга. Требуется интегрирование ООПТ в сферу социально-экономического развития региона, повышение их роли в формировании позитивного международного имиджа Краснодарского края.

#### **Список используемых источников:**

1. Министерство природных ресурсов Краснодарского края/ Ежегодный доклад о состоянии природопользования и охране окружающей среды Краснодарского края [электронный ресурс] URL.: [http://mprkk.ru/media/main/attachment/attach/5\\_\\_doklad\\_ob\\_oos\\_kk\\_v\\_2015.pdf](http://mprkk.ru/media/main/attachment/attach/5__doklad_ob_oos_kk_v_2015.pdf) (дата обращения 23.08.2017)
2. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края [Электронный ресурс]. – URL: <http://min.kurortkuban.ru/> (дата обращения 29.08.2017)
3. Максимова В.Д., Родин А.В. Факторы повышения уровня экономической свободы в России/ Наука и образование: новое время. / Научно-методический журнал/ Чебоксары: Изд-во НГОУ ДПО «Эксперно-методический центр». – 2016. – №5(16). – С.892-895.

4. Родин А.В. Менеджмент качества как инновационный ресурс развития туристского комплекса Краснодарского края/ В сборнике: Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. сборник научных трудов. Симферополь, 2016. С. 326-331

5. Родин А.В. «Зеленая» экономика: формирование точек роста / А.В. Родин, К.Н. Бабицев // Экологическая безопасность региона. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции естественно-географического факультета, 10-11.11.2016г., г. Брянск. – Брянск, Изд-во БГУ. – 2016. С. 124-128

6. Родин А.В. Социальный и человеческий капиталы как основа развития местного сообщества города Краснодар/ В сборнике: Актуальные проблемы экономики и управления: вызовы XXI века. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Краснодар, 9 декабря 2017 г.). Краснодар: Изд-во КубГУ. – 2016. – С. 167–174.

УДК 339.138

**Рожкова М.Г.**, старший преподаватель  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,  
г. Севастополь

### ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

**Рожкова М.Г. Теория поколений, как инструмент развития туризма.** В работе рассматриваются вопросы современного подхода к исследованию портрета потребителя в туристической отрасли посредством теории поколений.

**Rozhkova M.G. The theory of generations as a tool for the development of tourism.** The work considers the issues of the modern approach to the study of the consumer portrait in the tourism industry through the theory of generations.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, теория поколений, поколение Z, Y, психологические портрет клиента.

**Изложение основного материала.** Туристический бизнес в Крыму имеет достаточное количество туристически-рекреационных ресурсов, что способствует развитию большого спектра туристических услуг. В регионе имеют значительный потенциал такие виды туризма: медицинский, оздоровительный, культурно-познавательный, патриотический, гастрономический, фестивальный (событийный), пешеходный, велосипедный, подводный, конный, этно-туризм, спелеотуризм.

Однако кризисное состояние экономики, несовершенство инфраструктуры, особенности информированности потребителей, менталитет продавцов услуг, особенности сферы услуг и прочие факторы, влияющие на спрос туристических услуг в регионе, не дают возможности реализовать потенциал туристической отрасли.

Кроме того, развитие отрасли тормозит отсутствие значительного числа специалистов. К числу специалистов рекреационного комплекса относятся менеджеры, экономисты, работающие в конкретных сферах хозяйственной деятельности. Задача, решаемая ими, достаточно ответственна и сложна, т.к. практика последних десятилетий показала, что в каждой отрасли имеются ее резервы совершенствования, которые слабо используются из-за отсутствия прежде всего:

- высококвалифицированных менеджеров, экономистов;
- отсутствия разработанной системы их деятельности;
- надежных методов обработки информации, которой они используются в своей деятельности;
- обоснованных организационных структур управления всеми этими процессами;
- структур, которые позволяют обеспечить эту координацию;
- современных методов, позволяющих использовать объективно существующие биологические и экологические законы;
- рычагов экономического, правового и социального характера.

Полное решение всех вышеперечисленных проблем и задач в ближайшее время невозможно. Поэтому перед продавцами туристических услуг встает задача «точечного» решения проблемы, которое состоит в поиске целевого потребителя.

Для самостоятельного определения сегмента, к которому относится ваша целевая аудитория известный маркетолог Марк Шеррингтон (Mark Sherrington) предложил методику 5 W. На основании методики Шеррингтона была разработана методика Khrmatrix. Специалисты Дж. Р. Росситер и Л. Перси предложили модель, основанную на определении степени осведомленности о бренде и коммуникации с ним.

Часто для проведения сегментации используют электронные алгоритмы, к которым относят: CLOPE, карты Кохонена, метод ближайшего соседа.

Однако, классические методики работы по определению целевой аудитории и работы с ней теряют свою актуальность, что ставит перед современными исследователями задачу определения психологического портрета клиента.

Психологический портрет клиента – это очень эффективный инструмент продаж, маркетинга, рекламы и брендинга, которым пользуются компании, которые хотят много продавать. Его эффективность связана с тем, что он играет роль прицела, он позволяет прицельно и целенаправленно взаимодействовать с клиентами. Если такой инструмент не используется, то об эффективной коммуникации с клиентом не может быть и речи.

Изучение портрета клиента как правило направлено на исследование того кто он; какие у него потребности и цели; о чем он думает и как себя ведет; какие у него привычки; как он принимает решение и покупает; чем он отличается от среднего потребителя.

На помощь исследователю «спешит» теория поколений.

Теория поколений была выдвинута в 90-х гг прошлого века американскими исследователями Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом. Они предположили, что различия между поколениями глубже, чем проблема «отцов и детей»: в противном случае «дети» по достижению возраста своих «отцов» становились бы очень похожими на них. Людей одного возраста объединяет не только общий исторический контекст, но и сформированная под его влиянием система ценностей. При этом изменения в ценностях поколений носят циклический характер.

Позднее теория была опробована для других стран, и оказалось, что с некоторой корректировкой на местный контекст она работает.

В России Теория поколений адаптирована группой исследователей во главе с психологом Евгением Шамис.

Российские ученые выделили:

- молчаливое поколение (1923 — 1942);
- поколение бумеров (1943 — 1963);
- поколение X (1963 — 1982);
- поколение Y (1982 — 2000);
- поколение Z (2000 — 2020).

Естественно, эти рамки — примерные, плюс — минус два-три года. Есть и различия по месту жительства. В крупных городах 40-летние люди относятся к поколению X, а в глубинке — к «бумерам».

По данным Федеральной службы государственной статистики, на 1 января 2016 года в Российской Федерации :

- представителей поколения Z уже более 25млн человек.
- Y-молодежи в стране насчитывалось около 37,5 млн человек.
- к поколению X можно было отнести 38,7 млн человек.
- к беби-бумерам — 34 млн человек.

Каждое поколение, под влиянием собственных ценностей, делает выбор по-своему. Поколение беби-бумеров делает свой выбор на нужности и статусности продукта. Поколение X делает выбор по принципу «удивите меня и я у вас куплю». Кроме того, у этого поколения есть значительная фиксация на детях. Поколение Y делает выбор легко, развлекаясь и обращая внимание на полезность. А вот поколение Z делает выбор вообще по другому принципу. Они любознательны, ограничены в общении. При этом важно понимать, что на рынке труда активно находятся три поколения (X, Y и беби-бумеры), а влияние на решения о покупках, в том числе и туристических услуг, осуществляет и поколение Z. Это создает возрастающий спрос на детский и семейный отдых, включающий развивающий аспект, усиленное общение со сверстниками и отдаленность от Интернета и мобильных устройств и безопасность. Более старшее поколение требует отдых с «впечатлениями», средним уровнем риска, нестандартный подход, новизну, полезность.

Кроме того, возникает вопрос о способах продажи услуг. Известно, что поколение Z не пойдет в супермаркет, палатку, туристическое агентство. Поколение Y уже почти не пользуется этими местами продажи. Соответственно возникает задача изучения каналов продвижения услуг. Основным остается Интернет.

Отсюда возникает убежденность, что углубление в теорию поколений и проекция основ теории в туристический бизнес, сможет дать дополнительный потенциал в развитии туристической отрасли в регионе.

#### **Список используемых источников:**

1. Matushevskaya E.A. The tourism cluster of the Republic Crimea and Sevastopol in the context of investment attractiveness // *Regional Economy. South of Russia*. 2017 № 2 (16)
2. Овсянникова Е.С. Сегментация потребителей на основе теории поколений // *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. 2014. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/07/5575> (дата обращения: 26.05.2017)
3. Рожкова М.Г. Особенности инвестиционной деятельности в Крыму и Севастополе. // *Современная экономика. Сборник статей X Международной научной конференции*. 2017. С. 48-50.

4. Чумаков В. По ком молчит поколение Z [Электронный ресурс]. URL: <http://rugenerations.su/2009/04/29/по-ком-молчит-поколение-z/#more-346>. (дата обращения: 16.06.2014)

УДК 913.1/913.8

**Романова А.А.**, лаборант  
Астраханский государственный университет,  
г. Астрахань  
**Тимовкина Л.Ю.**, лаборант  
Астраханский государственный университет,  
г. Астрахань<sup>©</sup>

## ВИДЫ ТУРИЗМА В АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, РАЗВИТИЕ И ПРОБЛЕМЫ

**Романова А.А., Тимовкина Л.Ю. Виды туризма в Астраханской области: современные тенденции, развитие и проблемы.** В статье затронуты вопросы современных тенденций отдельных видов туризма в Астраханской области таких как, лечебно-оздоровительный, экологический и др.

Рассмотрены перспективы и основные мероприятия развития нескольких отдельных видов туризма, которые является основополагающим направлением реализации Стратегии социально-экономического развития Астраханской области до 2020 года.

**Romanova A.A., Timovkina L.Yu. Types of tourism in the astrakhan region: current trends, development and problems.** In article the questions of current trends of separate types of tourism in the Astrakhan region such as, medical and improving, ecological, etc. are raised. Prospects and the main actions of development of several separate types of tourism which is the fundamental direction of realization of Strategy of social and economic development of the Astrakhan region till 2020 are considered.

**Ключевые слова:** проблемы туризма, стратегия развития туризма, туризм, виды туризма, Астраханская область.

**Постановка проблемы.** В статье рассматривается проблема развития некоторых видов туризма в Астраханской области, их место и роль в социально-экономическом развитии Астраханской области.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Автором были рассмотрены и проанализированы теоретические материалы Файзулиной Н.М., стратегия социально-экономического развития Астраханской области до 2020 года, а также проанализированы официальные сайт ВТО и туристический портал Астраханской области.

Современные тенденции и риски туристического кластера, связанные с истощением ресурсов, вынуждают изменить политику в сторону разнообразия туристического продукта. Многие страны Каспийского макрорегиона начинают рассматривать туризм в качестве одной из ведущих отраслей экономики. Инвестицией в туризм и реализацией масштабных проектов занимается в том числе и Российская Федерация.

**Цель статьи.** Рассмотреть современные тенденции отдельных видов туризма в Астраханской области.

**Изложение основного материала.** Ориентация на различные кластеры туризма – характерная особенность туристских проектов Астраханской области. Наличие уникальных природных и исторических объектов на территории региона создает условия для развития экологического и культурно-познавательного туризма.

Предпосылками для развития лечебно-оздоровительного туризма на территории Астраханской области являются целебные свойства грязи, рапы и воды озер Баскунчак, Мраморное и др., источники радоновых и минеральных вод, а также традиции кумысолечения в сочетании с жарким, сухим климатом создают суммарный бальнеологический эффект. Перспективность этого кластера подтверждают действующие, успешно функционирующие санатории «Тинаки» и «Бассоль» [3].

Паломничество и религиозный туризм обладают огромным потенциалом в Астраханской области. Множество храмов и культовых сооружений различных вероисповеданий.

За последние годы наметилась тенденция возрождения круизного туризма. Растёт число рейсов пассажирских теплоходов, прибывающих в г. Астрахань. Дополнительным источником развития региона может послужить организация марин и современных «зелёных» стоянок для комплексного обслуживания круизных туристов не только в городе Астрахань, но и на всём пути следования теплоходов и яхт.

Организация массовых мероприятий, на территории Астраханской области, являются отдельным аспектом маркетинговой деятельности туризма. Проводимые в Астраханской области такие мероприятия,

как рыбацкий фестиваль «Вобла», фестиваль «Мечты барханов» и «Золотая орда», празднование Дня города Астрахани, ралли - рейд «Золото Кагана», «Can-Am X Race Астрахань» подтверждают перспективность событийного туризма [4].

Тенденции развития событийного туризма базируется на разработке и продвижении уникального зрелищного туристического продукта (фестивали, карнавалы, празднование национальных праздников и др.), которым можно привлечь внимание гостей. Важно, чтобы они заинтересовали туриста как крупные уникальные события, которые можно посетить только в Астраханской области.

При соответствующих вложениях в развитие инфраструктуры и информационной поддержке можно с уверенностью говорить об увеличении доли данных видов туризма в структуре туристических услуг Астраханской области.

В настоящее время существует ряд проблем, в сфере управления развития туризма в регионе. Отсутствие единой политики в данном вопросе приводит несогласованности действий исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Территориальное расположение туристических баз, отличается труднодоступностью для представителей контролирующих органов, дающее возможность скрывать доходы и уклоняться от уплаты налогов в полном размере.

Отчетные данные, полученные от туристических фирм Астраханской области, не соответствуют действительному числу обслуженных туристов в виду отсутствия механизма, позволяющего полностью усть и проверить прибыть турфирм.

Самостоятельный туризм представляет отдельную проблему. По последним данным на территории Астраханской области, в частности в Волго-Ахтубинской пойме, ежегодно отдыхают от 200 до 500 тысяч самодельных туристов, использующие природные ресурсы региона.

Препятствием в выработке эффективной государственной политики в сфере туризма и принятию адекватных управленческих решений является отсутствие объективной статистической информации. Важно, также уделять пристальное внимание вопросам профессиональной подготовки и повышения квалификации государственных гражданских и муниципальных служащих, ответственных за вопросы туризма [1].

Из этого возникает необходимость решение вопросов организации эффективных систем сбора и анализ информации о составлении рынка туристических услуг, в рамках данной программы.

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Астраханской области до 2020 года экономической устойчивости в инновационном сценарии будет способствовать поддержка туризма. Но рост данного кластеров будет зависеть от перехода на новую технологическую платформу, радикального повышения эффективности и производительности труда, а также формирования сильной маркетинговой позиции [2].

На территории региона целесообразно формирование культурно-туристских зон, включающих не только историко-архитектурные памятники, но и объекты, предоставляющие туристам полный комплекс услуг проживания, питания, развлечений, информационного обслуживания и т.д.

**Выводы.** Таким образом, вопросы создания туристской инфраструктуры должны рассматриваться в разрезе развития отдельных муниципальных образований Астраханской области, в том числе и города Астрахани. Задача формирования образа Астраханской области как уникального туристского центра на юге России должна стать одной из приоритетных задач, решить которую можно, создав специализированную маркетинговую структуру - туристский информационный центр.

#### **Список используемых источников:**

1. Файзуллина Н.М. Состояние и перспективы развития туристской отрасли Астраханской области в условиях экономического кризиса // Российское предпринимательство. [Текст] - 2010. - Том 11. - № 1. - С. 176-180.
2. Стратегия социально - экономического развития астраханской области до 2020 года (с изменениями на: 15.05.2014). [Электронный ресурс] URL: <http://docs.cntd.ru/document/424066211> Дата обращения: 23. 09. 2017
3. Официальный сайт Всемирной туристической организации. [Электронный ресурс] URL: <http://www2.unwto.org> Дата обращения: 22.09.2017
4. Официальный туристический портал Астраханской области. [Электронный ресурс] URL:<http://www.asttour.ru/> Дата обращения: 22.09.2017

**МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ  
РАЗВИТИЯ ТРАДИЦИОННЫХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА**

**Сабирзянова И.В. Механизмы влияния в современном мире: к вопросу о перспективах развития традиционных и альтернативных видов туризма.** Статья представляет собой теоретико-методологический анализ механизмов влияния как составляющей парадигмы управления в современном мире, выявление soft power как формы внешнеполитической стратегии государств, фактора развития традиционных и альтернативных видов туризма в реалиях перехода мировой экономики на качественно новый уровень функционирования в условиях формирования нового глобального порядка.

**Sabirzyanova I.V. Mechanisms of influence in the modern world: the question about the prospects for the development of traditional and alternative types of tourism.** The article presents a theoretical and methodological analysis of the mechanisms of influence as a component of the management paradigm in the modern world, identification of soft power as a form of foreign policy strategy, factor in the development of traditional and alternative types of tourism in the realities of the world economy to a qualitatively new level of functioning in the conditions of formation of a new global order.

**Ключевые слова:** механизмы влияния, soft power, внешнеполитическая стратегия государства, новый глобальный порядок, ценности, туризм, традиционные и альтернативные виды туризма.

**Постановка проблемы.** В любом государстве, как и в межгосударственном пространстве, возникает проблема поиска, формирования и реализации такой адекватной рекреационной политики, которая отвечала бы интересам общества и способствовала созданию гармоничной модели этнополитического развития. Подобная модель необходимо должна строиться на основе приоритетов межкультурного диалога, в условиях верховенства права и общечеловеческих ценностей, посредством изучения социальных аспектов развития туристической отрасли как в традиционных, так и в альтернативных проявлениях.

Крым имеет уникальные основания для развития туризма и в своих физико-географических особенностях, и в особом хронотопе культурно-исторического пространства, наполненного символами различных эпох, представляет собой идеальный объект для метафизических, феноменологических, историко-краеведческих исследований: основные события многих античных мифов развивались именно в Северном Причерноморье (странствия Геракла, аргонавтов и Одиссея). Т.М. Фадеева уникальность Крыма поясняет фактом прохождения через него, так называемого «Александрийского меридиана»: «...меридиональное пересечение в районе Таврического полуострова открывало путь культурным импульсам, идущим от Египта и Палестины, к северным речным торговым путям и будущим столичным городам Киевской и Московской Руси... Так обозначился «крест пространства» – будущий перекресток народов и культур» [1, с.10].

Вместе с тем ярким маркером современных межгосударственных отношений, в том числе и в сфере туризма, все чаще становится необходимость выявления, анализа и возможностей адекватного взаимодействия посредством, так называемых, «мягких» механизмов управления, получивших общее наименование «механизмы влияния». Геополитические вызовы современности предполагают не просто возрастание роли культурного фактора во внешней политике, усиление его влияния на экономику и политику, а мощную культурную экспансию стран, претендующих на мировое господство в отношении как стран партнеров, так и в отношении стран-объектов воздействия «мягкой силы»

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследовательская литература, повлиявшая на формирование общей идеи и основных положений работы, представлена трудами зарубежных (М. Шелер, М. Элиаде, Э. Дюркгейм, Т. Лукман, З. Фрейд, Э. Фромм, М. Фуко, Ю. Хабермас, Д. Белл, Дж. Най) и отечественных авторов (А.Г. Дугина, Д. Казариновой, Г.В. Гриненко, Н.С. Гордиенко, А.В. Медведева, Д.А. Пивоварова, Ф.В. Тагирова, А.С. Сафоновой, В.Ф. Сержантова, Г.Ю. Филимонова). Месту Крыма в сакральном пространстве, институализации сакральной географии Крыма посвящены работы Т.М. Фадеевой.

**Цель статьи.** Теоретико-методологический анализ механизмов влияния как составляющей парадигмы управления в современном мире, выявление soft power как формы внешнеполитической стратегии государств, фактора развития традиционных и альтернативных видов туризма в реалиях перехода мировой экономики на качественно новый уровень функционирования в условиях формирования нового глобального порядка.

**Изложение основного материала.** Цивилизационные вызовы современности обуславливают актуальность межкультурного взаимодействия, акцентуированного как диалог цивилизаций, ибо нынешний миропорядок как способ целерациональной организации международных отношений – это процесс

формирования глобального институционального пространства, предполагающего координацию противоречивых интересов международных субъектов на основе общепринятой системы ценностей, норм и правил взаимодействия будь-то экономические, правовые или этические системы. Данный процесс постисторического развития человечества сопряжен с актуализацией конфронтационных тенденций, неразрешимых противоречий во всех сферах, причем все чаще трансформационные процессы затрагивают не столько область экономических интересов, сколько – сферу политическую. «Конец истории» ознаменовался общемировой в эпоху глобализации тенденцией утраты национальными государствами своих позиций, как субъектов мирового исторического процесса; сделав их границы «прозрачными» для реализации стратегий транснациональных корпораций и объединений.

Концептуальные изменения претерпевают сегодня и механизмы ранее традиционных парадигм управления, предполагая уход от сил влияния жестких, внешних, заменяя их новыми конструктами, требующими социально-философского осмысления. «Мягкая сила» (soft power), согласно утверждению автора самого термина – Джозефа Ная – американского политолога, представляет собой форму внешнеполитической стратегии, использующую механизмы, противоположные принуждению, осуществляемому как правило в жесткой форме (вплоть до открытых военных столкновений); «...способность получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами за счет привлекательности собственной культуры, ценностей и внешней политики, а не принуждения или финансовых ресурсов» [2, с. 14-17]. Аккумуляция механизмов силового сценария в современном мире не безгранична: человечеством накоплены огромные арсеналы уничтожения себе подобных, а идея глобальной войны, куда неизбежно будут втянуты ведущие ядерные державы, грозит полной катастрофой в планетарном масштабе. Возможным разрешением сложившейся ситуации стало формирование нового миропорядка, основанного на иных, нежели силовые, механизмах влияния. Однако не следует забывать, что новые механизмы также идентифицированы как проявление силы, в чем и состоит парадоксальность предлагаемого понятия – soft power. Объективно термин был предложен Дж. Наем еще в девяностые годы двадцатого столетия, использовался в специальных, преимущественно, политологических исследованиях, в широкий научный оборот входит с начала нынешнего столетия. Понимая под сущностным основанием soft power не только собственно влияние, но и привлекательность, автор приходит к выводу, что ресурсами подобной силы является все то, что является желаемым и привлекательным из широкого арсенала средств, заявленных государством-источником соответствующего воздействия. Концептуально soft power определяется наличием трех основных векторов воздействия: направленностью на культуру, понимаемую и интерпретируемую как ценностно-смысловое пространство, предполагающее доминирование набора значимых для социума ценностей (именно с конца двадцатого века появляется широко распространенное словосочетание «европейские ценности», воспринимаемое многими сегодня на уровне идиомы); идеологию и внешнюю политику.

Столь пристальный интерес к интерпретации концепта «мягкая сила» в современном философском дискурсе является следствием широкого круга проблем, вызванных к жизни наличием негативных социальных явлений, которые требуют, в качестве предохранительной реакции общества, формирование гуманистического отношения к человеку, создание в социальном пространстве такой атмосферы, которая, в свою очередь, способствовала бы разрешению человеком сложнейших вопросов собственного существования, нацеливала бы на воспитание нравственности, самосознания, самоопределения и ответственности личности и общества в ассимиляции общечеловеческих ценностей в повседневную общественную практику.

Поле реализации soft power – ценностный каркас общества, ценности, представляющие символически организованный уровень бытия, ибо предстают центральными атрибутами существования, а вся доступная человеку реальность может быть охарактеризована и представлена как ценностно-смысловое пространство, не сводимое только лишь к культуре, но тем не менее ее (культуру) репрезентующее. Философия, будучи теснейшим образом связанной со всеми элементами культуры, как материального так и духовного производства, выполняет по отношению к ней методологическую, интегративную и объяснительную функции, тем самым берет на себя право обоснования самой культуры как некоторой системы социально-исторических ценностей. Активное обсуждение проблемы ценностного подхода к реальности как способа постижения бытия человеком является одной из особенностей современного социально-гуманитарного знания. Непосредственно связанная с проблемой становления личности аксиологическая проблематика сегодня включает в себя все грани анализа экономической, политической и других видов деятельности людей, ибо сама подобная деятельность неотделима от представлений о значимом, а, следовательно, ценностном.

Культура как ценностно-смысловая реальность являет собой определенное аксиологическое пространство – культурный континуум бытия человека и социума. Смысл этой сущностной связи отмечал Ж.-П. Сартр, указывая, что жизнь сама по себе не будет иметь сколько-нибудь априорного смысла до тех пор, пока человек живет своей жизнью, человек сам должен наполнить ее смыслом, и ценностью будет, ничто иное, как заданный ним смысл [3, с. 325]. Передаваясь из поколения в поколение, культура как



единство материальных вещей и их идеального содержания формировала собой иерархическую систему символов-архетипов, которые обеспечивают регуляторную, мотивационную и генерализирующую практический опыт систему ценностей и идеалов. В ходе антропосоциогенеза значимый ряд символов был исторически закреплен в памяти поколений, придавая им статус абсолютных ценностей человеческого бытия. Они институализировались в качестве принципов культуры – ценностных универсалий, аккумулирующих гранично-значимый социальный опыт адаптации в освоении человеком мира. Учитывая, что ценностная организация бытия необходимо включает в себя три подструктуры – ноосферу (информационные возможности), цивилизацию и единичное бытие индивидуального, объектом воздействия «мягкой силы» безусловно становятся все доступные ресурсы интернет, включая информацию, транслируемую посредством этих ресурсов на всех уровнях социального.

Парадигмальная трансформация всей традиционной системы общественных ценностей, предполагающая утверждение, как культурного плюрализма, так и принципа индивидуальной автономии, явилась следствием глобальных изменений второй половины XX века. Представители постмодернизма указали на факты деформации ценностей и ценностных ориентаций в современном мире, где на смену рационализму приходит иррационализм, а трагическое самосознание утрачивает существенную актуальность, сменяясь ироническим пессимизмом. Характерной особенностью становится не отражение объективной реальности, а ее интерпретация как социального конструкта, что вполне импонирует постмодернизму. Смыслы утрачивают свою сущностную составляющую. Конструирование вызывает к жизни новые, алогичные события и явления (постановочные новостные ленты, информационные войны, принудительная дипломатия, гибридные войны, цветные революции).

Сегодня мы можем говорить об «индексе мягкой силы» и показателях, его формирующих. Еще в 2012 году компанией «Ernst & Young» и московским институтом «Сколково» были проведены исследования и выведен «индекс мягкой силы» быстрорастущих рынков (Rapid Growth Market Soft Power Index) [4]. В ходе исследования «мягкой силы» государств были выбраны три критерия:

- целостность (честность), предполагающую верховенство закона, индекс свободы граждан, процент голосования на выборах, выбросы парниковых газов;
- интеграция в глобальную экономику, включающую миграцию в стране, рейтинг университетов на мировой арене, знание английского среди населения, развитие туризма;
- глобальный имидж, который формирует медиа-экспорт, тенденции изучения национального языка в других странах, число олимпийских медалей, количество национальных компаний в рейтинге журнала «Fortune».

Уникальный природно-культурный ландшафт Крымского полуострова, предполагающий синтез дохристианских и христианских верований, ныне является национальным достоянием, «имеющим сакральное значение для России» (В.В.Путин) в долгосрочной перспективе разработки стратегии устойчивого развития южных территорий и развернутых сценариев их мироустройства, опирающихся на базовые эталонные религиозно-культурные ценности. Причем предпосылки для развития традиционных и альтернативных форм туризма, в частности, религиозного здесь представлены как конфессиональным многообразием, так и историческим значением региона в их распространении. Согласно историческим свидетельствам на рубеже первого второго веков нашей эры в регионе уже существовала система христианских храмов, возникших задолго до события крещения Руси.

Сакральность Крыма формируется и в силу географических причин. В историографии возникает понятие «сакральная география» [9, с. 3-5] как изучение священных, особо почитаемых мест, религиозных памятников и мест силы, традиционно связываемых с местами геологических разломов или меридианов, характеризующихся установками на сакральность и даже гиперсакральность представленного локального геокультурного образа. (Подробнее об этом см. 6-9).

**Выводы.** Современный туризм явление сложное и противоречивое. Будучи феноменом кросс-культурной коммуникации, в своем развитии испытывает существенное влияние экономических, политических, социокультурных и демографических факторов, в том числе и базовых ценностей культуры. Именно такой период переживаем мы сегодня, избрав свое историческое будущее, которое может быть осмыслено как возможность переоценки сложившихся в последние десятилетия развития региона аксиологических векторов, которые в течение всей истории призваны выполнять важнейшую роль регулятора морали как на уровне индивидуальных человеческих, так и общественных взаимоотношений.

С другой стороны, Крым нуждается в разработке специального комплекса мероприятий, осуществляющихся как внутри, так и за его пределами, с целью создания рычагов влияния на мировое сообщество путем привлечения культурного интереса к региону. Использование широкого арсенала средств влияния и всех имеющихся ресурсов, ориентация на применение «мягкой силы», прежде всего, в туристической политике значительно усилит позиции Крыма и будет способствовать созданию положительного имиджа на международной арене.

Культурное и природное и наследие – это феномен, обладающий огромными научными, рекреационными, образовательными возможностями. Крым необходимо адаптируется к общим

цивилизационным процессам, его природа и ландшафт претерпевают изменения, следовательно, первоочередной становится задача с одной стороны – сохранения самобытности природного ландшафта и историко-культурных ценностей территории как основообразующих оснований, определяющие его индивидуальность и мировое признание, с другой – активное использование в сфере туризма методов современного управления и форм внешнеполитической стратегии государства, soft power как одного из факторов развития традиционных и альтернативных видов туризма в реалиях перехода мировой экономики на качественно новый уровень функционирования в условиях формирования нового глобального порядка.

#### Список использованных источников:

1. Фадеева Т.М. Крым в сакральном пространстве: История, символы, легенды / Т.М.Фадеева. – Симферополь: Бизнес-Информ, 2002. – 304 с.
2. Nye Joseph S. Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – 2004, Public Affairs. – 191 p // [Электронный ресурс] / Режим доступа: [https://www.belfercenter.org/sites/default/files/legacy/files/joe\\_nye\\_wielding\\_soft\\_power.pdf](https://www.belfercenter.org/sites/default/files/legacy/files/joe_nye_wielding_soft_power.pdf) (дата обращения 25.09.2017 г.)
3. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм (перевод А.А. Санина) / Ж.-П. Сартр // Сумерки богов: Сборник: Переводы. – М.: Политиздат, 1990. – С.319-344.
4. Ernst & Young: Рынки, обладающие выраженными показателями "мягкой силы", привлекают больше прямых иностранных инвестиций. Пресс-релиз: BUSINESS WIRE 15:30, 29 мая 2012 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.interfax.ru/pressreleases/248000> (дата обращения 25.09.2017 г.)
5. Филимонов Г. «Мягкая сила» культурной дипломатии США: Монография / Г. Филимонов – М.: РУДН, 2010. – 212 с.
6. Сабирзянова И.В. Сакральность Крыма как фактор развития традиционных и альтернативных видов туризма / И.В. Сабирзянова // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С.124-128.
7. Жердева А.М. Осмысление понятия «сакральное» в современном философском дискурсе / А.М. Жердева // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия «Философия. Социология». – Симферополь, 2008. – Т. 21 (60). – № 3. – С. 114-121.
8. Забияко А.П. Сакральное [Электронный ресурс] / А.П. Забияко – Режим доступа: <http://iphras.ru/elib/2625.html>
9. Фадеева Т.М. Сакральная география Крыма / Т.М.Фадеева. – Симферополь: Бизнес-Информ, 2002. – 224 с.

УДК 796.57

Сагайдачная М.А., обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАРАВАНИНГА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Сагайдачная М.А. Проблемы и перспективы развития Караванинга в Российской Федерации.** В данной статье рассмотрены возможности и перспективы развития караванинга как инновационного вида туризма на Российском рынке, а также рассмотрены проблемы которые блокируют полноценное развитие рассмотренного вида туризма

**Sahaidachnaya M. A. Problems and prospects of development of Caravanning in Russian Federation.** This article discusses the possibilities and prospects of caravanning as an innovative form of tourism in the Russian market, as well as examines the problems which block the full development of the considered type of tourism.

**Постановка проблемы.** Караванинг как туристское направление широко распространено в странах США и Европе, он является одним из наиболее экономически эффективных и не требующих значительных инвестиций направлений развития туристской индустрии. Прежде чем в России имеются все необходимые перспективы для развития данного вида туризма и внедрение его в Российский туризм как отдельное направление. Но, как у любой туристской инновации имеется много проблем для его развития.

**Анализ последних исследований и публикаций:** В последние годы проявляется огромный интерес к развитию инновационного вида туризма как караванинг, наиболее известные авторы, которые рассматривали развития караванинга в Российской Федерации, относят Бубновская Т. А. [1], Тамов А. И. [2], Мартышенко Н. С.[5] и др.

**Цель статьи** – показать важность развития инновационного вида туризма как караванинг, среди других направлений туриндустрии в Российской Федерации.

**Изложение основного материала.** Караванинг – это новый вид международного туризма, который предусматривает путешествие на караване или автомобиле типа «дом на колесах» со специально оборудованным для жилья кузовом или прицепом [2]. Также караванингом является передвижение и проживание в доме на колесах, а караванерами являются люди которые совершают данный вид путешествия. Туристский потенциал России используется далеко не в полной мере (пока лишь на 20%), и создание условий для качественного отдыха на территории России российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной и региональной политики в сфере туризма [5]. Развитие придорожной туристской инфраструктуры и автомобильного туризма в том числе и караванинга являются одним из наиболее перспективных направлений инвестирования и могут изменить текущую ситуацию в российском туризме в лучшую сторону.

К сожалению, в настоящее время дальнейшее развитие автотуризма в России сдерживается из – за наличия следующих проблем:

1)низкого технического уровня и несоответствия параметров дорог интенсивности движения и составу транспортного потока;

2)отставания темпов дорожного строительства от темпов роста автомобильного парка страны;

3)невозможности обеспечения безопасности на дорогах автомобилистам;

3)слабого уровня развития придорожной туристской инфраструктуры в Российской Федерации.

В тоже время необходимо подчеркнуть, что в России имеются факторы, благоприятно влияющие на развитие придорожной туристской инфраструктуры, а именно:

1)наличие значительных туристских ресурсов; развитая автодорожная сеть;

2) рост автомобильного парка у населения;

3) возрастающая мобильность населения;

4) рост уровня доходов и платежеспособности населения

5) увеличение спроса на внутренний туризм;

6)наличие значительного потенциала и перспективы роста рынка услуг, оказываемых предприятиями сферы автотуризма [10].

Организация караванинга в Российской Федерации также может стать важнейшим фактором развития въездного и внутреннего туризма, так как она предполагает:

1)мало затратное освоение туристских зон; 2)быструю самокупаемость; 3)развитие придорожной инфраструктуры и сервиса; 4) расширение гостиничного фонда; создание рабочих мест;5)возможность использования земель, запрещенных для застройки (санитарных зон, зон с плавучим грунтом, зон с высоко залегающими внутренним коммуникациями и т.д.); 6)невысокую стоимость полноценного отдыха; 7) рост имиджа Российской Федерации как страны, привлекательной для данного вида туризма.

В Москве в 2016 году прошла юбилейная выставка «Caravanex», которая была посвящена развитию автомобильного туризма в Российской Федерации. В данной выставке принял участие заместитель руководителя Ростуризма Роман Скорый. По словам Романа Скорого, «в Европе, по оценкам экспертов, ежегодные доходы от караванинга составляют 19 млрд. евро. Мы можем принимать до 5,5 млн. экипажей каждый год, сейчас этот показатель не превышает 1,5 – 2 тыс. экипажей. Нам нужно развивать придорожную инфраструктуру, создавать современную, доступную, комфортную среду по обслуживанию туристов, активно продвигать туристический продукт на внутреннем и международном рынках» [5].С каждым годом происходит растущий интерес жителей Российской Федерации к путешествиям внутри своей страны, поэтому необходимо развивать инновационный вид отдыха в нашей стране. Караванинг является одним из наиболее перспективных направлений, которое может быть востребовано как у россиян, так и у иностранцев.

В 2016 году было заключено соглашение между Ростуризмом и государственной компанией «Автодор» о развитии автомобильного туризма в Российской Федерации. В рамках соглашения запланирован ряд мероприятий, направленных на создание условий для развития автотуризма в России.

По словам председателя правления «Автодора» Сергея Кельбаха, «Активный рост внутреннего автомобильного туризма, который мы наблюдаем в последние шесть лет, требует создания и развития современной инфраструктуры придорожного сервиса [5].

Согласно прогнозам специалистов, к 2015 – 2020 гг. доля автотранспорта в России увеличится практически вдвое. В ряде российских регионов к вопросу развития автомобильного туризма уже в настоящее время подошли очень серьезно, что нашло свое отражение в разработке ряда программ и концепций развития придорожной инфраструктуры

Таблица 1– SWOT – анализ развития караванинга в Российской Федерации [3]

<p><b>Сильные стороны/преимущества</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мобильность автодома, вариативность путешествия;</li> <li>- большой потенциал въездного туристского потока;</li> <li>- значительный природно-экологический, историко – культурный и рекреационный потенциал;</li> <li>- реализация региональных программ по развитию дорожной и придорожной инфраструктуры;</li> <li>- рост объема в России внутреннего туристского потока;</li> <li>- положительные тенденции развития «туризма выходного дня», «агро туризма», «экологического туризма», «событийного туризма»;</li> <li>- факт перенасыщения европейской отрасли караванинга.</li> </ul>	<p><b>Слабые стороны / недостатки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- низкий уровень развития придорожной инфраструктуры,</li> <li>- нехватка мест размещения (мини отелей, кемпингов, мотелей, отелей, организованных мест отдыха, стоянок);</li> <li>- низкое качество придорожного сервиса и высокие цены на размещение;</li> <li>- высокие цены на аренду автодомов и караванов (до 50 % выше, чем в Европе);</li> <li>- отсутствие поддержки со стороны государства,</li> <li>- низкое качество и плотность дорог во многих регионах;</li> <li>- низкая информированность о существовании караванинга в России, как внутри страны, так и за ее пределами;</li> <li>- отсутствие сильных отраслевых структур (союзов, клубов, федераций по караванингу );</li> <li>- отсутствие отечественных производителей автодомов и караванов;</li> <li>- низкий уровень конкуренции на рынке караванинга,</li> <li>- недостаточное число торговых компаний в сфере караванинга; сервисных станций для автодомов и караванов;</li> </ul>
<p><b>Возможности / потенциал:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- привлечение инвесторов и развитие инфраструктуры для караванинга;</li> <li>- поддержка отрасли на государственном и региональном уровне;</li> <li>- рост внутреннего и въездного туризма;</li> <li>- развитие информационных ресурсов;</li> <li>- развитие российского производства автодомов;</li> <li>- увеличение числа торговых компаний по продаже и аренде автодомов.</li> </ul>	<p><b>Угрозы/риски</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стихийное нерегулируемое развитие отрасли;</li> <li>- сохранение диспропорции между ценой и качеством услуг;</li> <li>- отсутствие внимания к отрасли со стороны федеральной и региональной власти;</li> <li>- снижение уровня жизни населения;</li> <li>- снижение заработка населения.</li> </ul>

**Выводы:** В Российской Федерации существует огромный потенциал для развития инновационного вида туризма – как караванинг. Караванинг открывает большие возможности путешествовать в различные места, не ограничивая себя в выборе. Для полного внедрения данного вида туризма необходимо выполнить ряд условий чтобы обеспечить полноценный и успешный отдых: развивать придорожную инфраструктуру (внедрение кемпингов в большом количестве); сделать аренду караванов доступной для каждого гражданина; необходимо чтоб государство создавало специальные программы по развитию данного вида туризма(для его развития и поддержания); улучшить дорожную развязку (качество дорог); информировать о данном виде туризма (маркетинг караванинга в стране); необходимо внедрить сервисные станции для автодомов и караванов. Мобильность и независимость от выбора места пребывания из года в год делает запланированный отдых туристов незабываемым и разнообразным.

**Список использованных источников:**

1. Бубновская, Т.А. Правовые аспекты использования автотранспорта в концепции развития туризма в России [Текст] / Т. А. Бубновская, Ю. Б. Суворов // Автотранспортное предприятие. – 2012. – № 12. – С. 25 – 28.
2. Тамов, А.И. Развития караванинга в России [Текст] / А. И. Тамов // Научная перспектива. – 2012. – № 3 – 4. – С.11 – 14.
3. Тамов, А.И. Современное состояние и проблемы развития автотуризма в России [Текст] / А.И. Тамов // Вестник ГУУ . – 2012. – №35. – С. 8 – 10.
4. Федеральное агентство по туризма в Российской Федерации / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.russiatourism.ru> ( дата обращения 02.03.17).
5. Мартышенко, Н.С. Тенденции развития автотуризма в России [Текст] / Н.С. Мартышенко, А. В. Локша // Практический маркетинг. – 2013. – № 3. с. 27 – 36.

## ТИБЕТСКАЯ МЕДИЦИНА КАК ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС

**Старкова И.И. Тибетская медицина как туристский ресурс.** В работе рассматриваются вопросы, касающиеся использования тибетской медицины в видах туризма, имеющих спрос на рынке услуг – это лечебно-оздоровительный и культурно-познавательный туризм.

**Starkova I.I. Tibetan medicine as a tourist resource.** The work deals with the issues related to the use of Tibetan medicine in the types of tourism, which have a demand in the services market - it is medical-improving and cultural-cognitive tourism.

**Ключевые слова:** туризм, туристская отрасль, тибетская медицина, культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм.

Медицина Тибета зародилась от древнеиндийской медицины, поэтому нередко называют её индо-тибетской. Тибетская медицина – это наиболее древняя, традиционная медицинская система, которая успешно служит восточной цивилизации на протяжении более чем 5000 лет.

Тибетская медицина определяется как «наука о здоровье», а «западная медицина» – как «наука о болезнях». В древнем «Трактате Желтого императора» сказано: «Сохранение гармонии, а не исправление беспорядка является высшим принципом мудрости. Лечить заболевание после того, как оно возникло, все равно, что копать колодец, когда захотелось пить, или ковать оружие, когда началась война» [2].

Медики тибетской медицины видят человека как комплекс, неразделимое целое, неотъемлемую часть Вселенной, функционирующую согласно ее законам (микрокосм в макрокосме Вселенной, которая оказывает энергетические воздействия на человека), а не отдельные органы. Поэтому тибетская медицина не признает узкой специализации врачей. Организм человека – это сложная саморегулирующаяся система, которая находится в динамическом равновесии с окружающим миром [4]. Для традиционной тибетской медицины характерно рассмотрение человеческого организма как единого целого и диагностика в соответствии с учетом этой целостности.

Врачи тибетской медицины давали информацию людям о предупреждении (профилактике) заболеваний. Это в первую очередь образ жизни, правильное питание систем организма и укрепление иммунной системы, предохраняющей от заболеваний. В «Чжуд-ши» не только сказано: «на земле нет ничего такого, что нельзя было бы использовать в качестве лекарства» [1]. Лечебные составы чаще всего изготавливаются самими врачами. Уникальные рецепты, которые используются сегодня, тщательно составлялись, передавались многими поколениями врачей и проходили проверку не одно тысячелетие.

В своей врачебной практике тибетцы используют более тысяч лекарственных растений, более сотни минералов и некоторое сырьё животного происхождения. Обычно в составе тибетского лекарства находится от трёх и более составляющих, но существуют рецептуры, в которых количество компонентов доходит до 65. Многокомпонентные лекарства обладают более сильным действием, нежели однокомпонентные, потому что каждый компонент влияет на свое звено болезни и, как следствие, усиливает общее действие лекарства. Кроме того, меньшее количество действующего вещества в рецептуре реже вызывает побочные явления. Тибетские лекарства бывают в форме порошков, пилюлей и масел, а также в экзотичной для нас форме – например, лечебных благовоний. Такие лекарства вылечивают всевозможные трудноизлечимые заболевания. Это связано, в частности с тем, что Тибет отличается чистотой природы, травы и животные находятся в особых условиях кислородного голодания и сурового климата, что дает им особые лечебные свойства, которых не хватает китайским травам, выращиваемым искусственно [3].

В тибетской медицине, широко практикуются воздействия на организм с помощью массажа. С древних времен и по сей день искусство массажа приносит пользу очень многим людям, пользуясь неизменной популярностью в разных частях мира. Традиционный тибетский масляной массаж Ку Нье уравнивает энергию, тело и ум и оказывает благоприятное действие на тело, нервную систему, различные органы и системы организма. Масляной массаж балансирует все энергии тела, равновесие которых автоматически обеспечивает хорошее здоровье и используется не только для глубокой релаксации, но также как обще оздоровительное, эффективное лечебно-профилактическое средство [3].

Таким образом, в традиционной системе тибетской медицины все основные принципы и положения о микро- и макромире иерархически связаны с многовековым опытом, знаниями об организации живых систем, которые являются, предвосхищением хронобиологии, хрономедицины и хронофармакологии. Тибетская медицина издавна привлекала внимание ученых-востоковедов. Интерес к ней в наши дни не только не уменьшился, но и

значительно возрос. Круг исследователей древней медицины ныне настолько расширился, что ею занимаются целые научные коллективы в странах Европы, Азии и Америки.

Сейчас совершенно очевидно, что в тибетской медицине имеют место как своеобразные методы лечения, так и целый ряд полезных лекарственных средств.

Основные принципы тибетской медицины лежат в буддистской философии, в понимании того, что все явления, в том числе и болезни связаны с умом (разумом). Таким образом, духовное, магическое и физическое здоровье человека определяется его гармонией у духовной, магической и физической сферах жизни. Все эти сферы являются тесно взаимосвязанными, и в тибетской традиции, человек рассматривается как целостная система [4].

Лечебные мероприятия в тибетской медицине отличаются своим комплексным характером. Однако не все болезни подвергались лекарственной терапии. Не случайно в «Чжуд-ши» сказано: «Из 404 (групп) болезней 101 болезнь излечиваются без всякой помощи, 101 – лекарствами и рукодействием, а оставшиеся 101 болезнь не поддаются лечению». При тяжелых заболеваниях неотъемлемой частью терапии является физические методы лечения. К ним относятся кровопускания, прижигания, иглотерапия, массаж, хирургические методы, гидропроцедуры [5].

Во всем мире существуют крупные центры тибетской медицины к ним относятся Государственный центр тибетской медицины, Пекинский Центр тибетской и традиционной китайской медицины, где ведется большая работа с туристами. Туристов сюда привозят на экскурсии целыми группами. Им рассказывают о тибетской философии и медицине, о Центре, а также предлагают бесплатно проконсультироваться у тибетского врача, а затем по его рекомендации купить лекарства. Лекарства, которые предлагают туристам более легкие, они имеют общеукрепляющий эффект. Для более серьезного лечения необходимо проконсультироваться с врачом в индивидуальном порядке. С момента своего функционирования центр принял более восьми тысяч пациентов из Японии, Южной Кореи, Германии, США, Англии и Канады, в том числе 7 тысяч пациентов из России. Среднее время пребывания в центре 2-3 недели, поэтому для закрепления эффекта от лечения многим пациентам предлагают продолжить лечение дома. В сложных случаях для наблюдения за состоянием больных и назначения необходимого лечения можно проводить консультации с врачами Центра через Интернет [2].

В северной Индии, в Гималаях, в горном местечке Дхарамсала (Макеод Гандж) расположен Институт Медицины и Астрологии Мен Тсе Кханг, которые являются центрами, активно посещаемые туристами. В Непале также отдельным направлением специализированного туризма является посещение центров тибетской медицины, например Kunfen Tibetan Medical Center. В России также открываются центры с применением методов лечения тибетской медицины. В Москве находится клиника «Тибет», в которой в полном объеме применяются все четыре составляющие тибетской системы лечения и клиника «Наран».

В Бурятию, куда тибетская медицина пришла вместе с буддизмом в XVIII веке, также организованы лечебно-профилактические учреждения, в которых предлагаются медицинские услуги с использованием апробированных методов и средств тибетской медицины. Уже 10 лет успешно функционирует Центр восточной медицины, который занимается оказанием медицинских услуг, научными исследованиями в области технологии фитопрепаратов и их производством.

В целом привлекательность тибетской медицины как туристского ресурса заключается в том, что методы лечения являются эффективными, она насчитывает многовековой опыт использования, является уникальной системой оздоровления и частью культуры этнической Бурятии.

Тибетская медицина используется и может использоваться в двух видах туризма, имеющих спрос на рынке услуг – это лечебно-оздоровительный и культурно-познавательный.

В основе лечебно-оздоровительного туризма лежит забота о здоровье человека как главной ценности жизни, что дает не малое преимущество тибетской медицине. Во всем мире происходит ускорение научно-технического прогресса, идут процессы урбанизации, что имеет как позитивные, так и негативные последствия для здоровья людей. Наблюдается снижение функциональных возможностей человеческого организма, что и проявляется в ухудшении деятельности его важнейших жизнеобеспечивающих систем. Отмечаются как рост заболеваемости населения, так и возникновение новых, опасных заболеваний; значительно возрастают стрессовые нагрузки, а в организме человека накапливается физическая и умственная усталость.

В то же время в мире наблюдается тенденция к осознанию значимости здорового образа жизни, где возможно прибегнуть к такой методике врачевания, как медицина Тибета, в основе которой лежит нетрадиционные методы лечения. Неотъемлемой частью современной системы ценностей стала забота о здоровье, повышении жизненной активности. Все это создает предпосылки для использования медицины Тибета в лечебно-оздоровительном туризме. Возможно планировать туры с обязательным посещением Центра восточной медицины, клиник с организацией лечения (минимум 11 дней) и в свободное время включать экскурсии в дацаны, музеи и т.д.

Основная исходная цель культурно-познавательного туризма – это знакомство с историей и культурой народа страны во всех ее проявлениях. Туризм – наилучший способ знакомства с другой культурой и ее составляющими. Одной из важнейших составляющей культуры народа является медицина. Любознательность туриста в отношении различных уголков мира населяющих их народов образуют один из наиболее сильных побудительных туристских мотивов. Тибетская медицина представляет собой уникальную ценность для современного общества, так как в процессе своего развития тибетская медицина, в истоках которой лежат достижения древних медицинских систем Востока, сохранила до наших дней без существенной трансформации их теоретические основы.

В перспективе предусматривается использование тибетской медицины в сфере туризма по следующим направлениям: посещение центров восточной медицины (курорт Горячинск, Республика Бурятия); участия туристов в изготовлении лекарств (аптека при центре в лаборатории медико-биологических исследований института общей и экспериментальной биологии БНЦ СО РАН); проведение экскурсий в музей истории Бурятии им. Хангалова города Улан-Удэ («Атлас тибетской медицины») и выставки «Тибетская медицина» в музее Бурятского научного центра СО РАН.

#### Список использованных источников:

1. Дашиева Д. Б. «Чжуд-ши» – канон тибетской медицины / Д. Б. Дашиева. – М. : Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2000. – 386 с.
2. Игнатъев А. А. Туризм [Электронный ресурс] / А. А. Игнатъев. – Режим доступа : <http://www.ratanews.ru/hotels.stm>
3. Имантук С. С. Тибетская медицина [Электронный ресурс] / С.С. Имантук. – Режим доступа : <http://www.oim.ru/lmantlyk>
4. Краско П. П. Тибетская медицина [Электронный ресурс] / П. П. Краско. – Режим доступа : <http://www.tourizm.ru>
5. Тарнуев В. А. Кровопускание в традиционной восточной медицине / В. А. Тарнуев. – Улан-Удэ : Наука, 1995. – 119 с.

УДК 338.43

Страшко Е.В. к.э.н., старший преподаватель  
СЭГИ (филиал)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского», г. Севастополь

### «ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ: СПРАВЯТСЯ ЛИ ВИНОГРАДАРИ?»

**Постановка проблемы:** Виноградарство и виноделие – виды экономической деятельности, технологически связанные между собой и обладающие значительным потенциалом для динамичного развития. В рамках Программы импортозамещения, показатель производства винограда был отрицательным. Что явилось причиной невыполнения плана Минсельхоза?

**Анализ последних исследований и публикаций:** Проведен анализ нормативно-правовых актов, законов и других документов в области виноградарства, виноделия и импорта винограда и винопродукции в Россию, рассмотрена «Концепция развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016-2020 годов и плановый период до 2025 года». Публикации на тему развития виноградарства Зелинской Е.Л., Гайсаровой А.А., Филипенко Н.Ю. На основании проведенных исследований определены причины недостаточного развития отрасли и задачи по преодолению существующих проблем.

**Цель статьи.** Целью написания данной статьи является анализ проблемных вопросов развития виноградарства и виноделия как смежных отраслей в условиях Программы импортозамещения в России.

Виноградарство и виноделие – отрасли с высокой степенью корреляции и обладающие высоким потенциалом в некоторых регионах РФ. Данные виды предпринимательства исторически являются традиционными отраслями для южных регионов Российской Федерации и играют важную роль в их экономике [2, с.123].

Учитывая уникальные и благоприятные природно-климатические условия для выращивания винограда в южных регионах Российской Федерации, потенциал уже имеющихся производственных и инфраструктурных мощностей, а также растущий в последние годы в мире спрос на качественную винодельческую продукцию, виноградарство и виноделие являются перспективными сегментами российского агропромышленного комплекса. А также нельзя недооценивать влияние отрасли на развитие туризма в регионе, особенно привлечение в регион желающих ознакомиться с винными маршрутами, энотерапией, а также историей развития отрасли.

По итогам прошлого года винограда посадили практически в два раза меньше, чем планировал Минсельхоз. Темпы по производству винограда — единственный отрицательный показатель прошлого года по реализации госпрограммы развития сельского хозяйства. По остальным продуктам либо отмечался рост, либо небольшое падение. Инвесторы не хотят вкладывать средства в производство винограда.

Российские производители винограда не смогли выполнить план Минсельхоза по развитию сельского хозяйства. За год планировалось заложить 9,2 тыс. га виноградников, но получилось только 4,9 тыс. га. [4].

Автор проанализировал современное состояние отрасли и причины провала производства винограда.

Ниже приведены некоторые выдержки из обзора касательно размеров площадей, объемов производства винограда, а также динамики импорта и цен.

Российский рынок винограда в последние годы характеризуется наращиванием размеров площадей его выращивания, повышением объема сборов винограда, сокращением объемов импорта, не этого еще недостаточно, чтобы показатели производства стремились к желаемой отметке.

Общие площади виноградных насаждений в России в хозяйствах всех категорий в 2016 году составили 87,6 тыс. га (в том числе, площади виноградников в плодоносящем возрасте - 70,5 тыс. га). По отношению к 2015 году размер площадей вырос на 3,0% или на 2,5 тыс. га, к 2011 году - на 39,1% (на 24,6 тыс. га). В плодоносящем возрасте за год площади увеличились на 4,9% или на 3,3 тыс. га, за пять лет (к 2011 году) - на 56,3% (на 25,4 тыс. га).

В промышленном секторе виноградарства (в сельхозорганизациях и крестьянско-фермерских хозяйствах, без учета хозяйств населения) общие площади в 2016 году находились на уровне 77,8 тыс. га (88,7% от общей площади виноградных насаждений в России). Из них в плодоносящем возрасте - 61,7 тыс. га.

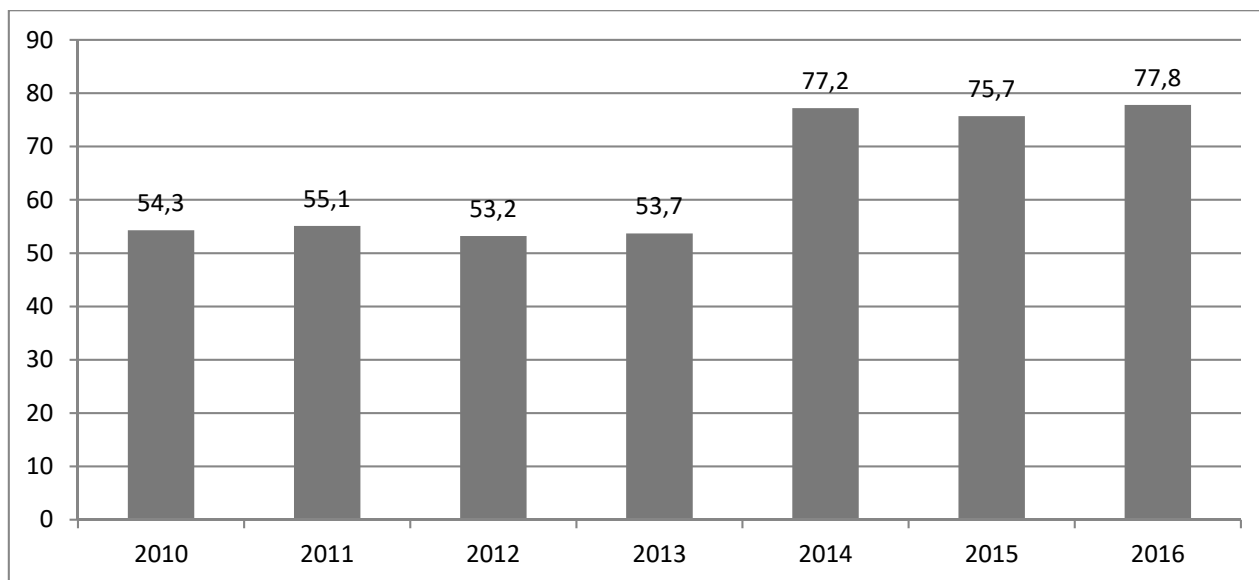


Рисунок 1. Площади виноградных насаждений в промышленном секторе в России в 2010-2016 гг., тыс. га

По сравнению с показателями 2015 года, площади виноградных насаждений в промышленном секторе увеличились на 2,7% или на 2,1 тыс. га, с показателями 2011 года - на 41,1% (на 22,7 тыс. га).

В хозяйствах населения площади виноградных насаждений в 2016 году составили 9,9 тыс. га (11,3% от общей площади виноградных насаждений в России). Из них в плодоносящем возрасте - 8,8 тыс. га.

По сравнению с 2015 годом площади в хозяйствах населения увеличились на 5,1% или на 0,5 тыс. га, с 2011 годом - на 25,2% (на 2,0 тыс. га).

В промышленном секторе виноградарства площади в плодоносящем возрасте, по отношению к 2015 году, выросли на 4,8% или на 2,8 тыс. га, к 2011 году - на 63,2% (на 23,9 тыс. га). В хозяйствах населения площади виноградных насаждений в плодоносящем возрасте по отношению к 2015 году выросли на 5,9% или на 0,5 тыс. га, к 2011 году - на 20,6% (на 1,5 тыс. га).

Производство винограда в России в 2016 году составило 551,7 тыс. тонн. За год сборы выросли на 16,1% или на 76,5 тыс. тонн, за 5 лет (к 2011 году) - на 33,8% (на 139,4 тыс. тонн).

В промышленном секторе сборы винограда в 2016 году находились на уровне 434,9 тыс. тонн (78,8% от общего объема производства винограда в РФ). По отношению к 2015 году сборы в промышленном секторе выросли на 20,1% или на 72,9 тыс. тонн, к 2011 году - на 36,4% (на 116,1 тыс. тонн). В хозяйствах населения в 2016 году сборы составили 116,8 тыс. тонн (21,2% в общих сборах). За год сборы в хозяйствах населения увеличились на 3,2% или на 3,6 тыс. тонн, за 5 лет - на 24,8% (на 23,2 тыс. тонн). [7].

Необходимость в производстве винограда колоссальная, но бизнес не готов высаживать столько винограда. Минсельхоз запланировал к 2020 году заложить 50 тыс. га виноградников, но нужно больше, 100 тыс.га. На практике заданный объем реализовать трудно. Бизнес сколько может, столько и высаживает. Проблема в том, что виноградарство вместе с виноделием — очень дорогой бизнес. Плодоносить виноград начинает через пять лет. Срок окупаемости около девяти лет. Это достаточно большой срок, не каждый инвестор согласится вкладывать, есть менее рискованные виды инвестиций.

В ТОП-10 регионов по производству винограда в промышленном секторе в 2016 году вошли: Краснодарский край (232,14 тыс. тонн, 53,4%), Республика Дагестан (72,16 тыс. тонн, 16,6%), Республика Крым (51,18 тыс. тонн, 11,8%), Ставропольский край (42,02 тыс. тонн, 9,7%), Кабардино-Балкарская Республика (15,64 тыс. тонн, 3,6%), г. Севастополь (14,61 тыс. тонн, 3,4%), Ростовская область (5,62 тыс. тонн, 1,3%), Чеченская Республика (1,23 тыс. тонн, 0,3%), Волгоградская область (0,21 тыс. тонн, 0,05%), Самарская область (0,05 тыс. тонн, 0,01%).[1, с.92].



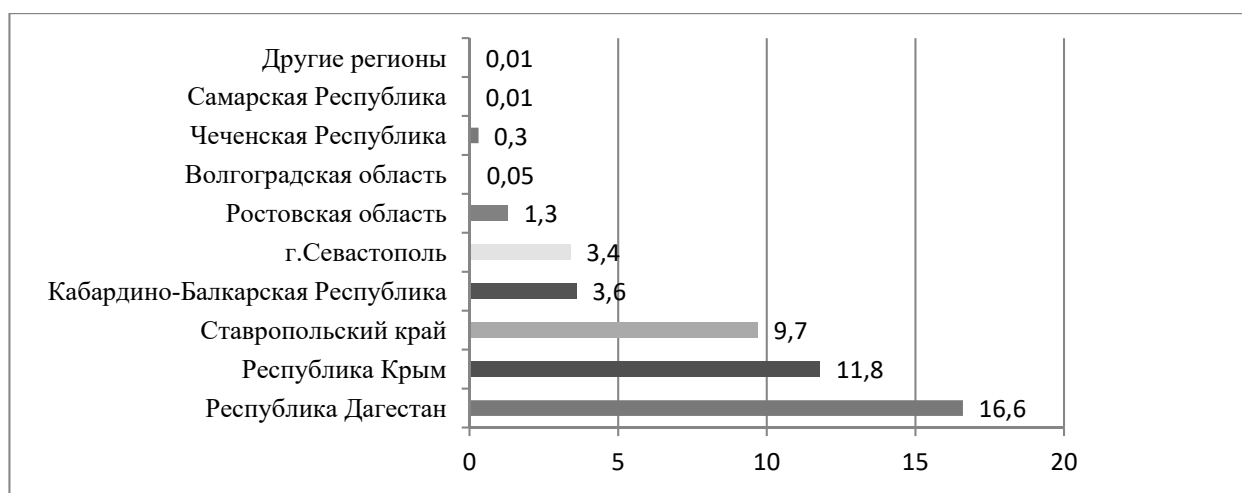


Рисунок 2. Рейтинг регионов России по производству винограда в промышленном секторе, % (общий объем 434,9 тыс. тонн)

На ТОП-10 регионов в 2016 году пришлось 99,99% в общих промышленных сборах винограда в России.

**Что касается импорта винограда, то** в целом за два последних года Россия сократила импорт винограда. Согласно данным Федеральной таможенной службы (ФТС), в 2015 году его закупили 278 тыс. т, в 2016 году — 226 тыс. т. В 2014–2015 годах крупнейшим поставщиком свежего винограда в Россию была Турция, поставки которой превышали сумму \$120 млн в год. С 1 января 2016 года Россия ввела запрет на импорт винограда из Турции, таким образом структура поставщиков изменилась. Вместо одного крупного поставщика Россия закупает виноград в Иране, Индии, Чили и Молдавии.

Также По данным ФТС, в 2016 году сумма поставок вина и винных материалов в Россию составила \$728 млн (532 тыс. т), в 2015-м — \$692 млн (530 тыс. т). Крупнейшие поставщики — Италия, Франция и Испания.

Что касается цен, то цены на виноград, импортируемый в РФ, в 2017 году несколько снизились. Так, в апреле 2017 года, средняя стат. стоимость ввоза винограда в РФ составила 1 517,0 USD/т или 85 615,1 РУБ/т. В долларах США цены за год (к апрелю 2016 года) не изменились, в перерасчете на рубли - снизились на 15,2%.

В то же время, по сравнению с уровнем цен двухлетней давности в рублях цены выросли на 4,6%. За три года рост цен составил 51,9%, за четыре года - 68,5%, за пять лет - 79,3%. В то же время в долларах США цены за 5 лет снизились на 6,3%.

Наращивание производства винограда в России может снизить цены на вино. В целом на рынке уже сейчас половина российских производителей вина и коньяка используют отечественный виноград. Цена на такую продукцию ниже, чем на импортную, а качество не хуже.

Примерно половина российского вина и коньяка производится из российского винограда. Главное преимущество — цена. Например, бутылка отечественного вина за 180–200 рублей практически не отличается по качеству от импортного за 350 рублей. То есть наращивание производства винограда в России сделает вино доступнее. Кроме того, в рамках Программы импортозамещения, следует отказаться от покупки у западных производителей, так как в России можно самостоятельно производить. [3].

Исследуя отрасль виноградарства и виноделия, нужно обратиться к объективным причинам тормозящим развитие отрасли и производства винограда и вина.

1. Финансовые средства, направляемые на закладку виноградников, минимум на четыре года отвлекаются из оборота, учитывая, что в течение этого времени требуются дополнительные финансовые ресурсы на установку шпалеры и уход за молодыми насаждениями и т.д. Другими словами, производство винограда требует больших инвестиций, которые долго окупаются, и это останавливает потенциальных инвесторов.

2. Виноградарство и виноделие – бизнес со значительной долей рисков, как вследствие воздействия опасных для производства сельскохозяйственной продукции (винограда) природных явлений, так и значительной административной нагрузкой со стороны государственного регулирования.

3. Несовершенство государственного регулирования отрасли, а именно:

Основными федеральными законами, регулирующими производство и оборот винодельческой продукции, являются федеральные законы «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», «О развитии сельского хозяйства», «О качестве и безопасности пищевых продуктов», «О рекламе».

Также регулирование деятельности по производству и обороту винодельческой продукции осуществляется в рамках соответствующих подзаконных актов, межгосударственных стандартов и национальных стандартов, и иных документов в области технического регулирования (технологических условий, технологических инструкций, стандартов организации).

За последние 10 лет полномочия по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в области виноделия неоднократно переходили из ведения одного федерального органа исполнительной власти в другой. В настоящее время такие полномочия разделены между Министерством сельского хозяйства Российской Федерации и Министерством финансов Российской Федерации. Отдельными полномочиями в сфере государственного регулирования производства и оборота винодельческой продукции наделены субъекты Российской Федерации и органы местного самоуправления.

Кроме того, функции по контролю за производством и оборотом винодельческой продукции, по надзору и оказанию услуг (в том числе по выдаче лицензий) в этой сфере осуществляет Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. № 2128-р утверждена Концепция реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года, которой предусмотрено в целях формирования культуры потребления алкогольной продукции создание условий для развития российского виноделия и увеличения производства российских качественных вин.

Это послужило основой для совершенствования российского законодательства на основе принципа неразрывной связи виноградарства и виноделия и создания благоприятных условий для производства качественного вина, и игристого вина (шампанского) из винограда, выращенного на территории Российской Федерации.

Правительством Российской Федерации принято постановление от 13 июля 2013 г. № 585 «О внесении изменений в перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители», согласно которому вина виноградные, шампанские и игристые, произведенные сельскохозяйственными товаропроизводителями из собственного винограда, выращенного и переработанного ими на территории Российской Федерации, включены в перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители. Указанное изменение позволяет виноделам получать статус сельскохозяйственного производителя и государственную поддержку в соответствии с Федеральным законом «О развитии сельского хозяйства». [11].

Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 июля 2006 г. № 458 «Об отнесении видов продукции к сельскохозяйственной продукции и к продукции первичной переработки, произведенной из сельскохозяйственного сырья собственного производства» установлено, что к продукции первичной переработки, произведенной из сельскохозяйственного сырья собственного производства, относится сельскохозяйственная продукция, используемая в виде сырья в последующей (промышленной) переработке продукции или реализуемая без последующей промышленной переработки потребителям, в том числе продукция садов, виноградников, в частности, виноград столовых сортов, столово-винных сортов, винных сортов, столово-кишмишных и кишмишно-столовых сортов. [10].

Вместе с тем, в соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 346.2 Налогового кодекса Российской Федерации организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров, не вправе переходить на уплату единого сельскохозяйственного налога, в связи с чем применение единого сельскохозяйственного налога к сельскохозяйственным товаропроизводителям, осуществляющим производство винодельческой продукции из винограда собственного производства невозможно.

В 2014 году внесены изменения в Бюджетный кодекс Российской Федерации, позволяющие оказывать государственную поддержку хозяйствующим субъектам в связи с производством и реализацией винодельческих продуктов, произведенных из выращенного на территории Российской Федерации винограда.

Однако Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» установлено, что финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства (предоставление субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий) не может оказываться субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим производство и (или) реализацию подакцизных товаров. [9].

Но послабление к отрасли все таки сделано, так в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации в отношении вин и игристых вин (шампанских) с защищенным географическим указанием или наименованием места происхождения предусмотрены пониженные ставки акцизов – 5 руб. за 1 литр для

вин с защищенным географическим указанием, с защищенным наименованием места происхождения, кроме игристых вин (шампанских) с 1 января 2016 года.

4. Вместе с тем, в настоящее время степень износа сельскохозяйственной техники, используемой в виноградарстве, составляет 70-80%, что вызвано низкой платежеспособностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и отсутствием в Российской Федерации производства специализированной техники для виноградарства.

Техническое перевооружение виноградарских хозяйств осуществляется за счет покупки импортной сельскохозяйственной техники, в основном бывшей в употреблении. Учитывая, что стоимость некоторых единиц данной техники составляет 80-250 тыс. евро, а стоимость полного комплекта технических средств составляет более 1 млн. евро из расчета на 100 га виноградных насаждений, внедрение высокоэффективных технологий производства доступно только крупным производителям винограда, поддерживаемым государством. [6].

Вывод: Таким образом, исходя из проведенного анализа отраслей виноградарства и виноделия наиболее актуальные остаются проблемы высокой капиталоемкости и длительных сроках окупаемости инвестиционных проектов, в которых полный производственный цикл переработки винограда в вино – от посадки виноградной лозы до реализации бутылки вина – составляет не менее 5 лет, также определяют низкую инвестиционную привлекательность таких проектов для бизнеса и необходимость активного участия государства в их реализации, путем снижения кредитных ставок, послабления налоговых обязательств, совершенствование Налогового и другого законодательства, регулирующего отрасль.

#### Список использованных источников:

1. Гайсарова А.А., Филипенко Н.Ю. О проблемах и перспективах развития отраслей виноградарства и виноделия в Республике Крым. Агропродовольственная экономика. 2017. № 1. С. 90-99.

2. Зелинская Е.Л. Политические и социально-экономические предпосылки развития виноградарства и виноделия в Крыму к началу XIX века: исторический аспект. Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2017. № 2. С. 122-125.

3. Концепция развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016-2020 годов и плановый период до 2025 года.

4. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства города Севастополя [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://mcsx.ru/> (Дата обращения 10.09.2017 ( 23:40)

5. Официальный сайт Департамента сельского хозяйства города Севастополя [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://sevselkhoz nadzor.ru/programma\\_selhoz\\_16-18.php](http://sevselkhoz nadzor.ru/programma_selhoz_16-18.php) (Дата обращения 10.09.2017 ( 23:40)

6. Официальный сайт Крымского Инвестиционного портала. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://invest-in-crimea.ru/главная> (Дата обращения 10.09.2017 ( 23:40)

7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат ) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (Дата обращения 01.09.2017 16:45)

8. Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" . «Консультант плюс» [Электронный ресурс]

- Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8368/c04d402cea98806b633367d6448788ace7f6c20e/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/c04d402cea98806b633367d6448788ace7f6c20e/) (Дата обращения 29.08.2017 16:45)

9. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) «Консультант плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/) (Дата обращения 29.08.2017 16:45)

10. Постановление Правительства РФ от 25.07.2006 N 458 (ред. от 31.03.2017) «Об отнесении видов продукции к сельскохозяйственной продукции и к продукции первичной переработки, произведенной из сельскохозяйственного сырья собственного производства» «Консультант плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_61854/](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_61854/) (Дата обращения 29.08.2017 16:53)

11. Постановление Правительства РФ от 13.07.2013 N 585 "О внесении изменений в перечень сельскохозяйственной продукции, производство, первичную и последующую (промышленную) переработку которой осуществляют сельскохозяйственные товаропроизводители «Консультант плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_149451/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149451/) (Дата обращения 30.08.2017 18:25)

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В  
КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

**Тавакалова М.М. Особенности организации и продвижения горнолыжного туризма в Краснодарском крае** В работе рассматриваются вопросы организации горнолыжного туризма в Краснодарском крае.

**Tavakalov M. M. features of the organization and promotion of ski tourism in the Krasnodar region.** The work considers the questions of organization of ski tourism in the Krasnodar region.

**Ключевые слова:** рекреационный потенциал, горнолыжный курорт, инфраструктура.

Краснодарский край — самый южный приграничный регион России, территориально входящий в Южный федеральный округ. Территория края составляет 76 тыс. км<sup>2</sup>. Край расположен на Кубано-Приазовской низменности и частично в западной части системы Большого Кавказа. На севере и северо-востоке граничит с Ростовской областью, на востоке — со Ставропольским краем, на юге с Грузией и Карачаево-Черкесской Республикой. На юге и западе омывается водами Азовского и Черного морей.

Из общей протяженности границы 1540 километров 740 километров проходит вдоль моря.

Краснодарский край расположен на широте северной Италии и южной Франции. В состав Краснодарского края входит 48 районов и городских округов, включающих 26 городов, 21 поселок городского типа и 1717 сельских населенных пункта. Административным центром края является город Краснодар.

Климат на большей части Краснодарского края умеренно-континентальный, на Черноморском побережье субтропический. Средняя многолетняя температура воздуха в январе от +5 °С в горах до 0 °С на равнине; в июле от +13 °С до +24 °С соответственно.

Среднегодовой объем осадков от 400 мм в равнинной части до 3200 мм и более в горной. Средняя продолжительность вегетационного периода около 260 дней. На равнинах края преобладают черноземные почвы.

Целебный климат средиземноморского типа, теплые моря, уникальные природные минеральные источники и лечебные грязи снискали Кубани славу одного из самых экологически чистых и популярных курортно-туристических регионов страны.

Краснодарский край является комплексным центром оздоровления, отдыха и туризма, располагающим сетью разнообразных предприятий, специализирующихся на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительного, морского, водного, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

Природно-ресурсный рекреационный потенциал Юга России характеризуется разнообразием и в целом весьма емко, что обусловлено сочетанием равнинных, приморских, предгорных и высокогорных ландшафтов, наличием различных типов минеральных вод, лечебных грязей, довольно комфортными климатическими особенностями.

Особое место в рекреационных ресурсах края занимают минеральные источники, имеющие ценнейшее лечебное значение. Широко известны Мацестинские, Горячеключевские, Хадыженские, Запорожские, Семигорские источники. Большие запасы минеральных вод локализованы в Сочи-Адлерском артезианском бассейне мацестинских вод.

Кубань — колыбель древних цивилизаций, возраст которых исчисляется тысячами лет. Здесь находятся дольмены (самые древние достигают возраста пяти тысяч лет), курганы, древние городища, развалины древнегреческих колоний. Объектами познавательного туризма являются и достопримечательности местной природы: дендропарк, парк «Ривьера», бор пицундовской сосны (г. Геленджик), гора Ахун, Агурские водопады, Орлиные скалы, Воронцовская пещера, тиссо-самшитовая роща в Хосте, дельфинарии. В городах имеются музеи, концертные залы, театры.

Все это в целом послужило развитию крупнейшего в России курортно-туристского комплекса. В крае создано не менее 1200 предприятий санаторно-курортного комплекса и туризма, где могут одновременно разместиться около 250 тыс. человек. Хорошо развита инфраструктура детского отдыха, которая представлена оздоровительными учреждениями

с одновременным пребыванием в них около 100 тыс. человек.

Еще большее развитие регион получил вследствие проведения здесь зимних Олимпийских игр 2014 года — построены новые гостиничные и развлекательные комплексы, улучшилась инфраструктура.

Климатические условия Краснодарского края очень благоприятны для развития горнолыжного туризма. Второй важной составляющей горнолыжного туризма является наличие инфраструктуры.

В Краснодарском крае имеется несколько горнолыжных курортов различного уровня, среди которых самый крупный – курорт «Красная поляна».

Международный Олимпийский комитет в июле 2007 года выбрал Сочи местом проведения первых для нашей страны Зимних игр. Перед затерянным среди горных вершин поселком открыты невиданные ранее перспективы. В 2014 году в Красной поляне прошла самая удивительная в истории спорта Олимпиада. И новым комплексом стал ареной для захватывающих олимпийских состязаний.

Горнолыжный курорт "Красная поляна" является самым большим в России, развитая инфраструктура которого не уступает популярным европейским курортам. Здесь можно кататься на совершенно разнообразных трассах, которые созданы не только для новичков, но и для опытных горнолыжников, и для профессионалов.

"Красная поляна" имеет в своем распоряжении комплексы трамплинов, сноуборд-парки, фристайл-центры, санно-бобслейной трассы. На курорте имеется мощное оснежительное, осветительное оборудование, работают бугельные, четырех-, шестиместные кресельные подъемники, гондолы, буксировочные канатные дороги. Курорт имеет несколько смотровых площадок, пунктов оказания первой медицинской помощи, проката инвентаря, охраны правопорядка, сувенирные и специализированные магазины.

Роза Хутор предлагает 15 трасс для катания разного уровня сложности, общей протяженностью более 100 км, перепад высот может составлять до 1758 м. Лаура имеет в своем распоряжении 15 трасс общей протяженностью более 15 км, это трассы для профессионалов - узкие, с крутыми спусками, поворотами, перегибами, большим уклоном. Горная карусель предлагает горнолыжникам 7 трасс общей протяженностью 25 км, здесь наиболее всего понравится новичкам и тем, кто впервые стал на лыжи - самым маленьким гостям курорта.

В последнее время Красная Поляна уверенно превращается в центр активных видов отдыха. За последние несколько лет в поселке было построено множество гостиниц разных категорий, которые соответствуют европейским стандартам качества, и строительство продолжается. Туристу лишь остается выбрать подходящий вариант между «Пик Отель Рэдиссон САС «Лазурная» и множеством комфортабельных коттеджей, разбросанных по популярному российскому курорту.

В 2004 году открылась новая дорога, ведущая из Адлера на Поляну. Дорога имеет большую пропускную способность курорта. Горнолыжники смогут спокойно размещаться в Адлере и ездить на склоны на специальных автобусах. Но, несмотря на близость моря и мягкий климат, царство снегов здесь с середины декабря до начала апреля. Общая протяженность трасс - 25 километров. Перепад высот катания от 200 до 1000 метров. В зимние месяцы температура от -5 до -20С. Имеются 5 бугельных подъемников, 4 двухкресельные канатные дороги. Открыт сноубордический стадион. Красная Поляна известна в мире любителей целинного катания. Здесь потрясающие нетронутые склоны, нежный и пушистый снег.

Горнолыжный туризм существует давно, и поэтому также давно появились горнолыжные курорты, которых сейчас очень много и которые по-прежнему активно развиваются. В России сейчас достаточно много горнолыжных курортов, среди которых, естественно, есть популярные и не популярные.

Следующий курорт -Лаго-Наки, популярный среди фрирайдеров и сноубордистов. Обилие природных достопримечательностей делает комплекс **всесезонным**. Но благоприятные для горнолыжного отдыха условия существуют с середины декабря до середины апреля. На некоторых местах снежный покров сохраняется даже до июня.

Гостеприимный курорт является очень удобным и приспособленным для отдыха местом. Любой посетитель может не только вдоволь покататься на лыжах и сноуборде, но и посмотреть местные живописные окрестности.

За ним следует Псебай – поселок городского типа на юге Краснодарского края. Раскинулся он у подножия Кавказских гор. Именно в этом поселке расположился горнолыжный курорт «Златагора». Его территория граничит с государственным биосферным заповедником. Расстояние от поселка до аэропорта Краснодара составляет около 250 километров. Армавир является самой близлежащей железнодорожной станцией. Несмотря на наличие горнолыжных комплексов в самом Краснодарском крае, комплексы соседствующих областей также очень популярны как среди жителей Кубани, так и среди туристов из других районов.

Еще один популярный горнолыжный курорт Кавказа Домбай - подойдет как для профессиональных спортсменов, так и для начинающих. Живописные виды делают его привлекательным для посещения в любое время года, но лыжники приезжают сюда зимой. Самый благоприятный для катания период приходится на февраль-март, а на горе Мусса-Ачитара катание возможно с ноября по июнь.

Домбай приурочен к Карачаево-Черкесской республике, курорт пользуется большой популярностью у жителей Краснодарского края из-за соседства двух регионов.

Горнолыжный курорт расположен на высоте 1650 метров около слияния двух рек, на Домбайской поляне.

Горнолыжный курорт Архыз располагается на западе Кавказских гор. Хребет Абишира-Ахуба ограничивает местность с севера и северо-запада. Курорт располагается в Карачаево-Черкесской

республике. Добраться сюда можно из аэропорта Минеральных Вод (210 км), или с вокзала города Черкесск (120 км). Непосредственно от вокзала можно доехать на такси, арендованной машине, рейсовом автобусе.

Курорт популярен среди приверженцев самостоятельных путешествий, здесь существуют благоприятные природные условия для рафтинга, альпинизма, лыж, и сноуборда. Самый благоприятный сезон для катания на лыжах или сноуборде приходится на середину декабря – конец марта.

Архыз — сравнительно молодой комплекс, открыт он был в 2012 году. Сегодня здесь функционируют шесть трасс с разными уровнями сложности. Работают два фуникулера. Так как с настоящим снегом постоянно возникают проблемы, здесь прибегают к использованию искусственного. Вероятность обрушения снежных лавин очень низка. Здесь щепетильно относятся к безопасному отдыху посетителей: есть медпункты и служба спасения.

Краснодарский край — один из наиболее привлекательных в туристическом плане регионов России. Однако отдых там, в основном сезонный — летом наплыв туристов, а зимой — затишье. Чтобы потом хвататься за голову и в оперативном порядке решать, что же со всем этим делать, гораздо полезнее будет уже сейчас начать программу по продвижению Краснодарского края как круглогодичного курорта, тем более что все предпосылки для этого есть — это и великолепные горные склоны, и удивительная природа, и благодатный климат, и целебные минеральные источники, и культурное наследие, и развлекательные комплексы, и развитая и продолжающаяся развиваться инфраструктура.

Основной проблемой края является предвзятое отношение к нему туристов — многие даже не думают об этом регионе, как о месте, куда можно поехать на новогодние праздники, например, или в зимние каникулы с детьми.

Также нужно учесть, что и туристические фирмы начинают предлагать туры в Краснодарский край только ближе к лету, да стоимость проживания в отелях в основном размещают за летний период.

Все это создает впечатление, что Кубань как бы «замирает» на холодный сезон в ожидании тепла, притока туристов и, соответственно, денежных средств. Специальные события необходимы региону, как, например, различные фестивали и открытия сезона именно они, наряду с продвижением горнолыжных комплексов, будут способствовать круглогодичному притоку туристов

К основным факторам, определяющим будущее туризма, следует отнести общие и отраслевые факторы, такие как конкуренция, информационные технологии, авиаперевозки, туроператорские услуги, а также политические.

Развитие туристического потенциала экономики позволит увеличить в целом ее конкурентоспособность, что не только приведет к улучшению баланса денежных потоков Краснодарского края, но и будет способствовать увеличению оборота денежных средств.

#### **Список использованных источников:**

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года// <http://www.avtotravel.com>
2. Управление позиционированием гостиничного продукта //Дорога к пяти звездам, 2012. - № 4, м. 44-46 54. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ(2011-2018гг) // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_118424/?frame=1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118424/?frame=1)
3. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес: Учебник. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство Экмос, 2010. – 411с.
4. Янкевич В., Безрукова Н. Туристический бум на рубеже тысячелетия // Туризм: практика, проблемы, перспективы-2013 г № 5.
5. <http://economy.krasnodar.ru>
6. <http://tourinfo.ru/>
7. [www.business-kuban.ru](http://www.business-kuban.ru)
8. [www.krasnodartur.ru](http://www.krasnodartur.ru)
9. <http://www.forumkuban.ru/kk8.shtml>

**ЗАПОВЕДНИКИ ЮГА ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИЗМА**

В статье рассматриваются проблемы развития туризма в государственных природных заповедниках юга Европейской России. По материалам изданного в 2017 г. «Атласа государственных природных заповедников Российской Федерации» (Горбатовский и др., 2017) проводится анализ туристической деятельности в некоторых заповедниках региона, чтобы оценить масштабы происходящего.

В Российской Федерации на начало 2017 г. функционировало более 13 000 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) различных категорий и статуса охраны. Их общая площадь составляет 207 млн га (11,4 % площади). Основу географической сети ООПТ формируют: 104 государственных природных заповедника (34 млн га), 49 национальных парков (14 млн га), 64 федеральных заказника (12 млн га), 64 природных парка (14 млн га), 2300 региональных заказников (47 млн га), 8360 памятников природы (3 млн га), 2360 иных ООПТ регионального и местного значения (82 млн га).

Ранее (Тишков и др., 2016) нами отмечалось, что среди 15 заповедников юга Европейской России есть те, чья история туристического освоения исчисляется почти 100-летием (Астраханский, Кавказский, заповедники Крыма), а есть ООПТ, чьи первые шаги в развитии экологического туризма были сделаны в последние десятилетия.

Анализ материалов «Атласа государственных природных заповедников Российской Федерации» (Горбатовский и др., 2017) показывает, что в настоящее время в 107 заповедниках России действует более 400 туристических троп и маршрутов, декларирующих идеи экологического туризма на ООПТ. А ежегодное количество туристов на ООПТ в целом в нашей стране в последние 5 лет росло на 10% в год и достигло к 2017 г. почти 9 млн. человек; 67 федеральных ООПТ заключили договора и соглашения с туроператорами и турагентами о предоставлении туристских услуг. Некоторые из них получили Свидетельства Ростуризма о внесении сведений о них в Единый федеральный реестр туроператоров, 11 ООПТ приняли участие в системе добровольной сертификации туристско-экскурсионной деятельности с оформлением сертификатов соответствия. С нашей точки зрения, эта ситуация формирует целый «куст» конфликтов и проблем, связанных как с нарушением представлений о заповедности, так и с неподготовленностью многих ООПТ к наплыву туристов, особенно заповедников, в которых хоть и декларируется, что познавательный туризм допустим не более чем на 5% территории, но контроль и мониторинг за этим пока не организован соответствующим образом. Территориальная охрана природы рассматривается как наиболее ее действенная форма (Тишков, 2006), но в сочетании с интенсивным туризмом она может терять эффективность.

Остановимся на анализе ситуаций с экологическим туризмом в некоторых заповедниках юга Европейской России, чтобы оценить масштабы происходящего.

Дагестанский заповедник. Основной объект туризма - Сарыкумские барханы – самый большой в Евразии изолированный песчаный массив, а также ключевая орнитологическая территория международного значения «Кизлярский залив» (с перспективами организации мероприятий по наблюдениям за птицами - Birdwatching).

В заповеднике проводят экскурсии для посетителей в экскурсионной зоне, по визит-центру и музею, туристическим маршрутам, экологической тропе заповедника «Тропа мудрой черепахи». Маршруты действуют в заказниках «Глярятинский» и «Аграханский».

Крымский заповедник. В заповеднике главные достопримечательности – горные вершины и безлесное плато (яйла), горно-лесные комплексы, в т.ч. леса из дуба скального. Уникальна роща можжевельника вонючего на склонах гор Черная и Большая Чучель. Отдельные деревья достигают возраста более 400 лет. Широкое распространение карстовые формы рельефа: полости, колодцы, гроты, шахты и пещеры. Одним из самых живописных мест заповедника считается Центральная котловина (700 м н.у.м.), образованная лесистыми отрогами хребта Конек, Бабугана и г. Черной. Здесь обилие водотоков. Особенно уникален источник Савлух-Су с сульфатно-гидрокарбонатной водой высокой степени чистоты с повышенным содержанием серебра. Много источников минеральной воды на р. Бабуганке, р. Альме и руч. Березовом. Верховья многих речек украшены водопадами, например Узень-Баш, правый приток р. Улу-Узени. На высоте 800 м н.у.м. в диком ущелье Яман-Дере располагаются каскады водопадов (12 м). В центре заповедника в 22 км от Алушты (750 м н.у.м.) находится действующий мужской монастырь св. св. бессеребренников и чудотворцев Косьмы и Дамиана (XIX в). Сохранилась Царская часовня 1913 г., в которой не раз молился Николай II. В 1958 г. в верховьях р. Альма было создано форелевое хозяйство, которое сразу стало популярным туристическим объектом. Еще в 1926 г. здесь был открыт Музей природы. В 1981 г. на прилегающей к усадьбе заповедника территории был создан дендрозоопарк общей площадью 6 га. Организовано 2 эколого-просветительских маршрута: (1) посещение Косьмо-Дамиановского монастыря,

святого источника «Савлых-Су» и Форелевого хозяйства (2 час.); (2) «Крым заповедный» (60 км, по Романовской шоссе на дороге).

Карадагский заповедник. Объекты туризма - мыс Иван Разбойник и бухта Пуццолановая. В обрывах скал имеется около 100 гротов на приморском склоне хр. Береговой, хр. Сюрю-Кая, горе Легенер, а также в ущельях Кая-Кошла и Чертов Камин. В парке Карадагской биостанции собраны более 100 видов деревьев и кустарников. Заповедник - одно из самых популярных туристических мест в районе курортов большой Феодосии, здесь находится один из туристических символов региона – скала «Золотые Ворота». Посещают заповедник с пешими, морскими или смешанными экскурсиями. Для туристов открыт Музей природы Карадага (основан в 1915 г.), действует научно-демонстрационная программа с морскими млекопитающими. В период с мая по октябрь работает экологическая тропа «Большой Карадаг» - от усадьбы заповедника и поднимается на Береговой хребет и спускается в пгт. Коктебель (7 км).

Заповедник Мыс Мартьян. Территория и акватория заповедника изобилуют природными достопримечательностями. Помимо уникальных лесных массивов средиземноморского типа из реликтовых можжевельника высокого, крымской сосны и земляничника с деревьями более 100 лет (до 500-600 лет), много живописных скал, геолого-минералогических памятников. Круглогодично представлен покров цветущих растений – начиная с января, когда зацветают первоцветы до осени. На территории заповедника расположен историко-археологический объект – памятник средневековья XIII-XIV вв. «Рускофиль-Кале». Заповедник расположен в густонаселенном районе в окрестностях г. Ялты, окружен жилыми поселками, санаториями, парками, поэтому испытывает повышенный рекреационный пресс. Для туристов проложен экскурсионный маршрут по экологической тропе, к руинам средневековой крепости XIII-XV вв. «Рускофиль-Кале» и по местам путешествий семьи царя Николая II. Это новый туристический маршрут по экологической тропе, с которой открываются запоминающиеся виды на побережье (протяжённость 6 км, 2-3 час.).

Хоперский заповедник. Природные достопримечательности связаны с живописной долиной р. Хопер и ее лесными склонами с притоками Карачан и Калмычок. Здесь представлены нагорные и пойменные дубравы, тополевые и ивовые леса, водно-болотные угодья, песчаные косы в русле реки, пойменные озера – Сосновое, Серебрянка Городская, Ульяновское и др., песчаные обрывы речных террас (Желтый Яр). Здесь много и объектов историко-культурного наследия. С 1937 г. в заповеднике работает Музей природы. С 2000 г. здесь открыт визит-центр. Для туристов действуют 6 экскурсионных маршрутов, а также экологическая тропа «Легенды Хопра»: автомобильные (15-50 км, 3-5 час.), пешие (5 км, 2 час.) с посещением поселений бобров и выхухоли, водные на моторной лодке по р. Хопер (14 км, 3 час.), и байдарочные по р. Хопер (50 км, 3 сут.).

Ялтинский заповедник. На территории и в окрестностях заповедника расположены горы Ай-Петри, пещеры Ялтинская, Геофизическая, Трёхглазка и др., водопад Учан-Су (самый высокий в Крыму, 98 м) и перевал Чертова лестница (Шайтан-Мердвен), представлено много интересных исторических и мемориальных объектов – крепость Алушка-Исар XII-XIII вв., «Романовская дорога», самая протяженная пассажирская канатная дорога Крыма «Мисхор – Ай-Петри», Солнечная или «Царская» тропа. Все они давно включены в туристическую инфраструктуру Южного берега Крыма и имеют большое просветительское значение. Здесь работает Музей природы и действует 11 эколого-просветительских маршрутов (троп): (1) «Алушка - Исары»; (2) «Биюк - Исарская»; (3) «Верхом на Ай-Петри»; (4) «Еврейская» горная дорога из Алушки к горе Ат-Баш; (5) «К зубцам Ай-Петри»; (6) «Кореизская» тропа; (7) «Романовская дорога»; (8) «Солнечная» или «Царская» тропа; (9) «Таракташская» тропа - продолжение Штангеевской тропы; (10) «Шайтан-Мердвен» или «Чертова лестница»; (11) «Экологическое кольцо» из 2-х пешеходных троп: Боткинской и Штангеевской.

Астраханский заповедник. Главные достопримечательности заповедника - многочисленные протоки Волги, на которые разбивается река в дельте с «полями» орехоносного лотоса и исключительными возможностями для тех, кто занимается наблюдениями за птицами - цаплями, лебедями, гусями, утками, рыбоядными хищными птицами и др.). При заповеднике работает Каспийская орнитологическая станция. Заповедник - крупнейший центр кольцевания птиц. На территории Дамчиского участка с 1957 г. функционирует «Музей природы». Заповедник одним из первых начал проводить экологические экскурсии: обзорные, орнитологические (изучение птиц) и ботанические (цветение лотоса). Организованы 1 пеший и 12 водных маршрутов. Кроме однодневных туров предлагаются 3-4-хдневные туры с проживанием на кордоне заповедника.

Богдинско-Баскунчакский заповедник. Территория заповедника – уникальный природный комплекс, в его составе - самая высокая точка Прикаспийской низменности г. Большое Богдо (высота ~150 м) с палеонтологическими остатками – отпечатками ископаемых моллюсков, и «поющие скалы» - необычные формы ветровой эрозии, урочище Шарбулак с формами карстового рельефа и 10 пещерами, искусственные лесопосадки в безводной степи, река Горькая как место остановок большого количества водоплавающих и околоводных птиц, соленое озеро Баскунчак и крупнейшая пещерная полость Астраханской области и Северного Прикаспия - «Пещера Баскунчакская». Работают "Музей природы и «Музей истории



Баскунчакского солепромысла», действуют 2 экскурсионных маршрута: пешеходный – «Легенды Святой горы» (2,5 км), автомобильный «Окрестности солёного озера Баскунчак» (70 км).

Кабардино-Балкарский заповедник. Среди уникальных достопримечательностей заповедника – Безенгийская стена (12 км по границе Кабардино-Балкарии и Грузии) с 6-ю вершинами: Шхара (5068 м н.у.м.), Джангитау (5058 м), Катынтау (4970 м), Шота Руставели (4860 м), Гестола (4960 м), Лалвар (4350 м). С северных склонов берет начало ледник Безенги (длиной до 9 км). На территории заповедника проводятся экологические экскурсии, и развивается познавательный туризм. Действуют 3 экскурсионных маршрута: (1) «К леднику Безенги»; (2) «Мижирги» - по горной тропе к Турью озеру и к подножию ледника Мижирги; (3) «Нарзанный источник».

Кавказский заповедник. Все многообразие экосистем Западного Кавказа, образующее единый природно-территориальный комплекс, сохранено в их девственном состоянии. Экосистемы заповедника представляют собой естественную среду обитания наиболее уязвимых крупных млекопитающих - горного зубра, кавказского благородного оленя, западно-кавказского тура, кавказского бурого медведя и др. Хостинская тисосамшитовая роща - это уникальный природный памятник, реликтовый, доледниковый лес. На кордоне Гузерипль работает Музей природы Кавказского заповедника, рядом находится один из самых интересных исторических памятников, крупнейшее мегалитическое сооружение на территории Адыгеи – Дольмен. Функционирует вольерный комплекс для диких животных на заповедном кордоне Лаура близ п. Красной Поляны. Для туристов и посетителей действует более 10 экологических маршрутов: многодневных – (1) «Кордон Гузерипль – приют Фишт – Кордон Бабук-Аул» (5 дней, 76 км), (2) «Через горы к Черному морю, через Водопадный» (7 дней, 74 км), (3) «Через горы к Черному морю, через приют Фишт» (4-5 дней, 65 км), (4) «Через перевал Аишхо к Черному морю» (5-6 дней, 60 км), (5) «Вокруг горы Фишт» (5-6 дней, 72 км), (6) «Эколого-туристический маршрут 8» от кордона Лаура до ледника Псеашхо (5-6- дней, 65 км), (7) «Урочище Имеретинка» по берегу р. Имеретинка, начинаясь от кордона Закан (2-3 дня, 28 км), и однодневные – (8) «Кордон Карапырь – Урочище Ткачиха» по склонам массива Мамхурц (20 км), (9) круговой маршрут на снегоходной технике «Зимний Абадзеш» по Лагонакскому плато (3-3.5 часа, 24 км), (10) Хостинская тисосамшитовая роща (2 или 5 км) и Каньон «Чертовы ворота» по живописному руслу р. Хоста

Ростовский заповедник. Интерес представляют участки девственных степей, террасы Кумо-Маньчской впадины и крупнейшее соленое озеро Европы - «Маньч-Гудило» с разнообразной фауной водоплавающих и околоводных птиц. На участке Островной имеется генетический резерват популяции тюльпана Шренка. Здесь обитает самая крупная и долгоживущая популяция одичавших лошадей на территории Российской Федерации. Работает Музей природы, действует экологическая тропа «Загадки Маньчской культуры» и экологический маршрут «Лазоревый цветок».

Северо-Осетинский заповедник. На территории много памятников истории и архитектуры: пещерные стоянки и городки, крепости на скалах и на дорогах, катакомбные и склеповые могильники, жилые и сторожевые башни, святилища и церкви. Из природных достопримечательностей отметим долину р. Ардон, сохранившиеся участки девственных лесов, березовые редколесья и рододендронники субальпийского пояса, высокогорья, водопады, минеральные источники, ледники, пещеры - вторая по величине в Северной Осетии карстовая пещера - Шуби-Ныхасскую. Традиционно привлекают туристов и альпинистов Цейский и Сказский ледники. На Центральной усадьбе располагается Музей природы и Дендропарк. По заповеднику и в его охранной зоне проложено 3 туристических маршрута и 3 экологические тропы: (1) «К Цейскому леднику» (4,7 км, 6-7 час.); (2) «К водопадам Шагацикомдон» (0,7 км, 2 час.); (3) «К двойному водопаду».

Тебердинский заповедник. К природным достопримечательностям заповедника могут быть отнесены Джамагатские нарзаны, живописные ущелья – Муху, Джамагат, Горалыкол, Гоначхирское, Тебердинское долина, Домбай, перевалы Озерный и Эпчик, кругозор Семен-Баши, долины рек - Теберда, Алибек, Домбай-Ульген, водопады, озера – Клухорское и др., ледники. Особый интерес представляют многочисленные могильники, курганы сарматского и кобанского времени и пр. Туризм локализован в рекреационном районе Домбая. На усадьбе заповедника работают Музей природы, вольер с дикими животными, ботанический сад, Визит-центр. В заповеднике проложены многочисленные маршруты и экологические тропы, из которых выделим: (1) «Домбай-поляна - Русская поляна - Чучхурский водопад» (5-6 час.), (2) «К Бадукским озерам» (9 км, 11-12 час.); (3) автомобильный маршрут «Ущелье р. Гоначхир, озеро Туманлы-Кель - Северный приют» (32 км, 2-3 час.); (4) «Теберда - долина р. Джамагат - Джамагатские нарзаны» (9 км, 6-7 час.); (5) «Теберда – Мухинское ущелье — долина р. Муху» (8-9 км, 5-6 час.); (6) «Водопад Шумка» (3 км, 3 час.); экологический маршрут «Музей природы – вольеры – дендропарк» (в границах усадьбы, 1,4 км, 1,5 час.).

Заповедник Утриш. Самое привлекательное в природе заповедника – уникальный ландшафт с глубокими узкими долинами водотоков (щелями), фрагментами древней третичной средиземноморской растительности, отличающейся большим разнообразием редких видов флоры, а также морской берег и прибрежная акватория, сохранившаяся практически в девственном виде. На территории заповедника задолго до его организации сложились традиции «дикого» туризма, что отрицательно влияло на состояние местных уникальных экосистем. С введением заповедного режима посещение регламентировано: действует 2 экологических тропы - "Береговая" и "Водопадная" Еще 5 экологических троп вступят в строй в ближайшие

годы. Рядом с заповедником на Большом Утрише в морской лагуне работает единственный на Черноморском побережье России дельфинарий.

Заповедник Черные земли. Территория заповедника - место пересечения древних кочевых и оседлых цивилизаций. Здесь можно встретить археологические памятники эпохи бронзы, курганные захоронения ямной, катакомбной и срубной культур. Главная природная достопримечательность - участки сохранившихся южных степей России. Это — одно из немногих мест обитания популяции сайгака в Европе и место массового цветения тюльпанов – Шренка и Бибирштейна, места концентрации многих водоплавающих птиц. В заповеднике функционирует Визит-центр, разработано два пеших экологических маршрута (11-12 км) – (1) «Птицы озера Маныч-Гудило»; (2) «Тропю сайгака». На Степном участке есть демонстрационные вольеры с сайгаками. В охранной зоне участка "Озеро Маныч-Гудило" развивается любительское наблюдение птиц ("Birdwatching"). Ежегодно заповедник участвует в традиционном «Фестивале тюльпанов в Калмыкии», в котором участвуют туристы из разных регионов России и других стран.

Заповедник Эрзи. На территории заповедника представлены уникальные природные объекты: троговая долина в ущелье Амалчоч; ледник Шоанский с истоками реки Армхи; участок высокогорный сухой степи у с. Лежги; лесной массив у бывшего с. Таргим и вдоль Тхабахро; ущелье р. Нельх; облепиховая роща в Таргимской котловине; гребень Скалистого хребта от г. Хахалги до ущелья реки Ассы; каньон реки Асса в пределах Скалистого хребта. Также здесь размещаются 4 памятника природы республиканского значения: Армхинские водопад и сосновая роща, массив сосны крючковатой в верховьях реки Мяги-хи, родник на перевале Бишт, имеется 160 историко-культурных памятников (святые места, храмы и другие культовые сооружения - башенные поселения и отдельно стоящие жилые башни, боевые башни, некрополи и склепы, священные рощи), находящиеся в разной степени сохранности. Среди святых мест можно выделить - Галь-Ерды, Маги-Ерды, Малар-Ерды, Май-Ламский комплекс святых мест по хребту Цой-Лам (Скалистый хребет), храмы-святые места «Мятцел» и др. Наибольшее скопление памятников расположено в северной части заповедника, полосой 5-6 км и южнее Скалистого хребта от аула Эрзи на западе до поселений Цори и Осаг на востоке. В заповеднике работает музей, для туристов действует 5 экологических маршрутов: (1) Армхи – Фуртоуг (7 км, 4 час.); (2) Армхи – Столовая гора (9 км, 7-8 час.); (3) Архи-Лейлаг (9 км, 5 час.); (4) Молодежный оздоровительный лагерь «Эрзи» – аул Лейми (4 км, 2 час.); (5) аул «Пуй» - аул «Плинг» (5 км, 4 час.) от р. Ассы к башенному комплексу Пуй и средневековому замковому комплексу «Пялинг» с башнями и скалами.

Отметим, что до недавнего времени заповедники юга России, даже со сложившейся туристической инфраструктурой (например, Кавказский, Тебердинский, крымские) регламентировали туризм как форму деятельности. Политика Минприроды России по развитию туризма на ООПТ повлияла на то, что за 2015-2016 гг. здесь появились десятки новых маршрутов и элементов инфраструктуры – гостиниц, оборудованных смотровых площадок, маршрутов и троп (Горбатовский и др., 2017). Важно зафиксировать ситуацию и наладить действенный контроль и мониторинг влияния туризма на заповедные природные комплексы юга Европейской России, особенно Крыма.

1. Горбатовский В.В., Тишков А.А., Краюхин А.Н., Данилова И.В., Белоновская Е.А., Соболев Н.А., Титова С.В. Атлас государственных природных заповедников Российской Федерации. М.: Русское географическое общество, 2017. 512 с.

2. Тишков А.А. Теория и практика сохранения биоразнообразия (к методологии охраны живой природы в России) // Бюлл.: Использование и охрана природных ресурсов в России, №1 (85), 2006. С. 77-97.

3. Тишков А.А., Белоновская Е.А., Соболев Н.А. Атлас государственных природных заповедников России и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. В сб.: Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. Симферополь, 2016. С. 110-113.

**ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА «ВЫПОЛНИТЬ ЗАКАЗ НА БАНКЕТ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ»**

**Топольник В.Г., Крылова Л.В. Функциональное моделирование бизнес-процесса «Выполнить заказ на банкет участников конференции».** В работе с использованием компьютерной программы СА ERwin Process Modeler в нотации IDEF0 описана последовательность выполнения персоналом службы питания гостиницы необходимых функций при обслуживании банкета для участников конференции. Конкретизированы входы, выходы, управления и механизмы

**Topolnik V. G., Krylova L. V. Functional modeling of business process "to Execute the order at a Banquet for the participants of the conference".** Work using computer programs CA ERwin Process Modeler in IDEF0 notation describes the sequence of the staff of the catering service of the hotel essential functions in the maintenance of the Banquet for the conference participants. Specified inputs, outputs, controls and mechanisms

**Ключевые слова:** процесс, модель, диаграмма, IDEF0, функция, управление, вход, выход, механизм

**Keywords:** process, model, diagram, IDEF0, function, control, input, output, mechanism

Современный бизнес, чтобы оставаться конкурентоспособным, вынужден совершенствовать принципы своей деятельности и структуру. В последнее десятилетие появляются многочисленные публикации, посвященные реинжинирингу процессов различных организаций как производственной, так и непромышленной сферы, направленного на повышение эффективности их деятельности.

Реинжиниринг – это, с одной стороны, фундаментальное переосмысление бизнес-процессов для достижения существенных улучшений показателей результативности бизнеса, с другой стороны – это инженерно-творческая перестройка систем организации и управления производственной деятельностью хозяйствующего субъекта в целях повышения его конкурентоспособности и финансовой устойчивости [1].

Реинжиниринг – это процесс, который включает в себя всестороннее изучение бизнес-процессов, которые протекают внутри организации, и приведение процессов в соответствие с поставленными целями организации. То есть, любой процесс должен быть поставлен так, чтобы результаты процесса приводили к достижению целей бизнеса [2].

Таким образом, различают два направления реинжиниринга бизнес-процессов: последовательное совершенствование (эволюционное направление) и радикальное, качественно новое, фундаментальное перепроектирование бизнеса (революционное направление). Однако, какое бы направление не было выбрано, в основе реинжиниринга лежит процессный подход к управлению деятельностью, который предполагает, прежде всего, разработку бизнес-модели организации, т.е. модели тех деловых процессов, которые необходимо совершенствовать для повышения эффективности деятельности организации.

К середине 10-х годов XXI века широкое прикладное использование получили следующие основные направления экономической и управленческой мысли: формирование различных систем управления на научной основе в бизнес-среде; развитие бизнес-систем на основе внедрения процессного подхода (на микроуровне) [3].

Российская консалтинговая компания iTeam (на рынке с 2002 г.) оказывает услуги в области организационного развития предприятий, результатами которых являются улучшение управляемости, повышение эффективности и результативности компаний. Ее специализация – системное решение проблем управления бизнесом. Свою миссию компания формулирует как «Решение ключевой национальной проблемы – преодоление дефицита управления в российских организациях на всех уровнях» [4]. В этой компании зародился и проводится в жизнь масштабный проект – система управления организациями «Русский менеджмент», который учитывает все лучшее из мирового опыта управления организациями.

«Русский Менеджмент» включает в себя пять компонент, среди них процессы [5]. То есть, «Русский менеджмент» ориентирован на управление процессами, которое предполагает: выявление и идентификация процессов, преобразующих ресурсы компании в продукты и услуги, необходимые ее клиентам; описание последовательности действий, направленных на достижение результатов, представляющих ценность для клиентов; обеспечение выполнения процессов ресурсами, используемыми в процессе, в соответствии с регламентами.

Большинство компаний используют информационные технологии, как инструмент управления бизнесом. Наиболее успешные компании описывают свой бизнес, формируют и поддерживают в актуальном состоянии модели бизнес-процессов. Главное достоинство идеи анализа бизнес-процессов предприятия посредством создания его модели – ее универсальность. Моделирование бизнес-процессов дает ответ практически на все вопросы, касающиеся совершенствования деятельности предприятия и повышения его конкурентоспособности.

Сегодня на рынке компьютерных технологий представлено множество специальных программ, позволяющих моделировать процессы. Существуют стандартизированные, опробованные временем методологии и инструментальные средства, с помощью которых можно моделировать процессы. Ключевое их преимущество – простота и доступность к овладению.

В настоящее время наиболее широко используемая методология описания бизнес-процессов - стандарт IDEF0, принятый в Российской Федерации в качестве национального с 2002 года [6].

Цель данной работы – используя стандартизированную методологию IDEF0, которая поддерживается компьютерной программой CA ERwin Process Modeler, разработать модель выполняемых функций, необходимых при обслуживании в гостинице банкета, заказанного для участников конференции, которая может служить внутренним стандартом организации.

На рисунке 1 показана контекстная диаграмма процесса. Контекстная диаграмма или диаграмма верхнего уровня представляет собой наиболее общее описание объекта моделирования. На ней объект моделирования представлен единственным блоком с граничными стрелками. Имя блока «Выполнить заказ на банкет» описывает общую функцию моделирования.

На диаграмме выделено пять входов: потребность потребителя; денежные средства; средства обслуживания; напитки; сырье.

Наличие потребности потребителя и денежных средств является самым необходимым для начала осуществления бизнес-процесса. Также важными являются средства обслуживания, напитки и сырье, без которых невозможно осуществления бизнес-процесса.

Стрелки, входящие в блок сверху, определяют условия, которые являются необходимыми функции, чтобы произвести правильные выходы. Такие стрелки отображают управляющее (контролирующее) воздействие внешней среды на процесс и называются - управления.

На диаграмме представлены четыре управления: устав предприятия; стандарты и правила организации; правила этикета; научно-технические рекомендации.

Стрелки, которые выходят из блока справа, называются выходами. Они отображают отходы производства, отчетность, продукцию или услугу, преобразованные данные или материальные объекты, произведенные функцией.

На диаграмме представлено 6 выходов: оформленная заявка; квитанция об оплате; прибыль; готовые блюда; удовлетворенный потребитель; окончательная оплата.

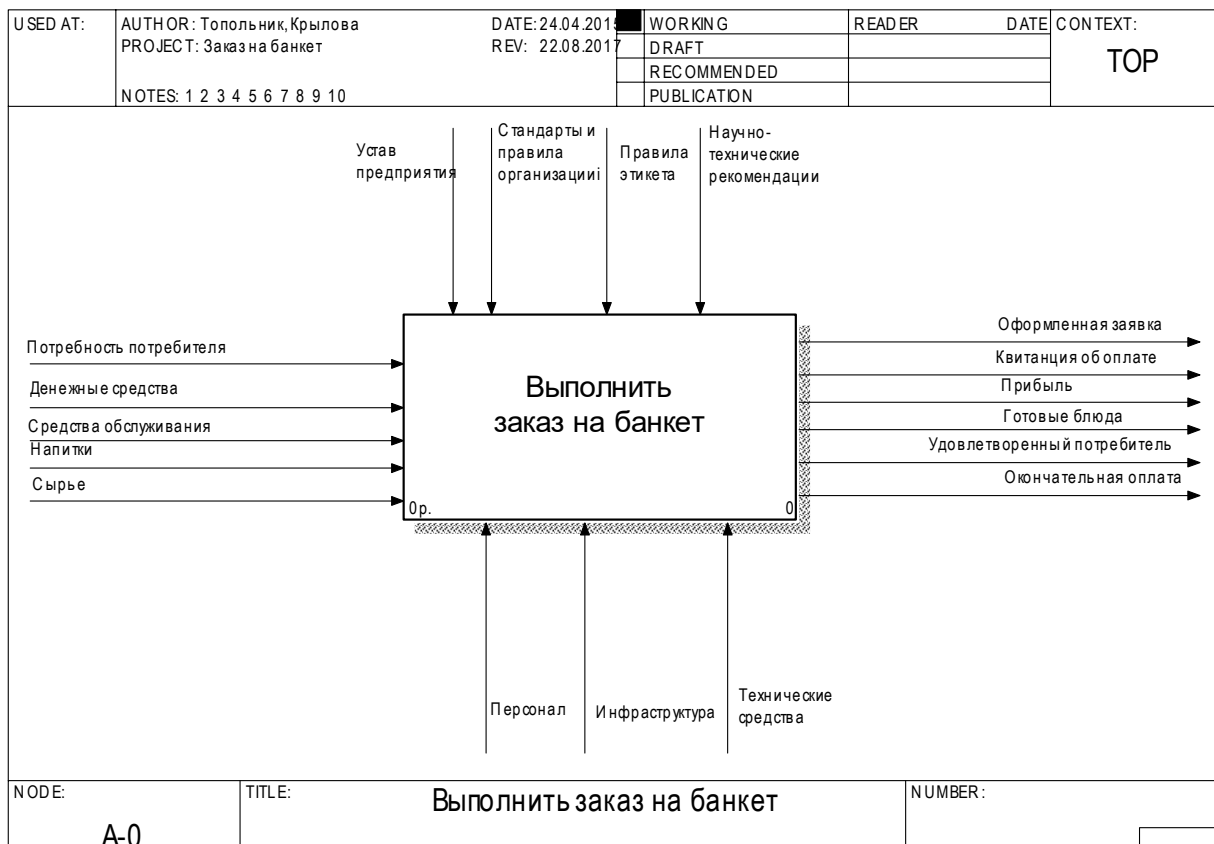


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма процесса «Выполнить заказ на банкет»

Стрелки, которые входят в нижнюю сторону блока - механизмы процесса - все то, что участвует в процессе и поддерживает выполнение функции. На диаграмме выделено три механизма: персонал; инфраструктура; технические средства.

Декомпозированная контекстная диаграмма (A0) показана на рисунке 2. Как видно, процесс «Выполнить заказ на банкет» включает в себя 6 функций: 1 - Составить заявку; 2 - Внести предоплату; 3 - Планировать производство; 4 - Подготовить зал; 5 - Приготовить блюда; 6 - Обслужить банкет. Важной функцией, на наш взгляд, является функция «Составить заявку».

Граничные стрелки контекстной диаграммы распределены по соответствующим функциональным блокам.

Управление всеми функциями осуществляется с помощью стандартов и правил организации. Также управление функцией «Составить заявку» осуществляется с помощью устава предприятия, а управление функцией «Обслужить банкет» - с помощью правил этикета.

Механизмом процессов, которые входят во все блоки является персонал. В блоке «Составить заявку» механизм осуществляется с помощью менеджера по банкетам, в блоке «Внести предоплату» - с помощью кассира, в блоке «Планировать производство» - шеф-повара, процесс «Подготовить зал» осуществляют администратор и официанты, процесс «Приготовить блюда» - повара, процесс «Обслужить банкет» - официанты.

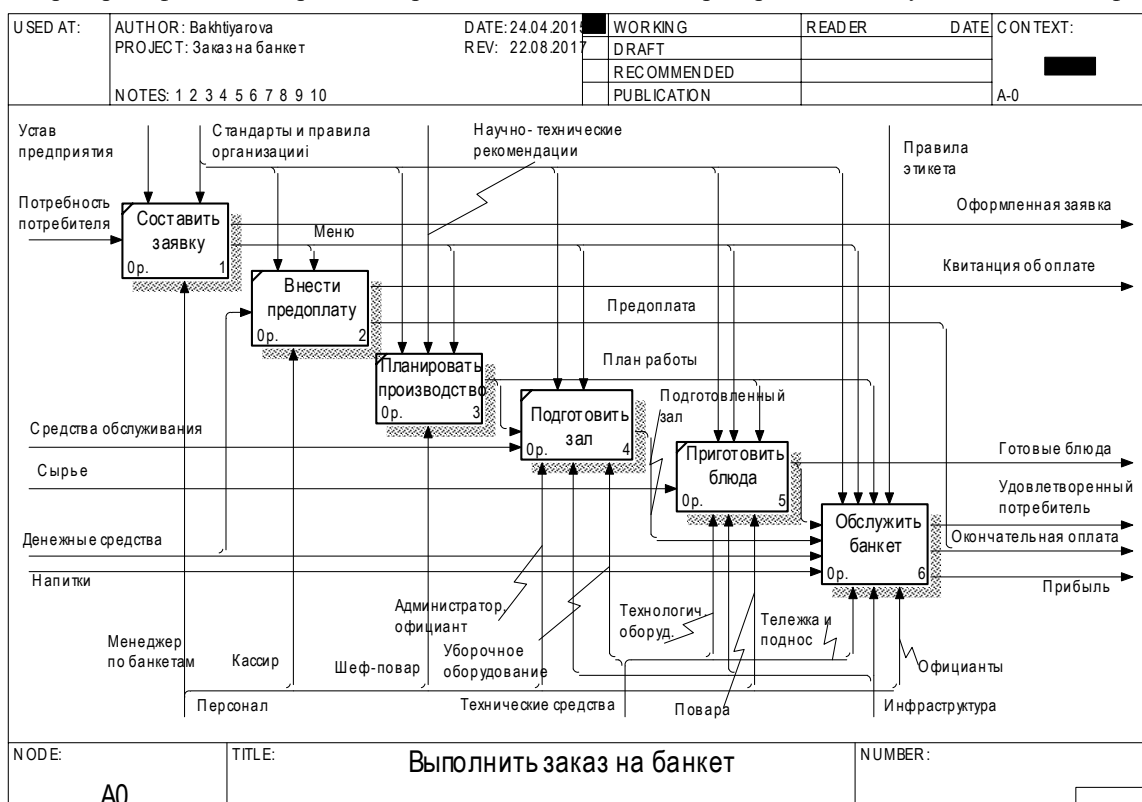


Рисунок 2 – Декомпозированная контекстная диаграмма

Механизм процессов «Подготовить зал», «Приготовить блюда» и «Обслужить банкет» осуществляется также с помощью технических средств и инфраструктуры, с помощью уборочного оборудования - процесс «Подготовить зал», с помощью технологического оборудования - «Приготовить блюда», с помощью тележек и подносов - «Обслужить банкет».

Входом в блок «Составить заявку» является потребность потребителя, в блок «Внести предоплату» и «Обслужить банкет» - денежные средства, в блок «Подготовить зал» - средства обслуживания, в блок «Приготовить блюда» - сырье, в блок «Обслужить банкет» - напитки.

При преобразовании входа в первом процессе «Составить заявку» в качестве выхода получаем оформленную заявку и меню. В свою очередь, меню является управлением для оставшихся пяти процессов. При преобразовании входа в процессе «Внести предоплату» в качестве выхода получаем квитанцию об оплате и прибыль.

При преобразовании входа в процессе «Планировать производство» выходом является план работы, который служит входом в процесс «Подготовить зал» и управлением в процессы «Приготовить блюда» и «Обслужить банкет».

На выходе процесса «Подготовить зал» получаем подготовленный зал, который является входом в процесс «Обслужить банкет». На выходе процесса «Приготовить блюда» получаем готовые блюда, которые служат входом в процесс «Обслужить банкет».

При преобразовании входов в процессе «Обслужить банкет» выходами являются: удовлетворенность потребителя, окончательная оплата и прибыль.

На рисунке 3 представлена дочерняя диаграмма шестого функционального блока (А6), которая более детально раскрывает структуру процесса «Обслужить банкет».

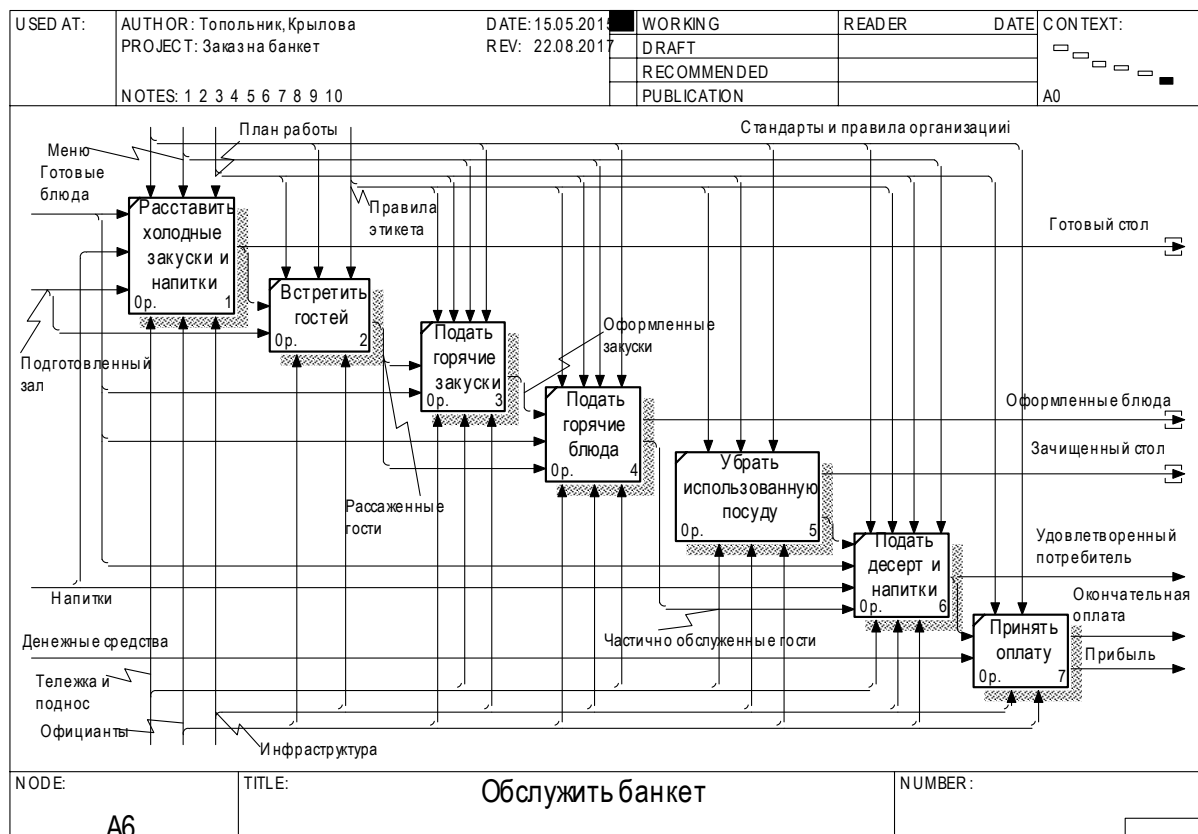


Рисунок 3 – Декомпозированная диаграмма процесса «Обслужить банкет»

Процесс включает в себя семь функций: 1 - Расставить холодные закуски и напитки; 2 - Встретить гостей; 3 - Подать горячие закуски; 4 - Подать горячие блюда; 5 - Убрать использованную посуду; 6 - Подать десерт и напитки; 7 - Принять оплату.

Первой функцией выполняется, как это показано на диаграмме, функция «Расставить холодные закуски и напитки»

Управление всеми процессами осуществляется стандартами и правилами организации, планом работы и меню. Меню является управлением для всех функциональных блоков, за исключением п встречи гостей и принятия оплаты. Правилами этикета управляют все процессы кроме расстановки холодных закусок и принятия оплаты.

Готовые блюда являются входом в процессы расстановки холодных закусок и напитков, подачи горячих закусок, подачи горячих блюд, и подачи десертов и напитков.

Напитки являются входом процесса расстановки холодных закусок и напитков, а также процесса подачи десертов и напитков. Денежные средства необходимы в качестве входа в процесс принятия оплаты.

Подготовленный зал необходим в качестве входа в процесс расстановки холодных закусок, напитков и встречи гостей.

Выходом процесса расстановки холодных закусок и напитков является готовый стол, который является входом, наряду с подготовленным залом, для процесса встречи гостей.

Выходом процесса встречи гостей являются рассаженные гости, которые служат входами для процесса подачи горячих закусок и подачи горячих блюд.

Выходом процесса подачи горячих закусок является оформленное блюдо, которое служит входом в процесс подачи горячих блюд. Выходом процесса подачи горячих блюд являются оформленное блюдо и частично обслуженные гости, которые служат входом в процесс подачи десертов и напитков.

Выход процесса уборки использованной посуды - зачищенный стол, он также является входом в процесс подачи десерта и напитков. Выходом процесса подачи десертов и напитков является удовлетворенность потребителя, которая служит входом в процесс принятия оплаты. Выходом процесса принятия оплаты является окончательная оплата и прибыль.

Механизмом всех процессов являются официанты и инфраструктура. Также необходимым механизмом является тележка и подносы для всех процессов, за исключением встречи гостей и принятия оплаты.

Необходимо отметить, что аналогичной декомпозиции могут быть подвергнуты и другие функциональные блоки диаграммы А0, как и входящие блоки в их дочерние диаграммы. Глубина и ширина моделирования бизнес-процесса зависит от поставленной цели разработки модели.

Таким образом, функциональная модель дает четкое и наглядное понимание того, кто ответственный за тот или иной процесс, какая информация используется при их осуществлении и чем нужно руководствоваться, чтобы достичь желаемых результатов. Может служить для обучения персонала службы банкетинга гостиничного комплекса.

#### Список использованных источников:

1. Свиридова И.В., Кардашова Я.А., Игрунов К.К., Маматов Е.М. Реинжиниринг бизнес-процессов на примере ПАО «РОСТЕЛЕКОМ» // "Экономика и социум" №4(17) 2015. С. 1302-1305
2. Андреев О.С. Реинжиниринг как новое качество управления технологиями проектирования бизнес-процессов в условиях обучения в современном вузе // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2016. № 1. С. 89-98. DOI: 10.7442/2071-9620-2016-1-89-98
3. Морозова Ю.С. К вопросу о необходимости адаптации инструментария теории менеджмента в неоиндустриальных экономических системах. //РИСК Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. -2015. - №2э – С.284-287.
4. Топольник В.Г, Крылова Л.В. Описание процесса «закупка товаров» средствами IDEF0. //Лучшая научная статья 2017: Сборник статей X Международного научно-практического конкурса./Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева - Пенза: МЦНС "Наука и Просвещение" – 2017. -С. 101-111.
5. Русский менеджмент URL : [http://iteam.ru/-/ru\\_management](http://iteam.ru/-/ru_management) (дата обращения 12.07.2016).
6. Р 50.1.028–2001. Рекомендации по стандартизации. Информационные технологии поддержки жизненного цикла продукции. Методология функционального моделирования. - М.: Госстандарт России, 2001. URL: <http://www.gosthelp.ru/text/R5010282001Informacionnye.html> (дата обращения 03.07.2016).

УДК 910.3

Трегулова И.П. к.э.н. доцент  
СЭГИ (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

Белая А.А., магистрант направления подготовки «Туризм»  
СЭГИ (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

#### АНАЛИЗ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В КРЫМУ

В работе рассматриваются основные факторы внешней и внутренней среды, которые необходимы для эффективного предоставления туристских услуг людям с ограниченными возможностями, а также, проводится системный анализ средств размещения, на основании данных полученных при проведенном ранее электронном опросе.

The paper discusses the main factors of external and internal environment, which are necessary for the effective delivery of tourism services to people with disabilities, and conducted a systematic analysis of accommodation facilities on the basis of data obtained in the earlier e-survey.

**Ключевые слова:** средства размещения, пансионаты, санатории, отели, гостевые дома, люди с ограниченными возможностями, доступная среда, Крым, Севастополь.

**Keywords:** accommodation facilities, boarding houses, motels, hotels, guest houses, people with disabilities, accessible environment, Crimea, Sevastopol.

В настоящее время, когда туризм является достаточно изученным социальным институтом, средством познания окружающего мира, отдыха и восстановления, особой актуальностью пользуется вопрос о возможности предоставления туристских услуг для людей с ограниченными возможностями. Так же, актуальность данной статьи выражена увеличением в социальной структуре общества числа лиц имеющих признаки ограничения жизнедеятельности.

Так, по состоянию на 1 января 2014 года - 117 000 инвалидов (6 процентов от общей численности населения Республики Крым), на 1 января 2015 года – 121 446 инвалидов (6,4 процента), а на 1 января 2016 года – 123 330 инвалидов (6,7 процента). Среди них 5 458 инвалида-колясочника, 8 010 человек имеет ограничения по зрению

(слепые и слабовидящие), 3 198 человек – ограничения по слуху (глухие и слабослышащие), 13 725 человек – с нарушением функций опорно-двигательного аппарата, 1822 инвалидов вследствие психического расстройства, 5 733 ребенка-инвалида. Но следует отметить, что трудоспособными являются более 14 000 человек [3]. А значит, примерно, такое же количество людей с ограниченными возможностями теоретически могло бы воспользоваться туристскими услугами в Крыму и Севастополе. Но это представляется возможным, только при наличии таких факторов формирования среды, как:

- возможность беспрепятственного перемещения к туристским объектам, средствам размещения, досугово-развлекательным комплексам на инвалидных колясках;
- устранение проблемы передвижения при входе в здание;
- устранение проблем перемещения внутри средства размещения;
- создание доступного информационного восприятия;
- увеличение количества номеров обустроенных для данной категории туристов;
- наличие соответственно оборудованного санузла;
- повышение квалификации персонала за счет прохождения дополнительных курсов для работы с людьми, имеющими какие-либо ограничения жизнедеятельности;

Но какое количество пансионатов, санаториев, отелей и других средств размещения готовы принять туристов с ограниченными возможностями на данный момент? С целью получения объективного ответа на этот вопрос на корпоративную почту 256 крымских отелей был отправлен запрос на размещение 7-ми инвалидов-колясочников и 3-их сопровождающих с ними. Из 256-ти пансионатов, санаториев, гостевых домов, вилл, отелей, туристских баз, усадеб, туристско-оздоровительных комплексов, которые находятся в Севастополе, Алушке, Алуште, Балаклаве, Бахчисарае, Евпатории, Заозерном, Керчи, Коктебеле, Ливадии, Новом Свете, Партените, Саках, Судаке, Симеизе, Симферополе, Форосе, Ялте, пос. Рыбачье, пос. Малореченское, пос. Николаевка, пос. Береговое, пос. Георгиевское, пос. Курортное, пгт. Корейз. Ответило на запрос 134 работника данных средств размещения. Их ответы условно разделены на группы:

- отели, в которых невозможно разместить туристов из-за отсутствия пандусов, широких дверных проемов, наличия лестниц и ступеней внутри здания (100);
- отели, в которых невозможно разместить туристов из-за особенностей постройки или гористого ландшафта местности (8);
- преимущественно гостевые дома с наличием одного номера для двух местного размещения инвалидов-колясочников (7);
- средства размещения, в которых занято на указанный в электронном письме период (7);
- виллы и крупные отели, которые готовы принять группу и имеют все для комфортного пребывания (5);
- гостевые дома, в которых широкий дверной проем, но нет возможности передвижения по всей территории отеля (4);
- средства размещения, сотрудники которых не согласились отвечать по электронной почте (3).

Среди крупных отелей, которые в ходе опроса согласились принять группу и имеют все для ее комфортного размещения, можно назвать следующие:

1. «Оптима Севастополь». Отель расположен по адресу: просп. Героев Сталинграда, 22 (район Камышевой бухты), г. Севастополь. Есть большой опыт группового размещения инвалидов-колясочников. Для их комфортного пребывания отель оборудован всем необходимым, как на его территории, так и в представленных и расположенных на первом этаже 9-ти номерах категории «Классик DOUBLE». Для въезда на коляске отель оборудован широкими пандусами. Возможно беспрепятственное перемещение по всему первому этажу отеля. Завтраки проходят по системе – шведский стол. В номере имеются: 2 односпальные (900\*2000) или 1 двуспальная кровать (1800\*2000), кондиционер, мини-бар, фен, телевизор, спутниковое ТВ, доступ к интернету, рабочий стол, шкаф, беспрепятственный доступ в санузел, ванная комната с душевой кабиной, телефон, гигиенический набор [2].

2. Отель «Аквамарин» расположен по адресу: ул. Парковая, 11, г. Севастополь. В отеле имеется только один номер оборудованный для гостей с ограниченными возможностями категории «Стандарт», с широкими дверями при входе в ванную комнату и отдельную душевую с поручнями. Ширина входной двери в данный номер 80 см, ширина входа в ванную комнату 77 см. Но также, размещение инвалидов-колясочников возможно в остальных номерах категории «Стандарт», «Люкс» и «Полулюкс» они все оборудованы стандартно, при этом ширина входной двери с коридора в номер 80 см; ширина двери в ванную комнату 60 см; унитаз; ванная и умывальник обычные с поручнями с внутренней стороны ванны. Въезд в каждый номер из коридора не имеет порожков. Два ресторана внутри отеля имеют широкие дверные проемы 1,41 м и стандартную высоту столов и стульев. Это ресторан «Лаванда», где проходят завтраки для проживающих и ресторан «Темари» и ресторан на набережной отеля, в который гости смогут проехать через парковую территорию по дорожке и через широкие ворота при выходе к пляжу – ресторан «Мадера Grill Club», который имеет отдельный пандус [1].

Также, согласились принять данную группу туристов мини-отель «Аврора» в Судаке (ул. Долинная 30) и гостевой дом «Vila Indigo» в Севастополе (район ст. Учкучевка, ул. Виноградная 12).

В мини-отеле «Аврора» опыта размещения инвалидов-колясочников нет, но все номера отеля, кроме люкса и коттеджа имеют выход на улицу без ступенек, а на его территории имеются бетонные дорожки, по которым возможно беспрепятственно перемещаться на инвалидной коляске.



Гостевой дом «Vila Indigo» расположен у моря и имеет двенадцать одинаковых трехместных номеров площадью 18 кв. м., оформленных в греческом стиле. Четыре номера предусмотрены для размещения инвалидов-колясочников: имеется индивидуальный заезд в номер на 1м этаже, кафельный пол и отсутствие порогов в номере, а также просторный санузел.

Делая вывод о средствах размещения, стоит заметить, что их количество недостаточно. Групповое размещение по результатам проведенного опроса возможно только в г. Судак и г. Севастополь. Следует предположить, что это обусловлено малым спросом и потребностью в большом количестве обязательных условий для размещения людей с ограниченными возможностями. А эффективность предоставления туристских услуг напрямую зависит от наличия и развития соответствующей инфраструктуры, подготовки персонала туристских фирм, экскурсоводов и др. Условия, адаптированные под потребности людей с ограниченными возможностями создадут дополнительный комфорт для всех категорий посетителей туристских объектов.

#### Список использованных источников:

1. Официальный сайт отеля «Аквамарин» URL: <http://aquamarineresort.ru> (дата обращения: 22.09.2017);
2. Официальный сайт отеля «Оптима Севастополь» URL: <http://optimahotel.ru/ru/> (дата обращения: 21.09.2017);
3. Постановление Совета министров Республики Крым от 15 апреля 2016 г. N 154 "Об утверждении государственной программы Республики Крым «Доступная среда на 2016 - 2018 годы» URL: <http://base.garant.ru/23715583/> (дата обращения: 21.09.2017);

УДК 658.5

Трегулова И.П., к.э.н., доцент  
СЭГИ (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

Моисеева Л.Н., магистрант направления подготовки «Туризм»  
СЭГИ (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет  
имени В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ.

Трегулова И.П., Моисеева Л.Н. Совершенствование системы управления в санаторно-курортных учреждениях. В статье рассматривается предложение по совершенствованию системы управления в санаторно-курортных учреждениях.

**Ключевые слова:** учреждения, санаторно-курортный, туризм, совершенствование, деятельность, системы управления.

**Tregulova IP, Moiseeva LN Improvement of the management system in sanatorium-and-spa institutions.** The article considers a proposal on improving the management system in sanatorium-and-spa institutions.

**Key words:** institutions, sanatorium-resort, tourism, improvement, activity, management systems

В последнее время роль санаторно-курортной и туристской индустрии стремительно возрастает в связи с потребностью населения в качественных и недорогих курортных, рекреационно-оздоровительных услугах. Актуальность темы обуславливается необходимостью совершенствования системы управления в санаторно-курортной индустрии, позволяющих эффективно использовать возможности внутренней и внешней среды, минимизировать отрицательное влияние факторов окружающей среды, переводить существующие и потенциальные возможности в стратегический потенциал успеха с целью обеспечения устойчивого развития предприятий, сохранения и развития конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Внедрение новой системы бронирования в систему продаж санаторно-курортного продукта.

В работах отечественных и зарубежных авторов, таких как Л.А. Буряшева[1], В.С. Молчановой[2], О.А. Пекарской[3], Ж.А. Рахимова[4], М.В. Кобяк[5] и других были выявлены современные технологии продвижения гостиничного продукта, модели прогноза сезонности в деятельности санаторно-курортных учреждений, но до сих пор остается проблема разработки в совершенствовании деятельности санаторно-курортной сфере.

Таким образом, обострение конкуренции, усложнение внешней среды, постоянное увеличение скорости ее изменений, все это заставляет руководителей санаторно-курортных учреждений делать выбор в пользу стратегического управления и совершенствования своего дальнейшего развития.

Актуальность санаторно-курортной тематики связана и с тем обстоятельством, что в этой сфере существует большое количество проблем, неразрешенных вопросов. Встают остро вопросы эффективной организационной

основы построения курортной системы и вопросы медицинского характера: виды курортного лечения, противопоказания к конкретным методам лечения, лечебные курортные факторы и т.д.

Сегодня в санаторно-курортной отрасли не самые простые времена. Уменьшаются потоки ведомственных клиентов, сокращаются государственные программы по финансированию санаторно-курортного лечения льготных категорий граждан, усиливается ценовая конкуренция со стороны массовых туристических направлений.

При этом, санатории имеют весьма высокую себестоимость услуг. Ведь это бизнес «три в одном» – здесь оказываются и услуги гостиничного сектора, и медицины, и диетического питания. Кроме этого, практически все санатории содержат большую прилегающую территорию, а многие ещё с социалистических времен являются градообразующими комплексами. Персонал живет в окружающих санаторий домах, которые тоже необходимо обслуживать.

Вот и получается, что у большинства санаториев нет финансовой «подушки безопасности» и обеспечение стабильной круглогодичной загрузки жизненно необходимо. А от организации службы продаж санатория зависит его благополучие и жизнеспособность

Как уже отмечалось, если не обеспечить высокий уровень качества продаж санаторно-курортных услуг, все инновации могут остаться просто на просто невостребованными. И здесь для руководства любого хозяйственного субъекта, не только санатория, стоит проблема организации продаж и донесения информации о своих нововведениях до своих потенциальных клиентов. Существует два варианта решения этой проблемы: можно пойти своим путем, делая свои ошибки, а можно взять уже готовое решение, вобравшее в себя опыт других санаториев. Это готовое решение – автоматизированная система бронирования, адаптированное под санаторно-курортный бизнес.

Такие системы настроены на работу с двумя категориями контрагентов- непосредственно клиентами, и партнерами – агентами. Рассмотрим поподробнее оба функционала.

Автоматизированная система бронирования(АСБ) для работы с физическими лицами (непосредственно клиентами) дает возможность забронировать и внести предоплату клиенту из любой точки земли, где есть интернет. При грамотной реализации подключения, клиент сможет это сделать, не отходя от домашнего компьютера. При этом он будет видеть, как выглядит номер, который он бронирует, его подробное описание и описание медицинской программы или программы отдыха. Даже если для этого потребует помощь менеджера санатория, в любом случае, процесс бронирования у него займет не более 3-х минут, а менеджер будет освобожден от необходимости заведения заявки, выставления счета, и прочего документооборота. Фактически, клиент сам сделает за менеджера эту работу.

Автоматизированная система бронирования (АСБ) для юридических лиц – зачастую становится единственным способом увеличить продажи быстро. Увеличение агентской сети с предоставлением агентам возможности работать без запроса - самый быстрый способ увеличить загрузку санатория.

За счет полной автоматизации процесса бронирования, менеджеры турагентств могут в режиме онлайн подбирать даты заезда, категорию номера по желанию клиента. Опять же отпадает необходимость в дозвоне в санаторий, ожидания ответа на запрос, выставления счета. Это делает процесс продажи простым, быстрым и легким и для турагентства, и для клиента. А у санатория высвобождается менеджер по работе с агентствами, телефонная линия и бухгалтер. Автоматическое формирование отчетов агентов, актов об оказании услуг и прочей ежемесячной документации обеспечивает руководство и бухгалтерию санатория оперативной бухгалтерской и управленческой отчетностью уже на 1 число месяца, следующего за отчетным. Как показывает практика, внедрение АСБ позволяет обеспечить ежегодный рост объема продаж по этому каналу (агентская сеть) на 50-70%.

Маркетинговое сопровождение санаториев – это еще одна новация, которая имеет высокую привлекательность за счет быстрой отдачи. Эта услуга появилась совсем недавно и задача её – организовать работу по привлечению клиентов. Для этого требуется высокая квалификация специалистов в области маркетинга санаториев. Ведь обеспечить круглогодичную загрузку санаториев можно только сделав акцент на медицинские программы. А большинство специалистов в индустрии туризма не имеют такой специализации. К тому же, очень трудно найти хорошего специалиста в санатории, который зачастую удален от крупных городов. Да и уровень зарплат у санаториев часто ниже среднерыночного.

Поэтому и возникает проблема создания системы маркетинга. А без неё любая реклама не будет эффективной. Для санаториев гораздо больше подходит формулировка «коммуникации», общение. Главный коммуникационный канал так называемое «сарафанное радио». Грамотная работа с ним позволяет управлять продажами и путевок, и дополнительных медицинских услуг, но работать с ним надо обязательно. Просто сидеть и ждать, что клиенты приведут за собой всех своих друзей и знакомых по меньшей мере не разумно. Даже если и приведут, то процесс пойдет гораздо эффективнее, если им управлять. А введение новых услуг и, как следствие, управление инвестициями в оборудование и инфраструктуру санатория, обязательно требует подключения маркетинговой службы, если нужна оперативная отдача от вложенных средств.

Сегодня всё большее количество санаториев задумывается о необходимости автоматизации своих основных бизнес-процессов – работы с номерным фондом и бронированием, планированием и учетом медицинских услуг, автоматизации пищеблока и т.д. Как уже отмечалось, санаторный бизнес – это сложный симбиоз различных видов деятельности: медицинского (оздоровительного) обслуживания, специализированного питания (как правило, диетического) и гостиничного хозяйства (так называемые услуги «туризма»). И все это при богатом

«социалистическом» наследии в виде квотных пациентов, устаревших принципов обслуживания и маркетинга услуг.

На рынке представлено много интересных программных продуктов. Возникает проблема выбора системы, которая бы смогла сделать обслуживание простым и приятным, систему отчетности прозрачной, а управление автоматическим или хотя бы наполовину автоматическим.

Во-первых, надо четко понимать, что беспорядок автоматизировать нельзя. И внедрение системы автоматизации потребует от администрации санатория достаточно много усилий по наведению порядка: составлению подробной карты номерного фонда, структурирования услуг, уточнения прейскуранта, внедрения регламентов работы сотрудников, более четкое и углубленное структурирование тарифной политики и т.д.

Во-вторых, помимо затрат на покупку компьютеров, прокладку сети, установки серверов, сотрудникам санатория предстоят серьезные усилия по внедрению системы. Надо будет не только научиться работать в системе, но и соединить воедино многие процессы, которые ранее существовали самостоятельно.

Для санатория, внедряющего или обновляющего систему автоматизации, получается новый формат бизнеса, к которому будет адаптироваться весь персонал санатория. И поэтому любая смена системы автоматизации – это процесс трудоемкий и затратный во многих смыслах, помимо финансового, а значит – выбор системы автоматизации – это очень серьезно и при выборе следует принять во внимание многочисленные критерии, определяющие выбор. В приложении Н приведены критерии, необходимые для выбора системы автоматизации для санатория. От успешно внедренной системы автоматизации можно ожидать следующих изменений:

1. Сразу же после внедрения системы автоматизации в санаториях увеличивается выручка, как от путевок, так и от дополнительных медицинских услуг. Хотя, конечно же, разработчики вам этого обещать не будут.

2. Жесткий контроль применения тарифов и использования номерного фонда и медицинских услуг со стороны ТОП-менеджеров и бухгалтерии.

3. Система должна «видеть» какие процедуры уже включены в стоимость путевки, а какие требуют дополнительной оплаты.

4. Все компьютерные операции, сопровождающиеся приемом наличных денежных средств, должны быть фискализированы, т.е. данные компьютерные операции должны сопровождаться печатью фискального чека через ККМ.

5. Удобства обслуживания для клиентов. Для сотрудников система вначале будет не удобна и они будут всячески доносить до руководства эту информацию. Администрации будет необходимо проявить терпение и дождаться адаптации персонала. И, конечно, вовремя готовить разработчикам внятное техническое задание по доработке системы, если в этом есть реальная необходимость.

6. Руководитель, сидя в своем кабинете, либо находясь в командировке, должен видеть текущую выручку в кассе, объем реализации за любой период и по всем статьям, сколько номеров находится в ремонте, сколько поселено гостей, загрузку номерного фонда планируемую и фактическую, загрузку медицинских кабинетов, кто из сотрудников ввел тарифы, не соответствующие прейскуранту, сколько денег оставляет в санатории клиент и за что, и многое другое.

7. Сотрудники обязаны будут выкинуть огромное количество журналов, которые вели ранее.

8. Появится возможность состыковать информацию, пришедшую из разных подразделений, причем, никого об это не попросив.

9. Гости будут получать план своих процедур в конкретном кабинете планирования. Им не надо будет обегать весь санаторий, чтобы записаться на процедуры. Можно будет исключить очереди у кабинетов и денежный расчет клиентов с сотрудниками, оказывающими услуги.

10. Администраторы будут видеть, в который раз приехал гость, его предпочтения и пожелания, сколько он оставил денег в предыдущий заезд, к какому типу гостей он отнесен – VIP-клиент или нежелательный гость. И делать выводы, как с ним работать.

11. Отдел бронирования будет делать отчет о реализации за месяц, нажатием одной кнопки, а не недельным выключением из работы с клиентами и агентами.

12. Можно будет выявить, сколько денег перерасходовали ранее на пищеблок просто потому, что не имели достоверной отчетности о количестве заезжающих и отъезжающих гостей.

Следует проанализировать существующие системы с точки зрения их положительных и отрицательных сторон. Одни системы пришли из гостиничной среды, другие из ЛПУ (лечебно-профилактических учреждений), третьи из бухгалтерии. Соответственно, остальная часть дорабатывалась позже и несколько менее «продвинутой», чем основная. А может даже отсутствовать. Очень желательно, чтобы все основные модули принадлежали одному разработчику, даже если планируется их поэтапное внедрение.

Естественно, санаторию лучше сделать предпочтение системе, которая родом из гостиничной сферы. Ведь основной источник дохода – продажа путевок, что напрямую связано с работой с номерным фондом. И чем тоньше и точнее этот процесс организован, тем больше доход и выше степень лояльности клиентов. На наш взгляд следует использовать Систему управления объектом туризма «Отель 2.3», разработанная ЗАО «Интеротель, Лтд»[6], Эта система позволяет автоматизировать управление бизнес-процессами на предприятиях, работающих в сфере туризма.



Рисунок 1 – Базовая конфигурация системы управления объектом туризма «Отель 2.3»

Достоинства системы «Отель 2.3»:

1. Простота в эксплуатации, дружелюбный интерфейс. Обучение персонала работе с системой осуществляется на настроенной под клиента системе в соответствии с должностными обязанностями.

2. Модульность с богатым набором функций, благодаря которой можно настроить систему с учетом профиля, размера и уровня сервиса каждого конкретного объекта туризма, использовать только те модули, которые нужны для работы с возможностью расширения функциональности в случае необходимости.

3. В базовую конфигурацию включены дополнительные сервисы:

- Возможность получать информацию и статистические сведения о состоянии предприятия туризма на текущий момент времени (стандартные справки и отчеты о количестве гостей, финансах, загруженности номерного фонда и т.д. для разных служб).

- Возможность настроить систему под определенные требования (номерной фонд, прејскуранты, услуги, налоги, скидки и т.д.).

Внедрение новой системы бронирования в систему продаж санаторно-курортного продукта позволит увеличить доход и степень лояльности клиентов. Рекомендации могут использоваться в практической деятельности других санаторно-курортных учреждений. У Крыма есть все возможности занять позицию курорта будущего, оздоравливая ежегодно граждан России и других государств.

**Список использованных источников:**

1. Бурняшева Л.А. Основы курортологии: учебное пособие / Л.А. Бурняшева. — М. : КНОРУС ; Пятигорск : Пятигорский государственный лингвистический университет, 2016. —С. 125..

2. Молчанова В.С. Продвижение туристических услуг при помощи использования системы онлайн-бронирования / Геология, география и глобал. энергия. - 2015. - № 1 (56). - С. 199-206

3. Пекарская О.А. Развитие и продвижение гостиничного предприятия на рынке услуг гостеприимства // Вестн. нац. академии туризма. – 2014. - № 2. – С. 48-50.

4. Рахимов Ж.А. Модель прогноза сезонности в деятельности санаторно-курортных учреждений / Ж.А. Рахимов, С.М. Курбанова // Вестн. ТГУПБП. - 2012. - № 2

5. Современные технологии продвижения гостиничного продукта: учеб. пособие для бакалавров / [Кобяк М.В. и др.] ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Российский экон. ин-т им. Г. В. Плеханова – М. : РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2014. – С.12.

6. Официальный сайт АО «ИНТЕРПОТЕЛЬ, Лтд.»[электронный ресурс]. URL: [http:// www2.interhotel.ru](http://www2.interhotel.ru) (дата обращения 13.09.2017).

**ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРИРОДНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА КРЫМА**

**Тропина Е.А. Особенности проектирования природного туристского пространства Крыма.** В статье рассмотрены особенности проектирования природного пространства Крыма на основе его природного потенциала и территорий, находящихся под особой охраной. Необходимость подобного проектирования позволит наиболее эффективно использовать имеющиеся рекреационные ресурсы в туристской деятельности.

**Tropina E. A. Design features of natural tourist space of the Crimea.** The article discusses the features of design in the natural space of the Crimea on the basis of his natural potential and areas under special protection. The need for such a design will allow the most effective use of existing recreational resources in the tourist activity.

**Ключевые слова:** проектирование туристского пространства, памятники природы, заповедники, заказники, парки, особо охраняемые природные территории.

**Постановка проблемы.** Для успешного развития туризма и рекреации в Крыму необходимо комплексно подходить к вопросам изучения туристских территорий. Осуществлять исследование туристских территорий можно, используя категорию «туристское пространство» и рассматривая данную категорию с экономической, культурной, исторической и географической точки зрения. Формирование туристского пространства различной типологии позволяет изучать туристский регион с разных точек зрения, определить его специализацию и создавать туристские продукты различной направленности. Визуализация туристского пространства может быть реализована при помощи геоинформационных систем (ГИС), использование которых в туризме является весьма перспективным направлением, но недостаточно разработанным на данный момент в Российской Федерации. Основопологающим фактором развития туризма и рекреации в той или иной местности является наличие территорий с уникальными природными ресурсами. Подобные территории имеют определенные категории с учетом особенностей их охраны [1].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением туристского пространства занимались такие авторы Дунец А.Н., Мажар Л.Ю., Джанджугазова Е.А.

Дунец А.Н. анализируя туристское пространство, отмечает его комплексный и природно-социально-экономический характер. Формирование пространства, по его мнению, осуществляется в результате реализации потребностей человека в туризме, в рекреации на основе культурно-исторический и природных ресурсов и при содействии организаторов и органов государственного управления [2].

Мажар Л.Ю. отмечает неоднородность туристского пространства и выделяет такие виды подпространств как рекреационное пространство индивида или группы туристов (отдыхающих), пространство определенного вида туристско-рекреационной деятельности и пространство отдельных компонентов туристско-рекреационной системы [3].

Джанджугазова Е.А. выделяет следующие типы туристского пространства: естественное или природное, культурно-историческое, рекреационное, сервисное, антропологическое или этническое, событийное, мифологическое и научное [4].

**Выделение нерешенной проблемы.** Несмотря на внимание ряда авторов к вопросам туристского проектирования их практическая реализация не осуществляется должным образом на современном этапе. В частности требует детального подхода проектирование и планирование организации туристской деятельности на природоохранных территориях.

Поэтому проектирование природного туристского пространства являются актуальными для Крыма, для которого природные факторы являются основополагающими при формировании конкурентоспособного туристского продукта.

**Цель статьи.** Определить особенности проектирования природного туристского пространства Крыма. Объектом данного исследования является природное туристское пространство и его проектирование, а предметом – особенности проектирования туристского пространства в Крыму.

**Изложение основного материала** Естественное или природное туристское пространство включает в себя особо охраняемые территории. К особо охраняемым природным территориям (ООПТ) в соответствии законодательством Российской Федерации, относят: государственные природные заповедники, национальные парки, природные парки, государственные природные заказники, дендрологические парки и ботанические сады, памятники природы [1]. Памятники природы подразделяются на геологические, гидрологические, ботанические, зоологические и комплексные (ландшафтные) [4, С 32]. Все эти объекты могут быть использованы при формировании экологических туров и природооведческих экскурсий.

На территории Крыма функционируют следующие заповедники: Крымский природный заповедник, орнитологический филиал Крымского природного заповедника «Лебяжьих острова», Казантипский природный заповедник; природный заповедник «Опукский», Ялтинский горно-лесной природный заповедник и природный заповедник «Мыс Мартьян» [5].

Согласно законодательству Российской Федерации в границах государственных природных заповедников природная среда сохраняется в естественном состоянии и полностью запрещается экономическая и иная деятельность [1]. Тем не менее, законом разрешены такие виды деятельности как охранная, научно-исследовательская, образовательная деятельность, а также экологическое просвещение и развитие познавательного туризма [1]. Существующие особо охраняемые природные территории регионального значения, включены в государственный реестр ГАУ РК «Управление особо охраняемыми природными территориями Республики Крым» министерства экологии и природных ресурсов. Сводные данные государственного учета ООПТ (на 01.02.2017 г) представлены в табл.1.

Таблица 1.

Сводные данные государственного учета ООПТ на 01.02.2017 г.

№п/п	Категории особо охраняемых природных территорий регионального значения	Количество, шт.	Площадь, га
1	Природные парки	6	33042
2	Государственные природные заказники:	38	35423,5
2.1	комплексные (ландшафтные)	15	22303,7
2.2	биологические (ботанические)	18	7403,8
2.3	гидрологические	2	1250
2.4	геологические	2	4416
2.5	биологические (зоологические)	1	50
3	Памятники природы регионального значения	94	3186,081
4	Дендрологические парки регионального значения	1	3,2
5	Ботанические сады регионального значения	2	914,146
6	Заповедные урочища регионального значения	7	1205,3
7	Ландшафтно-рекреационные парки регионального значения	10	19456
8	Парки-памятники садово-паркового искусства регионального значения	30	567,449
9	Зоологические парки регионального значения	2	34,9021
	<b>Всего</b>	<b>190</b>	<b>93832,5781</b>

Источник: составлено на основании материалов [6].

Крым широко известен своим геологическим прошлым. Разнообразие горных пород и минералов, контрастное соседство горных, равнинных и морских ландшафтов делает полуостров геологическим музеем под открытым небом. Известный крымский ученый-геолог, профессор В.И. Лебединский выделил семь геологических чудес Крыма:

- 1) Древняя вулканическая группа Кара-Даг;
- 2) Гора Аю-Даг;
- 3) Обвал г. Южная Демерджи;
- 4) Вершины Судака и Нового Света;
- 5) Большой Каньон Крыма;
- 6) Красная пещера;
- 7) Сиваш и Арабатская стрелка.

Представляют интерес для туризма многочисленные пещеры Крыма. Самая протяженная из них – Красная (более 20 км), самая глубокая – шахта Солдатская (более 500 м), пещера Мраморная входит в пятерку красивейших пещер мира [7, С.168-169].

Реки Крыма относятся к малым, но большинство из них начинаются в горах, поэтому их русла имеют перепады, образующие живописные водопады, которые являются экскурсионными и туристскими объектами. Среди крымских водопадов наиболее известны Учан-Су, Джур-Джур и Су-Учхан. Весной в Крыму образуются так называемые эфемерные (однодневные) водопады, которые возникают при быстром таянии снега на яйлах [8, С. 10].

Привлекают туристов и многочисленные родники, многие из которых связаны с историческими событиями или почитаются как священные. Например, Кутузовский фонтан – памятное оборудованное место, где ранее бил родник, в котором, по преданию омыли рану М.И. Кутузова после боя возле деревни Шумы (ныне Верхняя Кутузовка на трассе Симферополь – Алушта). Источник святого Пантелеймона, на окраине г. Старый Крым имеет славу чудодейственного и привлекает как паломников, так и туристов.

Отдельного внимания заслуживают солёные озера Крыма, их освоение может быть связано как с курортной деятельностью (озеро Мойнаки, Сакское озеро) или промышленностью (Сасык-Сиваш) [9, С.199].

В Крыму произрастает более 2,5 тыс. видов растений, около 10% из них – эндемики. Во флоре горного Крыма много реликтов (произрастали еще в доисторические времена) – тис ягодный, можжевельник высокий, земляничник мелкоплодный и др. [7, С.169]. Некоторые деревья имеют статус памятников природы регионального значения (Суворовский дуб в Белогорском районе).

Животный мир Крыма не так разнообразен, как растительный, но и в этом отношении есть объекты представляющие интерес для туризма. Зоологическими парками регионального значения является зоопарк «Сказка» и сафари-парк «Тайган», которые находятся в частной собственности и тоже должны быть включены в природное туристское пространство.

Ландшафтно-рекреационные парки регионального значения занимают общую площадь 19456 га и включают 10 объектов. Наиболее известными и посещаемыми из них являются: урочище «Кизил-Коба» (Симферопольский район), «Научный» (Бахчисарайский район), «Тихая бухта» (с. Насыпное, пгт Орджоникидзе, пгт Коктебель, г. Феодосия) [5].

Уникальный климат Крыма в сочетании с трудолюбием человека создал уникальные парки-памятники садово-паркового искусства - 30 объектов, общей площадью 567,449 га. К наиболее известным из их числа относят: Алушкинский парк-памятник садово-паркового искусства (г. Алушка, 40 га), Гурзувский парк-памятник садово-паркового искусства (пгт Гурзуф, г. Ялта, 12 га), Ливадийский парк-памятник садово-паркового искусства (пгт Ливадия, г. Ялта, 40,1 га) [5].

#### **Выводы и предложения.**

Благодаря имеющимся природным ресурсам Крым обладает значительными возможностями для развития экологических видов туризма. Проектирование природного пространства Крыма, а в дальнейшем его визуализация на электронных носителях, позволит наглядно представить потенциал территории. Возможно создание информационного электронного мультязычного туристского портала «Живая карта природы Крыма». Подобный ресурс станет подспорьем для организаторов туров (туроператоров, бюро экскурсий и др.) с одной стороны, а с другой стороны станет одним из инструментов продвижения крымского регионального туристского продукта.

#### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон от 14 марта 1995 г. N 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-14031995-n-33-fz-ob/>
2. Дунец А.Н. Туристское пространство как научная категория в исследованиях туризма [Электронный ресурс] // Ползуновский альманах, 2015. – № 3 – С.86-90. – Режим доступа: [http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/pa2015\\_03/pdf/086Dunets.pdf](http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/pa2015_03/pdf/086Dunets.pdf)
3. Мажар Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа [Электронный ресурс] // Современные проблемы сервиса и туризма, 2014. - № 1 – С. 16-23. – Режим доступа: [http://spst-journal.org/Archive\\_article/2014/2014\\_01/04.pdf](http://spst-journal.org/Archive_article/2014/2014_01/04.pdf)
4. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник для студ.учреждений высш.проф.образования [Текст] / Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 272 с.
5. Государственный реестр особо охраняемых природных территорий регионального значения [Электронный ресурс] // Министерство экологии и природных ресурсов Республики Крым. – Режим доступа: <http://meco.rk.gov.ru/rus/info.php?id=616919>
6. Сводные данные государственного учета особо охраняемых природных территорий регионального значения [Электронный ресурс] // Министерство экологии и природных ресурсов Республики Крым. – Режим доступа: [http://meco.rk.gov.ru/file/2\\_svodnie\\_dannie\\_oopt\\_2017\\_30012017.pdf](http://meco.rk.gov.ru/file/2_svodnie_dannie_oopt_2017_30012017.pdf)
7. Тимченко З.В. Организация экскурсионной деятельности: учебное пособие [Текст] / З.В. Тимченко - Симферополь: Доля, 2013. – 420 с.
8. Тимченко З.В. Водопады Крыма [Текст] / З.В. Тимченко - Симферополь: Доля, 2005. – 46 с.
9. Реки и озёра Крыма [Текст] / А.Н. Олиферов, З.В. Тимченко – Симферополь: Доля, 2005. – 216 с.

**ПРОБЛЕМЫ И СПЕЦИФИКА КЛАССИФИКАЦИИ ГОСТИНИЦ И ИНЫХ СРЕДСТВ  
РАЗМЕЩЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И Г. СЕВАСТОПОЛЕ**

**Туголукова Е.Ю. Проблемы и специфика классификации гостиниц и иных средств размещения в Республике Крым и г. Севастополе.** В данной статье исследуются вопросы процесса классификации гостиниц и иных средств размещения на территории Крыма, которые становятся все более важными для развития и совершенствования гостиничных услуг и услуг других средств размещения. Для участников туристического рынка классификация предоставляет уникальную возможность непосредственного информирования потенциального потребителя о качестве сервиса, инфраструктуре и других возможностях предприятия.

**Tugolukova E.Yu.** Problems and specificity of the classification of hotels and other accommodation facilities in the Republic of Crimea and the city of Sevastopol. This article explores the process of classification of hotels and other accommodation facilities in the Crimea, which are becoming increasingly important for the development and improvement of hotel services and services of other accommodation facilities. For participants of the tourism market, the classification provides a unique opportunity to directly inform the potential consumer about the quality of the service, infrastructure and other capabilities of the enterprise.

**Ключевые слова:** гостиница, средство размещения, классификация, качество, категория, «звезда», присвоение «звездности».

Цель статьи – изучить специфику процесса классификации в регионе.

**Изложение основного материала.** В настоящее время гостиничный бизнес превратился в один из наиболее прибыльных и динамично развивающихся сегментов туристского рынка. Гостиничные услуги все чаще предстают в виде комплексного гостиничного продукта, направленного на удовлетворение потребностей гостя в размещении, питании и дополнительных услугах.

Необходимость в достоверности оценки качества туристского продукта усиливается по мере все большего вовлечения стран в международный туристский рынок. Высокий и разнообразный спрос на туристские услуги во всем мире делает необходимым взаимное признание результатов деятельности различных предприятий сферы туризма. Высший уровень такого признания – сертификация, гарантирующая, что продукт (услуга) отвечает определенным требованиям и имеет заданное качество.

Обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и стабильности качества, предоставляемых средством размещения, достигается при проведении процедуры классификации гостиниц и иных средств размещения (присвоения «звездности»).

В настоящее время в мире насчитывается более 30 систем классификации гостиниц, причем в каждой стране приняты свои национальные стандарты. Введению единой мировой классификационной системы препятствуют факторы, связанные с культурными и национальными особенностями, историческим развитием различных государств и т. д. Наиболее распространенной системой классификации является Французская национальная система. Она устанавливает для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1\*, 2\*, 3\*, 4\*, 5\*).

Минимальные требования на присвоение одной из категорий:

- количество комнат; [SEP]
- общие помещения; [SEP]
- оборудование отеля; [SEP]
- комфортность жилья; [SEP]
- система обслуживания; [SEP]
- доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью [1, С. 77].

Данная классификация легла в основу классификации гостиниц в Российской Федерации, которой также предусмотрены 6 категорий: «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд». Высшая категория – «пять звезд», низшая – «без звезд» [2]. Присвоение категории гостинице происходит методом экспертной оценки, в процессе которой оцениваются следующие основные параметры гостиницы:

1. характеристика номерного фонда: площадь номеров, наличие коммунальных удобств в номерах и на этажах, комфортность номеров;
2. оборудование и оформление интерьера;
3. информационное обеспечение, в том числе связь;
4. наличие лифта;
5. характеристика общественных помещений;



6. наличие и характеристика предприятий питания;
7. обеспечение возможности дополнительных услуг;
8. характеристик здания, подъездных путей, развитие инфраструктуры, обустройство прилегающей территории;
9. требований к персоналу.

На всей территории Российской Федерации система классификации и порядок проведения классификации апарт-отелей (отелей и гостиниц) регулируется статьей 5 Федерального Закона № 132-ФЗ от 24.11.1996 года «Об основах туристской деятельности» (в ред. от 03.05.2012 г.), которая гласит: «Стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляются в соответствии с законодательством Российской Федерации. Классификация объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, осуществляется аккредитованными организациями в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Аккредитация организаций, осуществляющих указанную классификацию, проводится органами государственной власти субъектов Российской Федерации в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти» [5].

Классификация гостиниц и иных средств размещения на соответствие категориям предусмотрено Порядком классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, утвержденным приказом Министерства культуры Российской Федерации от 29.04.2015 № 1215, осуществляется аккредитованными организациями.

Таблица 1 - Организационная структура системы классификации в РФ (построено на основании [2])

№ п/п	Участники	Функции	
1	Минкультуры РФ	федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный заниматься вопросами культуры и искусства, вопросами туризма и региональной политики.	
	Совет по классификации		- создает и организует деятельность Совета и Комиссии по апелляциям - размещает в свободном доступе в сети «Интернет» на своем сайте информацию о классифицированных Объектах туристской индустрии (далее Объекты туристской индустрии) (классификация-туризм. рф)
	Комиссия по апелляциям		- осуществляет координационную деятельность по вопросам классификации  - рассматривает спорные вопросы участников классификации
2	Аккредитованные организации	организации аккредитованные органами государственной власти субъектов РФ в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти	- организуют проведение экспертной оценки соответствия Объектов туристской индустрии требованиям Порядка классификации - принимают решение о присвоении Объекту туристской индустрии соответствующей категории - представляют в Совет копии решений о присвоении Объектам туристской индустрии категории - формируют перечень Объектов туристской индустрии, которым присвоили категорию - выдают или приостанавливают действие Свидетельства
3	Заявители	юридические лица или индивидуальные предприниматели, обратившиеся с Заявкой на проведение классификации в аккредитованную организацию =Объекты туристской индустрии: гостиницы и иные средства размещения (отели, мотели, апартаменты, хостелы, санатории, пансионаты и др.)	- направляет Заявку на проведение классификации и документы, предусмотренные соответствующей классификацией, в аккредитованную организацию - обеспечивает соответствие Объекта туристской индустрии требованиям категории, установленной Порядком классификацией, в период действия Свидетельства

Заявителем на проведение классификации гостиницы или иного средства размещения может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, которому для прохождения классификации необходимо подать заявку в аккредитованную организацию.

Закон Республики Крым от 14 августа 2014 года № 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» (с учетом внесенных изменений и дополнений) (выписка): «Статья 10. Стандартизация и классификация объектов туристской

индустрии. Стандартизация и классификация объектов туристской индустрии и туристских (экскурсионных) маршрутов, расположенных в Республике Крым, осуществляются в соответствии с законодательством Российской Федерации. Классификация объектов туристской индустрии (средств размещения, объектов санаторно-курортного оздоровления и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно- спортивного, яхтенного туризма и иного назначения, объектов инфраструктуры) и туристских (экскурсионных) маршрутов в Республике Крым осуществляется аккредитованными организациями в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Аккредитация организаций, осуществляющих указанную классификацию, проводится специально уполномоченным исполнительным органом государственной власти Республики Крым в сфере курортов и туризма в соответствии с законодательством Российской Федерации.» [4].

Таким образом на территории Крыма, Министерством курортов и туризма Республики Крым в соответствии с административным регламентом предоставляется государственная услуга "Аккредитация организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи".

Заявителем или получателем государственной услуги являются юридические лица, зарегистрированные на территории Республики Крым, претендующие на аккредитацию в качестве организации, осуществляющей классификацию объектов туристской индустрии.

Предоставление государственной услуги включает в себя следующие административные процедуры:

- 1) подача организацией заявки на аккредитацию;
- 2) проведение Министерством проверки комплектности и достоверности документов, прилагаемых к заявке;
- 3) рассмотрение Экспертной комиссией документов, представленных заявителем, на предмет их достаточности, достоверности и соответствия требованиям;
- 4) принятие решения об аккредитации (либо о возврате документов);
- 5) оформление и выдача аттестата об аккредитации, переоформление аттестата аккредитации, либо отказ в предоставлении государственной услуги (возврат документов).

В соответствии со статьей 3.2 Федерального закона от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции Федерального закона от 2 марта 2016 года № 49-ФЗ) Министерством курортов и туризма Республики Крым утвержден Порядок уведомления Министерства курортов и туризма Республики Крым аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, расположенных в пределах территории Республики Крым [4].

Таким образом, владелец либо арендатор гостиницы или иного средства размещения вправе в добровольном порядке обратиться в аккредитованную организацию с просьбой провести классификацию своего средства размещения. Аккредитованная организация в срок 10 рабочих дней принимает решение о проведении или отказе в проведении классификации объекта туристской индустрии и сообщает о принятом решении Заявителю в течении 10 рабочих дней со дня принятия решения. Основанием для отказа в проведении классификации является наличие недостоверной информации в документах, представленных Заявителем.

К документам для порядка классификации средств размещения в РФ относятся:

- Документы о регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя – свидетельство о государственной регистрации и постановке на налоговый учет;
- правоустанавливающие, подтверждающие право землепользования - договор аренды, свидетельство о праве собственности и др.;
- подтверждающие право собственности на здания и сооружения - свидетельство о праве собственности, договор купли-продажи, аренды и др.;
- подтверждающие соответствие оказываемых услуг санитарно-эпидемиологическим нормам - уведомление в Роспотребнадзор о начале осуществления предпринимательской деятельности;
- подтверждающие соблюдение требований пожарной безопасности – декларация пожарной безопасности;
- подтверждающие соблюдение требований охраны окружающей среды - лимиты на выбросы стационарным источником (автономной котельной при ее наличии), договор на вывоз ТБО, договор на водоснабжение и прием сточных вод (канализование).

Классификация средств размещения проводится в три этапа:

• Первый этап – экспертная оценка соответствия гостиниц и иных средств размещения требованиям Порядка классификации. Экспертная оценка гостиницы или иного средства размещения включает в себя оценку средства размещения, его номерного фонда и персонала.

• Второй этап — анализ полученных результатов экспертной оценки и принятие решения о присвоении

средству размещения соответствующей категории.

Третий этап — получение средством размещения Свидетельства о присвоении категории.

В случае несоответствия требованиям, предъявляемым к средствам размещения заявленной категории, аккредитованная организация отказывается в присвоении заявленной категории. Заявитель информируется об этом не позднее 20 рабочих дней после Экспертной оценки. Свидетельство о присвоении категории выдается на 3 года.

Информация о классифицированных объектах туристской индустрии размещается в Федеральном перечне классифицированных туристских объектов на официальном сайте Министерства культуры Российской Федерации — [классификация-туризм.рф](http://классификация-туризм.рф) [2].

Присвоение категории («звездности») является важным шагом в повышении конкурентоспособности средства размещения, повышает его имидж и помогает уверенно позиционировать себя на рынке гостиничных услуг.

Но, несмотря на явные преимущества классификации, многие отельеры не спешат. Для сравнения – в Республике Крым в 2017 г. прошли классификацию и получили «звезды» 32 средства размещения, в 2016 году – 55 и в 2014 году – 15 [3].

Процесс классификации средств размещения идет медленными темпами также и в Севастополе. На сегодняшний день всего 6 средств размещения получили определенную категорию. Причем, работы по присвоению «звезд» этим средствам размещения были проведены в 2016 году. За 8 месяцев 2017 года в аккредитованную организацию ФБУ «Севастопольский ЦСМ» поступила всего одна заявка на классификацию, в соответствии с которой сейчас проводятся работы по присвоению «звезд» отелю «Мыс» ООО «Оптима-Инвест».

Согласно Реестра субъектов и объектов туристской индустрии Республики Крым свою деятельность осуществляют 767 средств размещения, в т.ч. 437 гостиничных предприятия [4], но только 102 из них на 01 октября 2017 г. прошли процедуру классификации [3], что составляет всего лишь 13%.

Министерством курортов и туризма Республики Крым по состоянию на 01 августа 2017 года аккредитовано семь организаций, имеющих право проводить экспертную оценку и принимать решение о соответствии объектов туристской индустрии требованиям Порядка классификации [4].

Среди главных причин — это нежелание средств размещения тратить деньги и административные ресурсы на прохождение пока еще добровольной процедуры. Для того чтобы получить то или иное количество звезд приходится проводить определенные работы, порой дорогостоящие — приводить в соответствие систему кондиционирования, интерьеры и оснащенность номеров и самих средств размещения, квалификацию персонала и т.д.

Сейчас классификация гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации носит добровольный характер. Однако уже подготовлен законопроект, согласно которому классификация станет обязательной. С 1 января 2018 года планируется ввести обязательную классификацию в отношении средств размещения с номерным фондом более 50 номеров, с 1 января 2019 года — для средств размещения с количеством номеров более 15 и с 2020 года — для всех остальных средств размещения.

**Выводы и предложения.** На основании приведенных цифр не видно заинтересованности у гостиниц и средств размещения Республики Крым и г. Севастополя в получении «звезд» и возможности увеличения привлекательности своих объектов. Ведь наличие «звезд» гарантирует гостю качественный сервис, получение определенного уровня услуг, удобств и комфорта, соответствующих категории средства размещения, что способствует повышению доверия со стороны гостей и, как следствие, увеличения загрузки, что положительно скажется на доходности гостиницы и в целом является хорошим маркетинговым ходом.

Для средств размещения классификация — это способ представить необходимые потребителю сведения о качестве сервиса, инфраструктуре и других возможностях предприятия, это доступ к новым клиентским нишам, новым рынкам.

Проблема повышения качества гостиничных услуг является комплексной и должна решаться как с помощью мер разработки профессиональных стандартов обслуживания, внедрение системы обучения персонала так и путем совершенствования системы категорий гостиниц и других средств размещения, внедрения системы классификации на обязательной основе по всей территории Российской Федерации, в т.ч. Республики Крым и г. Севастополя.

#### Список использованных источников:

1. Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Н.М. Мышьяковой, к.культ., доц. С.Г. Шкуропат. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – 314 с.
2. Приказ Минкультуры России от 11 июля 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемые аккредитованными организациями» ".[Электронный ресурс]. Режим доступа.URL: <http://классификация-туризм.рф/index.php/displayDocument/index>
3. Федеральный перечень туристических объектов Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа.URL: <http://классификация-туризм.рф/index.php/displayOrganization/index> (Дата обращения 01.10.2017)
4. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс] - Режим доступа.URL: <http://mtur.rk.gov.ru> (Дата обращения 01.10.2017)  
Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 05.04.2016) “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” [Электронный ресурс] - Режим доступа.URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (Дата обращения 01.10.2017)

### КОРПОРАТИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ: ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ

**Хистева Е.В. Корпоратизация туристической отрасли: промежуточные итоги.** В работе проведен анализ финансовых показателей результатов корпоратизации туристической отрасли. Исследованы изменения позиции Российской Федерации в мировой рейтинге. Выявлены страны, опыт развития туристической отрасли которых может быть использован Россией.

**Khisteva EV Corporatization of the tourism industry: interim results.** The paper analyzes macroeconomic indicators of the results of corporatization of the tourism industry. The analysis of the change in the position of the Russian Federation in the world ranking is carried out. Identified by countries, the experience of the development of the tourism industry which can be used by Russia.

**Ключевые слова:** корпоратизация, государственная программа, посещения стран, поступления от туризма, бюджет, привлечения средств.

Туризм является важнейшей стороной жизни современного общества. Это не только с позиции общения и распространения информации, а и с точки зрения направления бизнеса и источника постоянного дохода государства и его граждан. История существования различных стран позволяет сделать вывод об огромной, не только социально-политической, но и экономической значимости данной отрасли. Использование опыта развития туристической отрасли отдельных стран и реализации отдельных программ позволяет не только оценить предпочтения потребителей услуг данной отрасли, но и повысить эффективность ее функционирования.

**Целью данной статьи** является изучить промежуточные результаты корпоратизации туристической отрасли России, выявить проблемы и предложить рекомендации их решения.

Корпоратизация - это процесс институциональных преобразований экономики в целом, или ее отдельных секторов, путем консолидации интересов капитала, его собственников и государства с целью повышения эффективности использования капитала и достижения целей государства.

Начало процесса корпоратизации туристической отрасли было положено в 2003 году путем создания Федерального государственного унитарного предприятия «Национальная корпорация развития туризма» (Ордена «Знак Почета» «ГИПРОТЕАТР»). Данное учреждение является подведомственным Предприятием Федерального агентства по туризму (Ростуризм).

Основными целями функционирования данной корпорации являются:

1. Осуществление деятельности в сфере продвижения и популяризации туристского потенциала на территории Российской Федерации;
2. Деятельность заказчика-застройщика по объектам строительства и развития инфраструктуры, воссозданию объектов культурного наследия, памятников архитектуры;
3. Организация конгрессов, конференций, семинаров, выставок и иных мероприятий;
4. Разработка проектных и архитектурно-планировочных решений;
5. Деятельность по созданию, сопровождению и использованию баз данных и информационных ресурсов, в том числе туристских, в сети [1].

В 2010 году в Российской Федерации была принята Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)", далее Программа. [5].

Основные плановые показатели Программы представлены в табл.1.

Таблица 1. - Финансовые показатели реализации Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)"[6].

Млн. руб.

	Показатели	2011-2018	2015	2016	2017	2018
1	Всего средств	135227,7	20870,8	17928,5	15501,5	29618,6
2	Задача 1 «Развитие туристско-рекреационного комплекса России»	131496,8	20420,1	17425,4	15984,8	29101,1
3	Задача 2 «Повышение качества туристических услуг»	443,2	64,5	68,8	64,0	59,5
4	Задача 3 «Продвижение туристического продукта на мировом и отечественном рынке»	3287,7	386,2	404,8	452,7	458

Согласно данным таблицы 1. мероприятия реализации Программы сгруппированы в три блока-задачи: развитие туристско-рекреационного комплекса России, повышение качества туристических услуг, продвижение туристического продукта на мировом и отечественном рынке. Большая часть средств финансирования

направлена на реализацию мероприятий, направленных на развитие туристско-рекреационного комплекса России.

В таблице 2 представлены данные промежуточных отчетов о результатах реализации данной Программы

Таблица 2. – Результаты реализации Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)" [6].

Млн. руб.

	Показатели	2015	2016	2017*
1	Освоено средств, в том числе за счет	14954,0	14876,0	5099,47
1.1	средств федерального бюджета	4054,23	3124,5	655,27
1.2	средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов	1616,2	1416,10	834,60
1.3	привлеченных средств	9283,1	10335,80	3609,6
2	Уровень финансирования, %	71,65	82,97	32,87

\*по состоянию на 01.07.2017 г.

Данные Программы свидетельствуют о том, что финансирование мероприятий Программы осуществляется не в полном объеме, а в составе источников средств преобладают средства привлеченные из внебюджетных фондов и частных инвесторов. Наглядно состав источников финансирования средств Программы представлен на рис. 1.

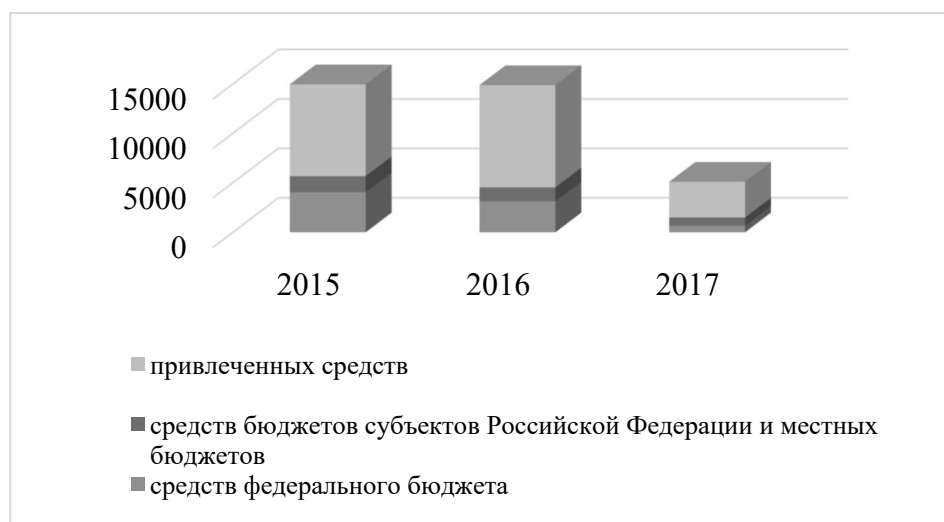


Рис.1 Состав источников финансирования Программы

При рассмотрении источников финансирования реализации положений программы обращает внимание существенные различия в величине предельного уровня софинансирования расходных обязательств субъекта Российской Федерации из федерального бюджета по субъектам Российской Федерации. Так, согласно официальным данным максимальное значение данного показателя составляет 95,0% для Республики Алтай, а минимальное значение – 37,0% для Республики Татарстан [6].

О значении туристической отрасли Российской Федерации сделаем вывод с помощью ряда показателей, среди которых доход от туристической отрасли, количество посещений страны. В качестве источников информации воспользуемся ежегодными докладами Всемирной организации по туризму UNWTO.

В таблице 3. представлены данные о величине доходов от туристической отрасли по странам.

Таблица 3. - Прямой вклад туризма в ВВП (млрд. долл.) [2]\*

		2010	2015	2016	Темп роста к 2010 г., %
1	США	368	483	504	136,98
2	Китай	115	267	275	239,13
3	Германия	132	133	138	104,55
4	Япония	129	98	110	85,27
5	Франция	94	89	90	95,74
21	Российская Федерация	21	17	16	76,19

\*по данным World Travel and Tourism Council

Согласно данным таблицы 3. лидерами по величине доходов от туристической отрасли являются США, Китай и Германия. Следует отметить, что только в этих странах наблюдается стабильная динамика роста данного

показателя. Однако величина динамики существенно отличается значение показателя роста. Так прирост показателей у США и Германии 36,98% и 4,55%, а у Китая – 139,13%.

Соответственно, Россия в этом рейтинге по состоянию на 2016 год занимает 21 место. С показателями 21 млрд. долл в 2010 г. и 16 млрд. долл в 2016 г. соответственно. Для сравнения, США имеет значение данного показателя 368 млрд. долл в 2010 году, а в 2016 году – 504 млрд. долл.

Заслуживает внимания следующий момент, в 2015 году наблюдалось снижение данного показателя у всех кроме, кроме США и Китая, а в 2016 году был рост данного показателя у всех стран, кроме Российской Федерации.

Всемирная организация по туризму (UNWTO) сообщает, что в последние годы наблюдается рост международного туризма, несмотря на рост негативных факторов объективного характера.

Для анализа величины поступлений от туризма интересно обратить внимание на такой показатель как, туристические поступления. Величина показателя туристических поступлений определяется как совокупный доход, полученный в странах назначения. Основными составляющими данного показателя являются: расходы посетителей на услуги, проживание, еду, напитки, местный транспорт, развлечения, шоппинг, приобретение сувенирной продукции.

В таблице 4 приведены данные о количестве посещений туристами и величине поступлений от туризма в расчете на одного туриста.

Таблица 4. Доход от одного туриста

		Число туристических прибытий, млн.		Поступления от 1 туриста, долл.	
		2015	2016	2015	2016
1	США	77,5	75,6	623,0	667,0
2	Китай	56,9	59,3	469,0,	464,0
3	Германия	35,0	32,0	380,0	419,0
4	Япония	19,7	24,2	655,0	405,0
5	Франция	84,5	82,6	105,0	109,0
21	Российская Федерация	21,8	24,5	78,0	65,0

\*рассчитано с использованием [3]

Данные Доклада UNWTO свидетельствуют о нестабильной тенденции показателя количества туристических посещений, в целом в мире, и в отдельных странах. Так, за 2016 год мировой туристический поток вырос в среднем на 3%.

Стабильный рост количества посещений наблюдается в таких странах как, Япония, Китай. Страны Европы и США наоборот испытывают снижение интереса со стороны туристов. Что касается Российской Федерации - количество посещений увеличилось на 11,0%.

Более интересным является показатель поступлений от туристов. При рассмотрении данного показателя по странам наблюдается обратная тенденция – при росте количества посещений снижаются поступления от одного туриста.

Обобщая вывод о результативности функционирования Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» можно утверждать об отсутствии весомых результатов.

Туристическая сфера является объектом инвестиций и финансовых вложений государства. Согласно рейтинга WTTC, лидером по величине вложений в туристическую сферу является Китай. Данным государством в 2015 году в туристическую отрасль было вложено 292,2 млн. долл. Для сравнения Российская Федерация в данном рейтинге занимает 6 место, (после Франции), с величиной финансирования 38436,0 млн. долл.

Китайская Народная Республика занимает стабильно второе место среди стран по величине прямого влияния на ВВП, по числу посещений страны туристами и величине поступлений от туристов, при этом наблюдается стабильная тенденция роста данных показателей. Считаем целесообразно изучить опыт Китая в сфере развития туристической сферы.

В Китайской Народной Республике вопросами функционирования и развития туризма занимаются ряд государственных институтов, среди которых Государственное управление по делам туризма КНР, Китайская национальная туристическая администрация (CNTA).

В 2012 г году в КНР была принята государственная программ «Программа развития национальной индустрии туризма и досуга на 2013-2020 гг.». [3,4]

Основными направлениями реализации данной программы являются следующие:

1. Внутренний туризм и цены.
2. Социальный туризм.
3. Место малых и средних предприятий во внутреннем туризме КНР.
4. Туристические ярмарки.

Проведя сравнительный анализ состояния рынка туристической отрасли и содержания Программ Российской Федерации, Китайской Народной Республики можно сформулировать ряд направлений.

1. Стимулирование, развитие и пропагандирование внутреннего туризма.
2. Администрирование рынка туристических услуг. Контроль за рынком туристических услуг, с использованием системы черных списков недобросовестных участников.
3. Ценовая политика объектов массового посещения туристами (музеи, парки, галереи, памятники и т.д.). Использование системы льготных билетов и акционных мероприятий для различных целевых аудиторий.
4. Стимулирование социального туризма. В данном направлении выделяются такие целевые группы, как школьники, пенсионеры.
5. Развитие бизнес-туризма. В данном направлении подразумевается создание благоприятного бизнес-климата в государстве и, как следствие, организация различных бизнес-форумов, ярмарок и других мероприятий, которые посещают инвесторы и участники.

По результатам анализа можно сделать выводы о наличии существенных проблем в достижении результатов развития и популяризации отечественных туристических объектов и целесообразности использования опыта стран-лидеров на туристическом рынке.

#### Список использованных источников

1. [https://www.russiatourism.ru/contents/ob\\_agentstve/podvedomstvennye-organizatsii/5541/](https://www.russiatourism.ru/contents/ob_agentstve/podvedomstvennye-organizatsii/5541/)
2. <http://www.en.cnta.gov.cn>
3. <http://media.unwto.org/ru/press-release/2013-03-25/novaya-natsionalnaya-strategiya-razvitiya-turizma-kitaya-napravlena-na-udel>
4. <http://docs.cntd.ru/document/902295121>
5. <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2013/3612015>
6. <https://knoema.ru/atlas/ranks>

УДК 338.28

**Цыбульская Л.А.,**  
к.э.н., доцент, зав.кафедрой менеджмента,  
**Христенко Л.С.,**  
Магистрант 2 курса направления  
подготовки «Юриспруденция»  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

### КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТКОЙ ОТРАСЛЬЮ КРЫМА И СЕВАСТОПОЛЯ

Система управления туризмом окружает нас все активнее. Он реализуется посредством: экономики, экологии, технологий, политики и социальной системы. Каждая из этих систем оказывает сильное воздействие на туризм, хотя они и не являются единственными. Туристская отрасль достаточно сильно зависит от внешней среды. Как следствие, можно выделить определенные связи между внешними системами и системой туризма, подсистемами субъект-туризма и объект-туризм.

Поскольку между системой туризма и внешним миром, в котором существует туризм, существуют определенные взаимосвязи, то можно утверждать, что туризм — это открытая система, которой можно и нужно управлять, используя методы и принципы современного менеджмента[1].

Многие предприятия в современном мире могут модернизироваться за счет средств, выделяемых государством, которое тогда и определяет приоритеты. Так, для Крыма и г.Севастополя одной из приоритетных

отраслей является туризм. Как показывает практика, наиболее удачными являются проекты на основе кластеризации.

Кластеры способствуют развитию конкурентных преимуществ национальной отрасли за счет сил отечественных предприятий без привлечения иностранных компаний. Организации, объединенные в кластер, "притираются" друг к другу, работают слаженно в одном направлении деятельности, развивая, таким образом, внутренний рынок и выходя на мировой уровень.

Туризм в Крыму всегда оказывал большое влияние на экономику страны, и следовательно его значение растет. По опыту других стран, в России, ввели понятие "туристический кластер" – это группа туристических компаний, которые локализованы в одном регионе для развития инфраструктуры и использующих современные технологии для ведения бизнеса. Основной задачей туристического кластера является предоставление туристических услуг с высокой конкурентоспособностью.

Управление туристическим кластером проводится управляющей компанией - это юридическое лицо (как правило, АО), осуществляющее свою деятельность на основе принципов государственно-частного партнерства, которому государство передает некоторые полномочия в управлении теми или иными экономическими зонами туристического кластера. Управляющая компания туристического кластера регулирует деятельность следующих компаний, связанных с туризмом: - туроператоры; - турагентства; - организации, оказывающие туристические услуги (отели, гостиницы, дома отдыха и т. д.). Второстепенные составляющие туристического кластера: - предприятия общепита (рестораны, кафе-бары и т.д.); - предприятия, оказывающие транспортные услуги (авиакомпания, ж/д и автоперевозки); - места торговли товарами для туристов; - места проведения досуга (парки, площадки для концертов, кинотеатры); - объекты, оказывающие услуги по сервисному обслуживанию туристического транспорта[2].

В Крыму планируется развитие шести туристических кластерных территорий с финансированием в 22,5 миллиарда рублей.

По словам министра курортов и туризма РК Елены Юрченко, средства нужно освоить до 2020 года. «Из средств из федерального бюджета планируется восстановить инфраструктуру кластерных зон, а за счёт инвесторов создать площадки размещения», — говорится в сообщении Мининформа.

За эти средства планируется развитие туризма в Бахчисарае, автотуризма и экстремальных видов спорта в Черноморском районе Крыма, событийного туризма и восстановление планерного спорта на горе Клементьева в Коктебеле, туристического кластера озера Чокрак (Ленинский район).

Также запланировано восстановление греческой усадьбы в Кара-Тобе (Сакский район) и строительство ряда объектов размещения в городе Саки [3].

Крымский полуостров в 2017 году продолжал активно принимать гостей. Так, за январь-август 2017 года в Крым отдохнуло 4087,3 тыс. туристов, что на 4,2% ниже уровня за аналогичный период прошлого года (Рис.1).



Рисунок 1 – Число прибывших в Крым отдыхающих за январь – август 2016-2017 годов, в %.

Как и ранее, предпочтения туристов были отданы Южному берегу Крыма (Рис.2), а к другим регионам можно отнести г. Симферополь, Симферопольский и Бахчисарайский районы.



## Предпочтения туристов в Крыму за январь - август 2017 года, в %



Рисунок 2 - Предпочтения туристов в Крыму за январь - август 2017 года, в %

За январь-август 2017 года в коллективных средствах размещения Крыма отдохнуло 913,6 тыс. организованных туристов. Средняя загрузка работающих средств размещения с начала года составила 40,5%, в августе – 64,6%[4].

Известно, что развития туристского кластера не может быть без развитой инфраструктуры, такой как дороги, водоснабжение, газоснабжение, теплоснабжение, связь, электричество, очистные сооружения и др. Но нельзя ограничиваться только этими основными жизнеобеспечивающими факторами. Обязательными для активного отдыха являются развитие предприятий питания и развлечений – это могут быть торгово – развлекательные центры, всесезонные крытые аквапарки, боулинги, караоке-бары, кинотеатры, тераты и др. Финансирование развития перечисленных предприятий возможно только за средства городского бюджета или инвесторов. Что в условиях санкций для Крыма является не простым. Однако, на сегодняшний день, есть ряд стран Востока, готовых, не смотря на санкции, инвестировать в средний и малый бизнес свои средства. Как показали три года нахождения в России, туристы из регионов Российской Федерации привыкли к высокому уровню обслуживания и активному отдыху. Очень часто такие отдыхающие останавливаются в достаточно дорогих отелях, берут машину на прокат и посещают сразу несколько городов. Соответственно и требования предъявляются и инфраструктуре региона в целом. Поэтому проблему инфраструктуры необходимо решать комплексно. Действенным механизмом для развития туристских кластеров станет в 2018 году запуск Крымского моста и трассы Таврида. Но для активного приема туристов во всех городах нужно максимально модернизировать городскую инфраструктуру. Управление в решении данных вопросов будет носить также комплексный характер: взаимодействие нескольких Министерств и Департаментов, ГУПов и предприятий, городских и районных администраций и др. Чтобы эта система работала, необходимо определить Программу мероприятий и назначить ответственных, определить контрольные сроки и четкий алгоритм выполнения поставленных задач. Только комплексное решение позволит сформировать туристские кластеры в Крыму и городе Севастополе.

### Список использованных источников:

1. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. — Мн.: БГЭУ, 1999. - 644 с. ISBN 985-426-134-4.
2. Новостной канал SYL.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.syl.ru/article/97223/chtotakoe-klaster-i-dlya-chego-on-nujen> (Дата обращения 27.09.2017г.)
3. Новости Севастополя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://news.sevas.com/crimea/turisticheskie\\_klastery\\_v\\_krymu](http://news.sevas.com/crimea/turisticheskie_klastery_v_krymu) (Дата обращения 27.09.2017г.)
4. Министерство курортов и туризма Крыма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/01.09.2017\(4\).pdf](http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/01.09.2017(4).pdf) (Дата обращения 27.09.2017г.)

**РОЛЬ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО  
ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**Чеглазова М.Е. Роль этнокультурной составляющей в формировании регионального туристского продукта Республики Крым.** В работе проведено исследование современного состояния туристского рынка Крыма и определены перспективы развития этнокультурного туризма в Крыму. Подчеркивается важность этнокультурного направления для развития внутреннего туризма в Российской Федерации.

**Cheglazova M. E. The role of ethno-cultural component in the formation of a regional tourist product of the Republic of Crimea.** This paper presents a study of the current status of the tourist market of the Crimea and the prospects for development of ethnic and cultural tourism in Crimea. Stresses the importance of ethnic and cultural direction for the development of domestic tourism in the Russian Federation.

**Ключевые слова:** туризм, туристская сфера, культурно-познавательный туризм, этнологический туризм, туристский продукт, туроператор, Республика Крым.

**Key words:** tourism, tourism sector, cultural tourism, ethnological tourism, tourist product, the tour operator, the Republic of Crimea.

**Постановка проблемы.** Ежегодно все большую популярность приобретают культурно-познавательные и туристско-экскурсионные туры, так как у путешественников есть потребность расширить свой кругозор и познакомиться с культурой и обычаями других народов. Подтверждением этому является и Крымский регион, знаменитый памятниками архитектуры, дворцами, музеями, церквями, монастырями и другими достопримечательностями, которые связаны с этническими группами, проживающими на территории полуострова.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Изучением этнокультурного, этнического и этнографического туризма занимались такие авторы как Бутузов А.Г., Воронкова Л.П., Малова, Н.А. и другие [3]. Анализ рынка туристических услуг показывает, что одним из популярных направлений отдыха являются туристско-экскурсионные туры. Однако среди множества предложений практически отсутствуют туры, ориентированные на ознакомление с этническими особенностями Крыма. А ведь на территории полуострова проживали и проживают до сих пор представители 125 народов. По данным, самыми многочисленными народами, проживающими на территории полуострова являются русские (58%), украинцы (24%), крымские татары (232 тыс. человек), белорусы (1%), армяне (15 тыс. человек). Также на территории Республики Крым проживают такие народы, как греки, немцы, выходцы из Швейцарии, поляки, цыгане, грузины, евреи, корейцы, узбеки, караимы, башкиры, осетины, арабы, казахи, итальянцы, азербайджанцы и другие [1,2].

Многодневные групповые туры предлагают такие турфирмы, как ГК «Кандагар», ООО «Солнечный Крым», ООО "Туроператор СНП-Крым", ООО «Тур Этно», ООО «Крымтурбюро на Москольце», ООО «Библио Глобус» и другие турпредприятия. Представленные туроператоры позиционируют самые разнообразные экскурсионные туры по Республике Крым, однако как правило, к показу туристам предлагаются наиболее известные достопримечательности региона, например, такие как: замок «Ласточкино гнездо», Форосская церковь, Ливадийский дворец, Воронцовский дворец-музей, дворец Александра III в Массандре, дача-музей А.П. Чехова, Никитский ботанический сад на южном берегу Крыма; Ханский дворец Бахчисарая; Генуэзская крепость, тропа Голицына, грот Шаляпина, дом-музей М. Волошина на побережье юго-восточного Крыма; Графская пристань, площадь Нахимова, мемориал Героической обороны Севастополя 1941-1942 гг., памятник А.И. Казарскому, Приморский бульвар, памятник Затопленным кораблям, историко-археологический заповедник «Херсонес Таврический» в Севастополе.

Так, ГК «Кандагар» предлагает следующие туристско-экскурсионные туры: Гранд Тур «Крымская кругосветка» на 5 дней / 4 ночи – 14000 руб за человека, на 7 дней / 6 ночей – 22600 руб за человека; «Весь Крым» на 7 дней / 6 ночей – 27000 руб за человека; «7 вершин Крыма» на 9 дней / 8 ночей – 37000 руб за человека; «Активный тур Горы-Море» на 8 дней / 7 ночей – 22000 руб за человека и др.

ООО «Солнечный Крым» - «Крымская кругосветка» на 8 дней / 7 ночей – 22000 руб за человека; «Палитра вкусов Крыма» на 8 дней / 7 ночей – 37791 руб за человека; «Крым – полуостров открытый» на 6 дней / 5 ночей – 19500 руб за человека; «Весь Крым» на 7 дней / 6 ночей – 26190 руб за человека; «Севастопольский бриз» на 2 дня / 1 ночь – 2478 руб за человека.

ООО «Тур Этно» - «Крымское путешествие» на 7 дней / 6 ночей – 24500 руб за человека; «Крымские Этюды» на 6 дней / 5 ночей – 19100 руб за человека; «Пещера тавров. Врата сакрального пространства» на 3 дня / 2 ночи – 14200 руб за человека; «Крымские каникулы» на 3 дня / 2 ночи – 8600 руб за человека и др.

ООО «Туроператор СНП-Крым» - «Весь Крым» на 7 дней / 6 ночей – 27000 руб за человека; «7 вершин Крыма» на 9 дней / 8 ночей – 37000 руб за человека; Гранд Тур «Крымская кругосветка» на 8 дней / 7 ночей – 33100 руб за человека; «Крымская кругосветка – 2» на 6 дней / 5 ночей – 24500 руб за человека и др.

ООО «Библио Глобус» - «Крым от древности до наших дней» на 7 дней / 6 ночей – 20971 руб за человека.

ООО «Крымтурбюро на Москольце» - «Золотое кольцо Юга России – Крым. Страны полуденной волшебные края» на 7 дней / 6 ночей – 21765 руб за человека; «Знаешь ли, друг, о Крыме? Как он хорош собой!» на 4 дня / 3 ночи – 21550 руб за человека; «Романтика Крымских гор» на 4 дня / 3 ночи – 20500 руб за человека; «Царская семья Романовых в Крыму» на 4 дня / 3 ночи – 19950 руб за человека; «Этно-гастрономический тур Калейдоскоп народов и культур» на 4 дня / 3 ночи – 22450 руб за человека и др.

Анализ «Этно-гастрономического тура Калейдоскоп народов и культур» предлагаемый ООО «Крымтурбюро на Москольце», продолжительностью 4 дня / 3 ночи показывает, что тематикой тура выступает культура, традиции и кухня народов Крыма. Целью формирования данного туристского продукта является ознакомление с традициями, многонациональной культурой и особенностями национальной кухни народов, проживающих в Крыму. Экскурсионный тур начинается в г. Симферополь. В ходе тура посещаются такие объекты, как мечеть Кебир-Джами, караимская кенасса, памятник братьям Айвазовским, памятник Святителю Луке, памятник А.С. Суворову, обелиск Василию Долгорукому, собор Святого Александра Невского, памятник Сергию Радонежскому, Памятник Танку Т-34, Этнографический музей, ресторан «Верста», Свято-Троицкого собор (бывшая греческая церковь), музей Святителя Луки, фонтан грека Савопуло, народный центр культуры фракийских греков, Церковь Святых Елены и Константина, Священный источник «Яйзма», церковь Святого Николая, усадьба Гартенталь, храм IV в. Иконы Знамение Божьей Матери (бывшая армянская церковь Святой Нины), монастырь Сурб-Хач, картинная галерея имени И.К. Айвазовского, могила братьев Айвазовских в ограде церкви Святого Саркиса, Фонтан Айвазовского, мечеть города Кебир-Джами, памятники истории и археологии с древнейших времён – склоны Внутренней гряды, Скифские и сарматские курганы, Бахчисарайского историко-культурного музей-резиденция Крымских ханов, мавзолей Джанике-Ханым и мусульманское кладбище.

**Выделение нерешенной проблемы.** Таким образом, можно сделать вывод, что на туристском рынке Крыма существует свободная ниша. Формирование туристского продукта на базе этнических особенностей может снискать своих почитателей и приобрести определенную популярность. На наш взгляд данное направление можно разнообразить включив как объект изучения армянскую диаспору Крыма.

**Цель статьи.** Определить особенности проектирования туров этнокультурной направленности в Крыму. Объектом данного исследования является историко-культурное пространство и его проектирование, а предметом – особенности проектирования этнокультурного туризма Крыма, на примере армянской диаспоры.

**Изложение основного материала.** С начала XIV века армянские поселенцы развертывают в Крыму активную строительную деятельность. Согласно памятной записи одной армянской рукописи Крыма начала XIV века, уже в то время существовал близ Кафы армянский монастырь Гамчак, при котором была построена купольная церковь. В Кафе имелись армянские школы, десятки церквей, банки, торговые дома, караван-сарай, ремесленные цеха и др. Город был одним из духовных центров крымских армян, столь известным и важным, что в 1438 году кафским армянам было предложено послать своих представителей на Флорентийский вселенский собор. Вторым по многочисленности армянского населения городом после Кафы в XIV—XV веках был Сурхат. Имя Сурхат, вероятно, является искаженной формой названия армянского монастыря Сурб-Хач (Святой Крест), основанного в 1358 году в лесу недалеко от города Старый Крым. Там было много армянских церквей, школ, кварталов. Одно из крупных армянских поселений XII—XV вв. находилось в Судаке. До последней четверти XV века вблизи монастыря Сурб-Хач существовал небольшой армянский город Казарат. Армянские князья держали там войска и на договорных началах защищали Кафу.

Общественная жизнь крымских армян особенно оживилась в конце XIX и начале XX века. В числе многих общественных организаций особенно заметна деятельность церковных попечительств, существовавших почти во всех армянских поселениях Крыма. Состоятельные армяне и церковь старались «поднять» нацию на уровень современной цивилизации, а также осуществить благотворительные мероприятия.

В каждой культуре каждого народа существует особенность, которая больше нигде не присутствует, и эта особенность становится символом всей национальной культуры. У армянского народа это «хачкары» – так называемые «крест – камни». Эти памятники Армении ни в какой культуре больше не встречаются. Слово «хачкар» образуется из двух армянских корней: «хач», что означает «крест» и «кар», что означает «камень». То есть крест из камня. Хачкары начали резать сразу после того, как Армения приняла христианство, как государственную религию (начало IV века). Там, где должны были быть построены монастыри и церкви, устанавливали кресты из дерева. Но так как дерево недолговечно, быстро портилось и ломалось, поэтому хачкары стали вырезать из камня. В центральной части любого хачкара виден крест подобно распустившийся дереву или цветку – это символ новой, вечной жизни. Над крестом изображают

символы, которые общие для всех христианских вероисповеданий, четыре евангелистов – орла, льва, быка и ангела. Но эти символы у армян означают и четыре начала мира – огонь, вода, воздух и земля. А мастеров, которые создают хачкары, называют варпетамы. В хачкарах присутствует дух великого армянского народа.

У армянского народа бытовыми занятиями с древних времен и по сей день является ткачество, ковроткачество, кружевоплетение, ювелирная техника, создание и украшение домашней обстановки. Со временем развиваясь, эти народные занятия, переросли в национальное декоративно-прикладное искусство, которое наиболее распространен и доступен широкой публике. Ковроделом считается одним из древнейших ремесел, которые освоили армяне. Ковры один из самых необходимых предметов в быту армянского народа. Ими покрывали столы, сундуки, постели и сиденья. Также ковры служили завесами дверных проёмов, алтарей в храмах. Но древнейшей ветвью армянского прикладного искусства является мастерство золотого и серебряного дела, которое связано с художественной обработкой данных благородных металлов. Также армяне занимаются виноделием и изготовлением коньяка. Первые образцы национальной живописи можно увидеть в Гарни и других храмах, на памятниках Эчмиадзина. Стены и полы в храмах покрыты удивительными орнаментами, которые сохранились и до наших дней. Изображены были разнообразные животные, растения, сюжеты, которые связаны с христианской религией. Параллельно с живописью брала своё начало и развитие иконопись. Также распространяется стенная роспись в XVII – XVIII веках, появляется новый вид искусства – станковая живопись. Иван (Ованес) Айвазовский (Айвазян) был великим художником-маринистом, творчество которого принадлежит мировой культуре, но прежде всего культурам двух народов – русского и армянского [4].

Самым значительным и самым крупным из армянских памятников Крыма является Монастырь Сурб Хач (Святой Крест). Внешне постройка монастыря с возвышающейся над ней дозорной башней напоминает скорее крепость. Престольный Сурб-Хач служил резиденцией армянских епископов, которые в средние века имели огромное влияние на жизнь всей крымской общины. Расположенный в 3-х км южнее Старого Крыма, среди буковых и дубовых лесов, монастырь был не только религиозным центром, но и центром армянской культуры. В его стенах на протяжении многих веков развивались науки – философия, история, каллиграфия, а также создавались удивительные по красоте шедевры армянской художественной миниатюры. И все же основой монастыря, его центром притяжения всегда был его Храм Сурб Ншан (Святого Знамени). Это самое древнее сооружение не только на территории этой обители, но и одна из наиболее старых армянских построек в Крыму.

Монастырский храм наследует многие черты традиционного церковного армянского зодчества и все же его черты отмечены многими особенными и оригинальными. После переселения армян на Дон в 1778г. Сурб Хач потерял свое прежнее значение, но он оставался Монастырем и помимо выполнения духовных функций, содержал и обслуживал довольно большое хозяйство. На его обустроенной территории размещались фруктовые сады, огороды, пасека, мастерские, а также небольшая гостиница для паломников.

#### **Выводы и предложения.**

Также на территории Крыма есть ряд других достопримечательностей, связанных с культурой и историей армянского народа, которые можно предложить для ознакомления в ходе разрабатываемого нами туристско-экскурсионного тура по Республике Крым – «Культура армян в Крыму». Продолжительность тура – 6 дней, 5 ночей, по способу передвижения автобусный тур, протяженность маршрута 710 км.

В ходе тура можно будет ознакомиться с такими объектами, как: Крымский этнографический музей в г. Симферополь; историко-краеведческий музей г. Армянска; провести обзорную экскурсию по Перекопскому валу и крепости Ор-Капу; посетить армянскую церковь Св. Никогайоса (Армяно-григорианская церковь св. Николая); церковь Святой Рипсиме в г. Ялта; армянскую церковь Св. Архангелов Михаила и Гавриила; феодосийскую галерею им. И.К. Айвазовского; фонтан Айвазовского; монастырь «Сурб Хач» в Старом Крыму; монастырь «Сурб Степанос» в Старом Крыму; армянскую пещерную церковь на горе Бор-Кая Белогорского района; церковь святого Ильи «Сурб Егия» в селе Богатое. Ориентировочная себестоимость такого экскурсионного тура на одного туриста составляет около 9 800 рублей на одного человека, в том числе 6 300 рублей – размещение, 2900 рублей – транспортные расходы, 300 рублей – экскурсионные услуги, 300 рублей – страхование.

Итак, в настоящее время на туристском рынке Крыма предлагаются схожие туристско-экскурсионные программы. Из них незначительный процент ориентирован на изучение этнокультурных особенностей, проживающих здесь народов, том числе армянского. Поэтому считаем целесообразным разработать индивидуальный и уникальный тур, раскрывающий культурные особенности армянского народа, основной целью которого станет посещение этнографических объектов для познания культуры, архитектуры, быта и традиций армянского народа, проживающего в настоящее время на территории Республики Крым.

#### **Список использованных источников:**

1. Бутузов А.Г. Этнокультурный туризм: учебное пособие. - М.:КНОРУС, 2013. - 248 с.
2. Воронкова Л.П. Современное состояние и перспективы развития этнографического туризма / Л.П. Воронкова – МАКС Пресс Москва, 2011. – 76 с.

3. Малова, Н.А. Этнический туризм: проблемы, тенденции, перспективы / Н.А. Малова // Туризм и культурное наследие, Саратов. – 2012. - №2. - С. 14-16
4. Малышева Н.В., Волощук Н.Н. Крым. Соцветие национальных культур. Традиции, обычаи, праздники, обряды. - Симферополь: Бизнес-информ, 2003.- 392 с.

УДК 913

**Шарова И.С.**, к.г.н., доцент  
ФГБОУ «Астраханский государственный университет» г. Астрахань  
**Шведова И.Н.**, ст. преподаватель  
ФГБОУ «Астраханский государственный университет» г. Астрахань

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ QR-КОДОВ В ТУРИСТИЧЕСКОМ КЛАСТОРЕ АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА.

**Шарова И.С., Шведова И.Н. Использование QR-кодов в туристическом кластере Астраханского региона.** В работе рассматривается перспектива применения информационных технологий в туристической сфере Астраханской области.

**Sharova I.S., Shvedova I.N. Using QR-codes in the tourist cluster of the Astrakhan region.** The paper considers the perspective application of information technologies in the tourist sphere of the Astrakhan region

**Ключевые слова:** туризм, Астраханская область, турист, информационные технологии, QR-код.

Информативные технологические процессы становятся одним с основных компонентов концепции управления предприятием сферы обслуживания. В настоящее время информационные, технологические процессы применяются в области общественно-культурного обслуживания и туризма весьма обширно. Одной из набирающей популярность технологией является QR-коды. QR-код — квадратная картинка, в которую закодирована какая-то информация.

Это может быть обычный текст, адрес в интернете, телефон, координаты какого-либо места или даже целая визитная карточка. Их специальный вид облегчает чтение заложенных данных с помощью современных мобильных телефонов оснащенных камерами. Достаточно навести камеру телефона на код и тут же получить доступ к его содержанию.

QR-коды (от Quick Response — с английского «быстрая реакция», «быстрый отклик») были разработаны в 1994 году японской компанией Denso Wave. С широким распространением достаточно мощных мобильных телефонов, оснащенных встроенными камерами, QR-коды начали своё широкое распространение по всему миру и во всех сферах деятельности. [3]

Сфера туризма, охватывающая транспортные коммуникации, памятники истории, культурные ценности, гостиничный бизнес и множество сопроводительных услуг уже активно использует QR-коды.

В транспортных сообщениях QR -коды очень быстро прижились. QR-коды обеспечивают пассажиров актуальной информацией, которая может меняться по мере необходимости, т.к. в коде может располагаться ссылка на страницу интернет-сайта с последней информацией о маршруте. Коды наносят на удобные для считывания места, на вокзалах, в аэропортах, автобусных станциях, транспортных компаниях и т.д. QR-коды обходятся дешевле информационных табло и предоставляют в разы большее количество информации. [3]

Более того, помимо QR-кодов, используемых для информирования пассажиров, появляются решения, позволяющие избавиться от бумажных билетов вообще. Для этого достаточно виртуально купить билет, к примеру, со счета мобильного телефона – отправив SMS. А персонализированный QR-код на экране вашего смартфона дать считать контроллеру. Преимущества налицо, не нужно стоять в очереди в кассу или к билетному автомату, плюс экономия материалов для изготовления билетов. [2]

Небольшие рестораны и кафе, которые всегда рады обслужить туристов, используют различные маркетинговые приемы для привлечения внимания.

К примеру, они могут воспользоваться проектом от Google Maps под названием Google's Favorite Place. Этот проект уже объединил более 100 000 владельцев мелкого бизнеса, таких как кафе, пабы или небольшие рестораны для рекламы их услуг. Каждый, кто отсканирует QR-код с такой таблички, перейдет на мобильную страницу сервиса Google, где сможет почитать отзывы и обзоры и посмотреть необходимую информацию.[1]

Современный сервис, позволяющий привлекать большое количество клиентов. QR-меню – это виртуальное меню вашего заведения, доступное через мобильный телефон (смартфон). Потенциальный клиент сканирует QR-код мобильного сайта ресторана, в одноименном разделе которого может ознакомиться с меню. Таким образом, клиент может заказать блюдо еще до своего визита, сэкономив массу времени. Заинтересованный клиент может даже просмотреть видеоролик о том, как готовится выбранное кушанье. Учтивый «мобильный» официант порекомендует напитки к выбранным блюдам, исходя из предпочтений клиента. Также, распространение

получают такие сервисы как QR-меню. На входе кафе можно отсканировать QR-код меню и не ждать, пока официант его принесет.[3]

Во многих городах включенных в туристические маршруты повсеместно используются QR-коды. Коды размещаются на памятниках истории и достопримечательностях. Активно используются QR-коды в музеях. С помощью этой технологии посетитель может получить гораздо более интересную и насыщенную информацию, чем текст и дополнительные иллюстрации. На своем мобильном устройстве посетитель может прослушать лекцию, посмотреть видеофрагмент или круговую панораму, и все это совершенно бесплатно, поскольку информация находится в локальной сети музея.[1]

Все больше появляются экскурсионные маршруты с использованием QR-кодов, которые размещены на различных достопримечательностях города. При считывании кода с помощью смартфонов можно перейти на соответствующую страницу мобильного портала, где размещена информация о здании или событии, связанном с его историей. Объекты объединяют в тематические маршруты с целью постепенного изучения истории города и связанные с ним достопримечательности.[6]

Рынок QR-кодов в Астрахани очень перспективен. Наша область входит в число наиболее привлекательных в интересах туристов регионов. Каждый год в Астрахань прибывают сотни тысячи путешественников. И им иногда сложно ориентироваться в огромном городе. Поэтому сейчас в Астрахани планируется нанесение QR-кодом на все здания города для получения необходимой информации о том, что находится внутри здания. Большое внимание также уделяется внедрению справочных QR-кодов, благодаря которым можно получить нужную информацию. И самым важным являются QR-коды на памятниках истории и архитектуры, музеях и просто интересных местах. [6]

В 2013 году региональное министерство культуры и Астраханский музей-заповедник представили проект «Зеленая стрела». Это пешеходный маршрут по центральной части города Астрахани, который объединяет в себе культурные, архитектурные и административные объекты, музеи города – от Пречистенских ворот Астраханского кремля до армянского креста Хачкар. Зеленые стрелки-указатели на тротуаре показывают направление движения по маршруту, а на каждом историко-культурном объекте размещена табличка со специальным QR-кодом. Губернатор области Александр Жилкин первым прошелся по маршруту «Зеленая стрела» и лично проверил работу QR-кодов. [5]

Использование QR-кодов в повседневной жизни открывает новые возможности, создавая еще одну связь между виртуальностью и реальностью.

#### Список использованных источников:

1. Google Maps Help [Электронный ресурс] <https://support.google.com/maps> (Дата обращения: 26.09.2017)
2. QRКод – Генератор [Электронный ресурс] <http://ru.qr-code-generator.com> (Дата обращения: 12.09.2017)
3. Википедия - Свободная библиотека [Электронный ресурс] <https://ru.wikipedia.org/> (Дата обращения: 12.09.2017)
4. Джумалиева Г.Т. Географические информационные системы в оценке туристско-рекреационного потенциала Астраханской области / Джумалиева Г.Т., Ильманбетова Е.Б., Шарова И.С. // В сборнике: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕОГРАФИИ Межвузовский сборник научных статей. Астрахань, 2017. С. 43-46.
5. Сайт Астраханского государственного объединенного историко-архитектурного музея – заповедника [Электронный ресурс] <http://astrakhan-musei.ru> (Дата обращения: 12.09.2017)
6. Сайт правительства Астраханской области [Электронный ресурс] <http://www.astrobl.ru/government> (Дата обращения: 23.09.2017)

УДК006.015.8:338.48

**Шахова Е.С.**, обучающаяся 3 курса бакалавриата  
направления подготовки «Стандартизация и метрология»  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»  
**Белая М.Н.**, к.т.н., доцент,  
доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством»  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»  
г.Севастополь, Российская Федерация

#### ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НА ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА

**Белая М.Н., Шахова Е.С.** Техническое регулирование на туристских предприятиях региона. В данной работе рассмотрены особенности технического регулирования на туристских предприятиях Южного федерального округа. Проведен анализ технических регламентов, регламентирующих обязательные требования, область применения которых связана с типом туризма в округе.

**Belaya M.N., Shakhova E.S.,** **Technical regulation at the tourist enterprises of the region.** In this paper, the features of the Southern Federal District, their influence on the tourist industry of the region are considered. The analysis of technical regulations of the Customs Union, the scope of which is related to the type of tourism in the district.

**Ключевые слова:** туристский продукт, техническое регулирование, объекты технического регулирования, технический регламент

**Постановка проблемы.** Южный федеральный округ (ЮФО) в плане туристской деятельности имеет свои особенности. Это связано, прежде всего, с климатом и его географическим расположением. Например, из всех российских федеральных округов, ЮФО является самым теплым, с наиболее мягким и благоприятным климатом. Одной из самых весомых особенностей данного округа является наличие выходов к Черному, Каспийскому и Азовскому морям, что оказывает положительное влияние на развитие туристической инфраструктуры региона. Благодаря этому здесь в большей степени распространены курортный и санаторно-курортный туризм, то есть тот, который включает в себя возможность круглогодичного оздоровления. Наряду с этим в ЮФО также доступны и многие другие виды отдыха: культурный туризм, горный туризм, водные и пешие походы, активный отдых и экстремальный туризм. Наличие столь богатой базы и таких значимых особенностей у региона обеспечивает ему первенство среди других округов по возможностям предоставления и многообразию услуг.

**Изложение основного материала исследования.** Однако туризм следует рассматривать не только как единую сферу экономики, но и как совокупность тесно взаимосвязанных отраслей: организация транспорта, размещение (гостиницы и иные средства размещения), объекты общественного питания, а также средства развлечений. Эту совокупность можно охарактеризовать как «туристский продукт». В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» содержится определение данного термина [1]: «туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта». Также понятие туристского продукта включает в себя комплекс различных товаров и работ – всего, что является необходимым для удовлетворения потребностей туриста в рамках его тура. Помимо основных услуг туристского продукта, которые входят в туристский пакет, существуют дополнительные услуги. Они не предусмотрены туром и их стоимость не входит в общую стоимость путевки, но турист может приобрести их по собственному желанию. К дополнительным услугам туристского продукта могут относиться, например, дополнительное питание, развлечения, прокат, бытовое обслуживание, пользование услугами переводчика, трансфер. В целом, можно выделить четыре компонента туристского продукта: транспорт, размещение, питание и досуг.

Необходимый уровень качества предоставления услуги возможен благодаря выполнению требований, предусмотренных в нормативных документах. Так как сфера туризма многогранна, то есть включает множество различных типов услуг, то регламентировать требования к ней с помощью только одного документа не представляется возможным. Поэтому в данной работе будут рассмотрены документы, устанавливающие обязательные требования к компонентам туристского продукта. Установление требований и контроль их выполнения обеспечивает достижение безопасности товаров и услуг любой отрасли. Это и является главной целью технического регулирования. Техническое регулирование-правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции или к связанным с ними процессам, а также в области установления и применения на добровольной основе требований к продукции или оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия [2]. Обязательные для применения и исполнения требования к продукции, процессам и услугам закреплены в технических регламентах (ТР). В настоящее время действует ряд ТР, область применения которых косвенно связана с туристской деятельностью, но являются обязательными для применения [3-9].

**Вывод.** Проведя анализ ТР ТС [3-9], можно сделать вывод, что данные документы направлены на достижение защиты жизни и здоровья граждан, имущества, охрану окружающей среды, а также предупреждения действий, вводящих в заблуждение приобретателя (потребителя, пользователя). Также, соблюдение всех требований, относящихся к туристской деятельности, оказывает стимулирующее влияние на развитие иных секторов экономики, прямо или косвенно взаимодействующих с самой сферой туризма.

#### **Список использованных источников:**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: [Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ], [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/).
2. О техническом регулировании: [Федеральный закон от 27.12.2002 г. № 184 - ФЗ], [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/).
3. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» № ТР ТС 021/2011, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902320560>.
4. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» № ТР ТС 027/2012, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902352823>.
5. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности колесных транспортных средств» № ТР ТС 018/2011, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902320557>.
6. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности маломерных судов» № ТР ТС 026/2012, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902352820>.

7. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мебельной продукции» № ТР ТС 025/2012, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902352816>.

8. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности лифтов» № ТР ТС 011/2011, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902307835>.

9. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пиротехнических изделий» № ТР ТС 006/2011, [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902299524>

УДК 379.857

Шушпанова Ю.Д., обучающаяся 1 курса магистратуры  
направления подготовки «Туризм»,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

Парубец О.В., к.геогр.н., ст.преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

### СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ НА ПРИМЕРЕ ПАРУСНОЙ РЕГАТЫ «ПАРУСНАЯ НЕДЕЛЯ СЕВАСТОПОЛЯ»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Парубец О.В., Шушпанова Ю.Д. Событийный туризм на примере парусной регаты «Парусная неделя Севастополя»: проблемы и перспективы развития.** Статья посвящена анализу влияния проведения парусной регаты на развитие событийного туризма г. Севастополя. В данной статье дано понятие событийного туризма, рассмотрен данный вид туризма в российской туристической отрасли и туристической отрасли г. Севастополя. На примере ежегодного события под названием парусная регата «Парусная неделя Севастополя» определен полученный эффект для туристической отрасли г. Севастополя.

**Parubets O.V., Shushpanova Yu.D. Event tourism on the example of the sailing regatta «Sailing week in Sevastopol»: problems and prospects.** The article is devoted to the analysis of the influence of the sailing regatta on the development of event tourism in the city of Sevastopol. In this article we will get acquainted with the concept of event tourism, we will study the share of this type of tourism in the Russian tourist industry and the tourist industry of Sevastopol. On the example of the annual event called the sailing regatta «Sailing week in Sevastopol» we will study the obtained effect for the tourist industry of Sevastopol.

**Ключевые слова:** событийный туризм, парусная регата «Парусная неделя Севастополя», туристическая отрасль.

**Постановка проблемы.** Событийный туризм в г. Севастополе находится в стадии развития. Невозможность проведения подобного мероприятия в г.Севастополе на международном уровне с привлечением спортсменов из разных стран, слабая развитость инфраструктуры, необходимой для проведения подобных мероприятий, низкий уровень освещения мероприятия в СМИ – это те проблемы, с которыми часто сталкиваются организаторы событийных мероприятий.

**Цель статьи** – изучить влияние событийного туризма на туристическую отрасль города на примере парусной регаты «Парусная неделя Севастополя».

Событийный туризм – это вид туризма, поездки при котором приурочены к каким-либо событиям. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д. Примеры событий, вызывающих всплеск событийного туризма: Олимпиады, чемпионаты мира по футболу, рок-фестивали, кинофестивали, карнавалы, экономические форумы, авиасалоны [1]. Событийный туризм – одно из самых перспективных и активно развивающихся направлений в туризме, доля данного вида туризма на рынке туристских услуг ежегодно растет. Современных любителей путешествий, как и любых других потребителей, все больше интересуют не традиционные достопримечательности, а то, чем живет сама страна, какие мероприятия на ее территории проводят, каков ее стиль и ритм жизни.

В последние годы большие спортивные, культурные, деловые события переформировались в важный элемент государственной политики. Многие страны, в том числе и Российская Федерация, активно борются за возможность проводить у себя различные мероприятия всемирного масштаба. Страны включают эти крупные события в свою стратегию экономического развития, решая за счёт них сразу несколько задач, включая обновление инфраструктуры, продвижение на мировом уровне, привлечение туристов и инвесторов.

В России, по данным Всемирной туристской организация UNWTO наблюдается увеличение темпа роста популярности событийного туризма и общее развитие инфраструктуры. В 2013 году Россия попала в топ-10 самых популярных стран для событийного туризма [2].

Однако как видно из данных диаграммы 1 доля событийного туризма ничтожно мала, что определяет импульс для развития данного вида туризма.



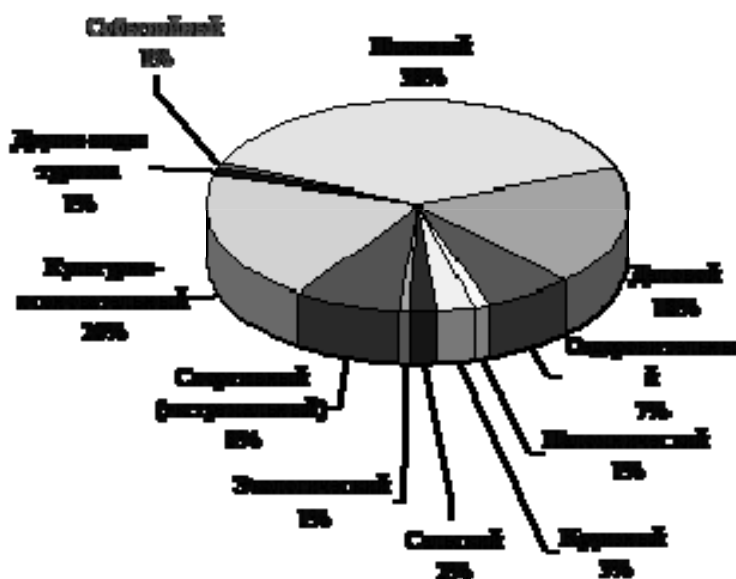


Рисунок 1 – Виды туризма и их доля на российском рынке

На основе данных диаграммы 2 видно, что из проводимых мероприятий лишь около 6% событий получают широкую известность, остальные теряются либо на региональном уровне, либо среди узкого круга профессионалов [2]. Что еще раз подтверждает необходимость самым широким образом освещать подобные события в сети Интернет и в СМИ.

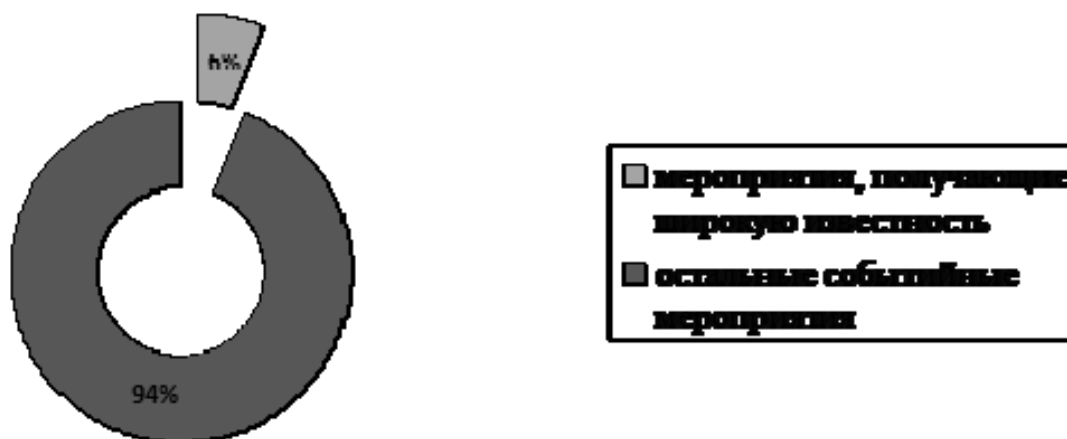


Рисунок 2 – Доля событийных мероприятий, реализуемых в России, %

На примере ежегодного события «Парусная неделя Севастополя» была изучена структура. Регата (итал. regata, от rigo – ряд, линия; стартовая линия) – крупное, обычно традиционное, соревнование по парусному или гребному спорту, состоящее из серии гонок для судов разных классов (иногда регатой называют соревнования по водно-моторному спорту или соревнования радиоуправляемых яхт). Одной из первых известных регат была состоявшаяся в 1740 году Венецианская регата гондольеров. С середины XIX в. регаты по парусному и гребному спорту стали проводиться в Великобритании, Франции, Германии, Италии, Испании, Швейцарии, Бельгии, с конца XIX – начала XX вв. – в скандинавских странах, России, США, Канаде, странах Латинской Америки и др. [3].

Рассматриваемый проект начался в 2013 г. с идеи возрождения детского парусного спорта в городе, который ещё с советских времён считался базой подготовки профессиональных яхтсменов. В процессе обсуждения проблемы сформировалось понимание, что это должно быть не узко спортивным мероприятием, а событием, интересным как профессионалам, так и любителям, как самим севастопольцам, так и тем, кто приезжает открыть для себя заново этот город, история которого неразрывно связана с морем, с флотом, с парусами [4]. Несмотря на изменения политической, и экономической ситуации нового региона Российской Федерации – города Севастополя, проект привлекает не только российских, но и иностранных туристов.

В 2016 г. в четвёртый раз прошла «Парусная неделя Севастополя», традиционно начинавшаяся парадом яхт в Большой севастопольской бухте. В течение недели проводились не только парусные гонки, но и в дневное и вечернее время проходили выступления творческих коллективов разных направлений: джаз-банды, рок-группы, симфонического оркестра, – флеш-мобы, выставки картин художников-маринистов, интерактивные игры с морской тематикой, мастер-классы по водным видам спорта. Фестиваль «Парусная неделя Севастополя – 2017» с 23 по 27 августа пройдет в бухте Круглая (Омега) и на набережной яхт-клуба «Юг». Участников и посетителей ждут большие парусные гонки, соревнования флайбордистов и аквабайкеров, световое шоу на воде, «пиратские вечеринки», интерактивные программы и конкурсы.

Как сообщили турпортал организаторы фестиваля, в полдень 23 августа фестиваль откроют большие Севастопольские гонки среди детских и олимпийских классов в бухте Омега.

«В 19.00 на набережной яхт-клуба «Юг» начнется «Пиратская вечеринка» и концертная программа, – отметили организаторы. – На следующий день гонки стартуют в это же время, после чего, в 19.00 состоится награждение победителей и детская концертная программа».

Следующий фестивальный день начнется в 11 утра чемпионатом по аквабайку. В 17.30 состоится шоу на воде и массовый взлет флайбордистов над бухтой, а также церемония награждения победителей чемпионата.

«С 19.30 гостей и участников фестиваля ждет танцевальный мастер-класс, дефиле и вальс яхт, концертная программа», – добавили организаторы.

Программа 26 августа стартует с чемпионата по флайборду с 11.00 до 12.30 с продолжением с 13.30 до 16.00. В 12.00 пройдут большие гонки среди крейсерских классов, с 19.00 – показ «фитнес-бикини», концертная программа, шоу на воде с участием флайбордистов и аквабайкеров, в завершении праздничный фейерверк.

Заключительный фестивальный день с 12.00 до 16.00 продолжат большие гонки среди крейсерских классов яхт с церемонией награждения участников. В 20.00 «Пиратская вечеринка» закроет фестиваль «Парусная неделя Севастополя – 2017» на набережной яхт-клуба «Юг» в районе парка Победы. Вход на все мероприятия для зрителей свободный [5].

Полученный эффект:

1. Мероприятие стало ежегодным, событием конца лета и внесено в национальный календарь событий.
2. Фестиваль «Парусная неделя Севастополя» признан Лучшим событием в области туризма на региональном конкурсе Национальной премии RussianEventAwards.
3. Массовое увеличение численности спортсменов любителей парусного спорта, а самое главное детей, нашей будущей олимпийской надежды.
4. Несколько десятков брендов увеличили свою лояльность, а некоторые познакомились со своей аудиторией впервые.
5. Количество участников в 2016 г. составило 350 человек, на 2017 год заявлено 470. В 2017 г. во время парусной недели Севастополя будет проведен официальный чемпионат России по парусному спорту.

**Перспективы развития событийного туризма.** Данный вид туризма может сыграть значимую роль в общем развитии туристической отрасли г. Севастополя. Именно поэтому развитие данного вида туризма заслуживает особого внимания. Изучив проблемы развития событийного туризма как отдельной отрасли туризма на примере ежегодной парусной регаты «Парусная неделя Севастополя» мной были выработаны пути решения. Первое место отведем необходимости широкого освещения событий такого уровня в СМИ, в сети Интернет, в том числе с привлечением федеральных каналов, таких как ОРТ, РТР, НТВ, телеканал Звезда. Освещению данного мероприятия в сети Интернет необходимо придать особое значение, ведь данный ресурс является основным источником информации для разных категорий населения. Широкое освещение данного мероприятия в СМИ, в сети Интернет по средствам социальных сетей и крупных интернет изданий позволит привлечь больше внимания к данному мероприятию, а, следовательно, привлечь в качестве зрителей и болельщиков дополнительное количество гостей города и местное население. Второе направление развития – придание таким мероприятиям международного статуса, путем проведения постоянных переговоров с организациями, отвечающими за проведение таких мероприятий на международном уровне, например ISAF (Международная федерация парусного спорта), Международный водно-моторный союз. Задача не из легких в условиях международных санкций. Продолжительные, настойчивые переговоры, постоянная рассылка приглашений участникам должна обеспечить необходимый результат. Третье направление развития – привлечение инвесторов для расширения и усовершенствования причального хозяйства и строительства инфраструктуры, необходимой для проведения подобных мероприятий. Ведь в случае ежегодного увеличения участников, зрителей и гостей города организаторы столкнутся с проблемой размещения гостей, организации стоянки судов, а также столкнуться с трудностями выбора площадки для проведения мероприятия и т.д.

**Вывод.** Изученное мною мероприятие призвано повлиять на привлекательность города как туристического центра именно по средствам проведения ярких и запоминающихся мероприятий, оставляющих неизгладимые впечатления и ассоциации с местом проведения таких мероприятий. Безусловно, парусный спорт является одним из красивейших, ярким видом спорта, способным сформировать имидж места проведения на значительный временной период, а проведение парусных регат на ежегодной основе позволит закрепить и преумножить полученный эффект. На мой взгляд, ежегодная парусная регата под названием «Парусная неделя Севастополя» выполняет следующие функции и задачи:

1. Позиционирование г. Севастополя как нового центра яхтенного туризма на юге России;

2. Создание «событийного магнита» для посещения Крыма и Севастополя в конце летнего туристического сезона.

Основным преимуществом событийного туризма является возможность проведения мероприятий, связанных с событийным туризмом в круглогодичном режиме, что важно и необходимо для Севастополя, учитывая ограниченность высокого туристического сезона летними месяцами.

**Список использованных источников:**

1. Анализ событийного туризма в России разработка культурно-развлекательного тура по восточной Европе / [Электронный ресурс]. – URL: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1463579213>.
2. Event-прорыв / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.proryv.eventnn.ru/contest/parusnaya-nedelya-sevastopolya-151>.
3. Туристический портал Республики Крым / [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.visitcrimea.guide/news/2880-bolshie-parusnye-gonki-interaktivnye-programmy-i-konkursy-zhdut-gostej-parusnoj-nedeli-sevastopolya-2017>.

## НАШИ АВТОРЫ

Фамилия, имя, отчество	Научная степень, звание, должность
Айдаралиева Марина Салауатовна	Обучающийся кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астахань
Акберова Яна Сениковна	Обучающийся кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астахань
Ангелина Ирина Альбертовна	Доктор экономических наук, доцент ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им.М.Туган-Барановского», г. Донецк, Донецкая народная республика
Ангелина Ирина Альбертовна	Доктор экономических наук, доцент ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им.М.Туган-Барановского», г. Донецк, Донецкая народная республика
Арвеладзе Виктория Георгиевна	Директор, преподаватель ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь
Арифуллин Марат Венерович	Кандидат экономических наук, доцент, доцент Института туризма и гостеприимства Российский государственный университет туризма и сервиса, г.Москва
Арпентьева Мариям Равильевна	Доктор психологических наук, доцент, профессор, старший научный сотрудник кафедры психологии развития и образования, Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, г.Калуга

- Бедаш Юлия Михайловна Директор ООО «МА «Дельта Марин», г. Севастополь
- Безуглова Марина Сергеевна Доцент кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астрахань
- Безуглова Марина Сергеевна Доцент кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астрахань
- Белая Александра Артуровна Магистрант направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»
- Белая Марина Николаевна Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь, Российская Федерация
- Белая Марина Николаевна Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь, Российская Федерация
- Белоновская Елена Анатольевна кандидат географических наук, ученый секретарь Институт географии РАН (Москва)
- Белозёрова Наталья Ивановна Начальник учебно-методического центра Образовательная организация высшего профессионального образования «Донецкая академия внутренних дел Министерства внутренних дел Донецкой Народной Республики», г. Донецк, Донецкая Народная Республика

Борзова Анастасия Сергеевна  
Ассистент кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астрахань

Борзова Анастасия Сергеевна  
Ассистент кафедры географии, картографии и геоинформатики, Астраханский государственный университет, г. Астрахань

Борисенко Ирина Вячеславовна  
Кандидат философских наук, доцент, доцент Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты, Ростовская область

Бровцына Валерия Сергеевна  
Директор ГАУ г. Севастополя «Центр развития туризма», г. Севастополь

Буланова Мария Александровна  
Обучающийся 2 курса магистратуры по направлению подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Булыгина Ирина Ивановна  
Кандидат педагогических наук, доцент, директор «АККОРД персонал», г. Сочи

Быстров Сергей Александрович  
Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры страноведения и международного туризма Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Васенина Анжелика Андреевна  
Обучающийся 4 курса бакалавриата по направлению подготовки «Психология», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Гапонов Максим Александрович	Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Гарагонич Анастасия Александровна	Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Глущенко Марина Сергеевна	Старший преподаватель кафедры маркетинга ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
Голдин Ольга Олеговна	Преподаватель ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь
Голикова Екатерина Сергеевна	Обучающийся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Голубничая Светлана Николаевна	Кандидат биологических наук, доцент, доцент кафедры туризма, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Голубова Татьяна Федоровна	Доктор медицинских наук, профессор, директор ГБУЗРК «НИИ детской курортологии, физиотерапии и медицинской реабилитации», г.Евпатория
Градинарова Арина Александровна	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, Донецкая народная республика

- Гречко Михаил Викторович Кандидат экономических наук, доцент, доцент Высшей школы бизнеса ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Григорьева Гюльмира Балага-Кызы Доцент, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты, Ростовская область
- Гусев Виктор Иванович Кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского», г. Севастополь
- Денисенко Оксана Эдуардовна Обучающаяся 2 курса направления подготовки "Туризм", Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского», г. Севастополь
- Добында Михаил Константинович Преподаватель ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь
- Дорошилова Яна Валерьевна Аспирант ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им.М.Туган-Барановского», г. Донецк, Донецкая народная республика
- Дусалеева Татьяна Михайловна Кандидат медицинских наук, доцент, Медицинская академия им. С.И.Георгиевского (филиал) ФГАОУВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского», г.Евпатория
- Егоркина Татьяна Алексеевна Кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк



Егоров Сергей Александрович	Аспирант ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Екимова Зульфия Залетдиновна	Заместитель директора по учебно-воспитательной и научной работе Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Екимова Зульфия Залетдиновна	Заместитель директора по учебно-воспитательной и научной работе Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Елисеева Ольга Валерьевна	Кандидат экономических наук, доцент Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донской государственный технический университет» в г. Шахты Ростовской области, г. Шахты
Журко Елена Михайловна	Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки туризм Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Зайцев Олег Николаевич	д.т.н., профессор, заведующий кафедрой теплогазоснабжения и вентиляции ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Занданова Ольга Францевна	Кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВО «Бурятский госуниверситет», г. Улан-Удэ
Заремба Павел Александрович	Доктор экономических наук, профессор ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

- Заричная Анна  
Алексеевна Преподаватель кафедры менеджмента Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет» г. Севастополь
- Зелинская Елена  
Львовна Старший преподаватель кафедры менеджмента, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет» г. Севастополь
- Зозуля Виктория  
Максимовна Обучающийся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»
- Золотовский  
Владимир  
Алексеевич Кандидат исторических наук, и.о. зав. кафедрой АЗИТ ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград
- Зяблова Анастасия  
Александровна Обучающийся магистратуры, Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
- Ибрагимов Эрнест  
Энверович Доктор экономических наук, доцент ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь
- Измайлов Алексей  
Тахирович Кандидат экономических наук, старший преподаватель, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Кирова Татьяна  
Александровна Кандидат экономических наук, доцент, руководитель отдела науки и инновации ОЧУ ВО «Армавирский социально-психологический институт», г. Армавир

- Китаева Анна Геннадьевна Аспирант кафедры туризма, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Кожеуров Денис Борисович Обучающийся кафедры географии, картографии и геоинформатики АГУ ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», г. Астрахань
- Колесниченко Людмила Владимировна Старший преподаватель, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Колесова Юлия Анатольевна Кандидат педагогических наук, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела, ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров
- Кондакова Татьяна Юрьевна Кандидат географических наук, заведующий кафедрой социально-экономической географии и туризма, ФГБОУ ВО Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, г. Ярославль
- Кондрух Антон Вячеславович Кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет ис. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Коньшев Евгений Валерьевич Кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров
- Корнев Александр Николаевич Обучающийся, Астраханский государственный университет, г. Астрахань

- Коршунова Марина Обучающийся 4 курса бакалавриата направления подготовки «Стандартизация и метрология» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь, Российская Федерация
- Кравцова Светлана Евгеньевна Кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Техническая экспертиза и управление качеством» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
- Крылова Людмила Вячеславовна Кандидат технических наук, доцент ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Крюков Николай Андреевич Обучающийся 1 курса бакалавриата направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Кулик Валентина Васильевна Кандидат культурологии, доцент кафедры туризма Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Кунский Максим Владимирович Аспирант ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
- Куценко Елена Васильевна Старший преподаватель ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Лазницкая Наталья Федоровна Кандидат географических наук, директор Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Лебезова Эля Михайловна	Старший преподаватель ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк
Ли Эллина Владимировна	Студентка 3 курса специальности «туризм» ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь
Лимарь Татьяна Николаевна	Обучающийся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты
Лобас Ксения Вадимовна	Ассистент кафедры туризма, Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Логвина Елена Владимировна	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Лукьяенко Екатерина Алексеевна	Кандидат географических наук, доцент кафедры туризма, Таврическая академия (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Любовцева Анастасия Владимировна	Обучающийся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Любчик Вера Николаевна	Доктор медицинских наук, доцент, Медицинская академия им. С.И.Георгиевского ФГАОУВО «Крымский федеральный университет им. В.И.Вернадского», г.Евпатория

Люсова Евгения Сергеевна	Обучающийся 3 курса направления подготовки «туризм», Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», г. Шахты
Матвеевская Анна Сергеевна	Кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры мировой политики ФГБОУ ВО «Санкт- Петербургский государственный университет», г. Санкт- Петербург
Матушевская Елена Анатольевна	Кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
Мишечкин Геннадий Валерьевич	Кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры туризма ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Моисеева Любовь Николаевна	обучающийся магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»
Морозова Вера Венедиктовна	Кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры социально-экономической географии и туризма ФГБОУ ВО Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, г. Ярославль
Нагай Наталья Геннадьевна	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства ИСОиП (филиал) ФГБОУ ВО «ДГТУ», г. Шахты
Недина Марина Николаевна	Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки "Туризм", Севастопольский экономико- гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Никифорова Мария Павловна	Кандидат географических наук, доцент кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Овчаренко Людмила Александровна	Кандидат экономических наук, доцент, доцент ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк
Одарюк Елена Владимировна	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Орлов Александр Федорович	Обучающийся 3 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь, Директор ООО «Орлиное гнездо», г. Севастополь
Охременко Светлана Игоревна	Кандидат технических наук, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
Парубец Ольга Викторовна	Кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Патрикеева Полина Александровна	Обучающийся 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Пахомова Ольга Михайловна	Кандидат географических наук, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ФГБОУ ВПО «Вятский государственный университет», г. Киров

- Печерица Елена Васильевна Кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической безопасности Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург
- Пилко Е. Д. Обучающийся 2 курса, направление подготовки «Экономика», ОЧУ ВО «Армавирский социально-психологический институт», г. Армавир
- Погодина Виктория Леонидовна Доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры туристского бизнеса ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна», г. Санкт-Петербург
- Поддубная Елена Сергеевна Обучающийся ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь
- Полякова Алла Вениаминовна Кандидат технических наук, доцент Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Полянская Наталья Михайловна Кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВО «Бурятский госуниверситет», г. Улан-Удэ
- Родин Александр Васильевич Кандидат экономических наук, доцент, доцент ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
- Рожкова Марина Геннадьевна Старший преподаватель, Севастопольский государственный университет, г. Севастополь



Романова Анастасия Алексеевна	Лаборант Астраханский государственный университет, г. Астрахань
Романова Анастасия Алексеевна	Лаборант кафедры географии, картографии и геоинформатики, Астраханский государственный университет, г. Астрахань
Сабирзянова Инна Викторовна	Кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой философии и психологии ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы»
Сагайдачная Мария Андреевна	Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки «Туризм», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Семичастный Игорь Леонидович	Кандидат технических наук, доцент, доцент ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк
Симонова Маргарита Михайловна	Кандидат соц. наук, доцент, доцент кафедры «Управление персоналом и психология» Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
Смирнов Димитрий Валерьевич	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Смирнов Димитрий Валерьевич	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Смирнов Димитрий Валерьевич	Старший преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Старкова Ирина Ивановна	Кандидат социологических наук, доцент ФГБОУ ВО Бурятский государственный университет
Степанцова Наталья Анаотльевна	Аспирантка ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
Страшко Екатерина Викторовна	Кандидат экономических наук, старший преподаватель, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Тавакалова Майя Михайловна	Кандидат психологических наук, доцент, зав. кафедрой психологии, сервиса и туризма ОЧУ ВО «Армавирский социально-психологический институт», г. Армавир
Титова Светлана Викторовна	кандидат сельскохозяйственных наук, Ростовский-на-Дону научно-исследовательский противочумный институт Роспотребнадзора
Тимовкина Людмила Юрьевна	Лаборант, Астраханский государственный университет, г. Астрахань
Тишков Аркадий Александрович	Доктор географических наук, Член-корреспондент РАН, профессор, заместитель директора Института географии РАН

- Топольник Вера Григорьевна, Доктор технических наук, профессор ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк
- Трегулова Ирина Павловна Кандидат экономических наук, доцент, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Трегулова Ирина Павловна Кандидат экономических наук, доцент, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Трегулова Ирина Павловна Кандидат экономических наук, доцент, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Трегулова Ирина Павловна Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Тропина Екатерина Анатольевна Преподаватель ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г.Симферополь
- Туголукова Елена Юрьевна Преподаватель кафедры туризма, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
- Фурникова Анастасия Александровна Ведущий специалист отдела по внеучебной, воспитательной и научной работе, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Фурникова Анастасия Александровна	Ведущий специалист отдела по внеучебной, воспитательной и научной работе, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Хистева Елена Вячесловона	Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского» г. Донецк
Христенко Лидия Семеновна	Магистрант 2 курса направления подготовки «Юриспруденция», Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Цыбульская Людмила Алексеевна	Кандидат экономических наук, доцент, зав.кафедрой менеджмента, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
Чеглазова Мария Евгеньевна	Кандидат географических наук, доцент ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь
Чурсина Елена Анатольевна	Лаборант кафедры географии, картографии и геоинформатики, Астраханский государственный университет, г. Астрахань
Шарова Ирина Сергеевна	Кандидат географических наук, доцент ФГБОУВО Астраханский Государственный Университетг., Астрахань
Шахова Елизавета Сергеевна	Обучающийся 3 курса бакалавриата направления подготовки «Стандартизация и метрология» ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь

Шведова Ирина Николаевна Старший преподаватель Астраханского государственного университета, г. Астрахань

Шитова Елена Сергеевна Обучающийся 3 курса направления подготовки «Гостиничное дело» ИСОиП (филиал) ФГБОУ ВО «ДГТУ», г. Шахты

Шушпанова Юлия Дмитриевна Обучающийся 1 курса магистратуры по направлению подготовки туризм, Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», г. Севастополь

Юзвенко Диана Руслановна Обучающийся 3 курса специальности «туризм» ГБОУПО «Севастопольский торгово-экономический техникум», г. Севастополь

Для заметок

Для заметок

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ  
Сборник научных трудов**

*в редакции авторов*

Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 29,30. Тираж 50 экз.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».  
295034, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,  
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: [it.arial@yandex.ru](mailto:it.arial@yandex.ru), [www.arial.3652.ru](http://www.arial.3652.ru)

Отпечатано с оригинал-макета в типографии ИП Бражникова Д.А.  
295053, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Оленчука, 63,  
тел. +7 978 71 72 902, e-mail: [braznikov@mail.ru](mailto:braznikov@mail.ru)