

**Комитет по санаторно-курортному комплексу и туризму
Государственного Совета Республики Крым
Министерство Культуры Республики Крым
Крымский университет культуры, искусств и туризма
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
Казанский (Приволжский) Федеральный Университет**



КУКИЦТ
крымский университет
культуры, искусств и туризма



ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

**Материалы
II Всероссийской с международным участием
научно-практической конференции**

**25–26 апреля 2019 года
г. Бахчисарай**

Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2019

УДК 338.48
ББК 65.43
П 76

**Сборник зарегистрирован в базе
Российского индекса научного цитирования**

Редакционная коллегия:

Ибрагимов Э.Э., д. э. н., доцент, заведующий кафедрой туризма;

Рубцов В.А., доктор географических наук, профессор;

Яковенко И.М., доктор географических наук, профессор;

Ячменева В.М., доктор экономических наук, профессор;

Чеглазова М.Е., секретарь, к. г. н., доцент.

П 76 **Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: материалы II Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, г. Бахчисарай, 25–26 апреля 2019 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2019. — 476 с.**

*Все материалы конференции публикуются в авторской редакции.
Ответственность за достоверность фактов, цитат и других сведений несут авторы.*

УДК 338.48
ББК 65.43

© Коллектив авторов, 2019
© ИТ «АРИАЛ», 2019

**СЕКЦИЯ 1. ОПТИМИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ,
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ
ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ**

УДК 338.4

**НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**THE NEED FOR LOYALTY PROGRAMS IN TOURIST
ACTIVITIES AT THE PRESENT STAGE**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Абашева В. В., магистр,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Литвиненко А. Е., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. V. Abasheva, master,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. E. Litvinenko, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрена важность применения программ лояльности в туристской деятельности. Изучены принципы составления программ лояльности. Предложены элементы системы мер по повышению эффективности программ лояльности.

Annotation

The publication reveals the importance of loyalty programs in tourism activities. The principles of loyalty programs are studied. The elements of the system of measures to improve the efficiency of loyalty programs are proposed.

Ключевые слова: туризм, лояльность, программа лояльности.

Keywords: tourism, loyalty, loyalty program.

Введение. Постоянные клиенты являются одним из основных драйверов любого бизнеса, так как компании дороже продавать новому клиенту, чем продавать существующему клиенту. Программы лояльности - это вознаграждения, предоставляемые компанией тем клиентам, которые совершают повторные покупки у компании. Программы лояльности в туристической индустрии развивались, чтобы повысить ценность путешествий клиентов. В программе лояльности и системе поощрений туристические компании постоянно совершенствуются. Сектор туризма стал высококонкурентным с ростом числа новых участников во всех отраслях. Чем выше уровень членства, тем больше привилегия, полученная клиентом в форме вознаграждений. Эти программы привели к увеличению числа начинающих путешественников, а также частоты поездок тех же туристов.

Цель исследования — определить значимость программ лояльности в туристской деятельности.

Результаты исследования. Усиление конкуренции заставило операторов отелей сосредоточиться на инновационных способах привлечения и удержания своих клиентов. Бонусные баллы более эффективны для предприятий с высокими обязательствами, таких как авиакомпании, гостиничные и страховые услуги. Программа лояльности на основе оплаты также более влиятельна в удержании клиентов. Гостиничные операторы сегодня также предоставляют платную программу лояльности, которая выгодна как для клиента, так и для компании. Компании, которые могут подключиться к своей целевой аудитории, независимо от дисконтированных и неденежных вознаграждений, получают преимущество. Чтобы поддержать конкуренцию в отрасли, туристические

компании пытаются создавать и повышать ценность программ лояльности, эмоционально связываясь со своими клиентами. Кроме того, коалиционные программы и стратегические партнерства между компаниями в сфере туризма приносят взаимную выгоду. Клиенты одной компании также являются потенциальными клиентами другой компании. Мультивалютные программы предлагаются различными туристическими компаниями и авиакомпаниями, такими как Travelex Limited ABN, которая предоставляет клиентам «Баллы для часто летающих пассажиров Qantas Airlines». Эти программы вознаграждений экономят время пассажиров, предоставляя преимущества обмена валюты [3].

Кроме того, программы лояльности оказывают положительное влияние на уровень заполняемости, операционную маржу, прибыльность и получение доходов от отелей. Некоторые сети отелей предлагают большой географический охват, в то время как другие отели предлагают бесплатное проживание и другие льготы во время пребывания. Аренда автомобиля может быть последним, но не менее важным занятием, которое путешественник совершит после достижения желаемого пункта назначения; это даже стоит меньше, чем все остальное, что забронировал путешественник, например, авиакомпании, апартаменты и т. д. Эти услуги обеспечивают более высокий уровень признания частым арендаторам. National Car Rental — компания-пионер, которая запустила программы лояльности. Его программа лояльности «Изумрудный клуб» предлагает бонусные баллы и для деловых путешественников. Корпорация Hertz также является одной из первых компаний, запустивших программу лояльности в сфере путешествий со своей «системой вознаграждений Gold Plus» в виде трехуровневой программы лояльности [1; 2].

Вывод. В наши дни обязательным условием является гибкость в предложениях программ лояльности из-за динамичного характера индустрии туризма. Такие функции, как использование номера мобильного

телефона вместо длинного номера карты лояльности, сегодня актуальны, что делает карту программ лояльности независимой. Виртуальные офисы для реализации программ лояльности делают их платформенно независимыми. Полностью настроенные программы лояльности и правила погашения могут быть запущены на основе суммы, потраченной клиентами, демографических данных держателя карты, даты и времени, достигнутых целей, приобретенных продуктов, местоположения магазина и т. д. Программы лояльности в путешествиях могут быть запущены в социальных сетях, таких как Facebook или через собственное мобильное приложение фирмы, в отличие от более раннего сценария, где программы лояльности должны были внедряться только в точках продаж.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Программа лояльности и управление скидками [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://mindbox.ru/products/loyalty-program/?utm_source=yandex-direct-search&utm_medium (дата обращения : 15.03.2019).

2. Программы лояльности в туризме [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://mastertura.com.ua/article/viewarticle/41/1166> (дата обращения : 15.03.2019).

3. Традиционные программы лояльности в туризме устарели [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.trn-news.ru/analytics/64260> (дата обращения : 15.03.2019).

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЕШЕХОДНОГО ТУРИЗМА

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF PEDESTRIAN TOURISM

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Джемелитдинов Т. Н., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

T. N. Dzhemelitdinov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается пешеходный туризм с точки зрения перспективного направления в индустрии туризма в целом. Исследовано развитие пешеходного туризма в мире. Предложены меры по популяризации пешеходного туризма.

Annotation

The article deals with Hiking in terms of a promising direction in the tourism industry as a whole. The development of pedestrian tourism in the world is investigated. The proposed measures to promote walking tourism.

Ключевые слова: пешеходный туризм, перспективы развития пешеходного туризма, пешие походы и путешествия, активный отдых.

Keywords: hiking, prospects for the development of hiking, hiking and travel, leisure.

Введение. Туризм является важным для здоровья. Современное общество стремится к здоровому образу жизни. В частности, это выражается в том, что граждане желают активно проводить досуг, совмещая проведение свободного времени с познанием и оздоровлением. Поскольку туризм предоставляет возможность организовывать досуг современного человека, помогает совмещать отдых с оздоровлением и познанием, то

общество должно быть, осведомленно в таком виде спортивного туризма, как пешеходный туризм. Длительное время в Крыму наиболее перспективным видом туризма был пешеходный туризм, но, до сегодняшнего дня данный вид туризма был утрачен и сейчас переживает упадок. Учитывая, тот факт что пешеходный туризм является новой тенденцией в мире и высоко ценится.

Цель исследования. Проанализировать развитие пешеходного туризма, и определить его перспективы на современном этапе.

Результаты исследования. Пешеходный туризм — это вид спортивного туризма. Основной целью, которого является пешее преодоление группой маршрута по слабопересечённой местности.

Из всех экстремальных видов спорта пеший туризм — самый естественный и самый доступный. Туристская деятельность способствует формированию активной жизненной позиции человека. Пешеходный туризм — исключительно ценное средство физического воспитания и активного отдыха человека на природе. В туристских походах участники закаляют свой организм, укрепляют здоровье, развивают выносливость, силу и другие физические качества, приобретают прикладные навыки и умения ориентирования на местности, преодоления естественных препятствий, самообслуживания и др. [1, с. 90].

Пешие походы и путешествия не требуют дополнительных средств передвижения (как лыжный, водный, велосипедный и т. д.), специального снаряжения (как горный и спелеологический) и совершаются в основном в бесснежные периоды года. Пешеходный туризм был и остаётся наиболее массовым. Почти все туристы начинали с него. Большую часть походов выходного дня и 1 категории сложности, которые в основном проводятся по родному краю, составляют пешеходные походы. В сложные пешеходные походы отправляется заметно меньше групп, чем в водные и горные.

При оценке сложности пешеходных походов учитываются автономные действия группы, непрерывность ненаселённой труднопроходимой местности при отсутствии зачастую коротких запасных вариантов выхода в случае аварии. Отсутствие определенных ориентиров в глухом таёжном краю, движение через заросли, болота, каньоны без постоянной тропы — всё это становится существенным дополнением к чисто техническим моментам маршрута. Для повышения технической сложности пешеходных походов их маршруты дополняются восхождениями на обзорные вершины.

Наличие практически в каждом районе необходимых природных ресурсов, возможность обходиться минимумом недорогого снаряжения, построения маршрутов для туристов всех возрастных и спортивных уровней, высокий оздоровительный эффект ставят пешеходный туризм в число лидеров среди других видов туризма [3, с. 87].

В пешеходном туризме, который относится к экстремальному спорту, важна команда. Собираясь в дорогу, необходимо подобрать экипировку и попутчиков.

Самые экстремальные виды спорта редко отмечены травмами или действительными проблемами для спортсменов, и пешеходный туризм так же должен быть хорошо организован.

Пешеходный туризм разделяется: на более простой — хайкинг, и более сложный, длительный — трекинг.

Подготовка к любому походу начинается с определения его цели. Главной целью похода выходного дня является активный отдых в условиях природной среды, тем не менее, целью маршрута для участников должно быть что-то интересное, особенное с точки зрения познания окружающего мира или получение эстетических впечатлений от красоты посещаемых мест [5, с. 65].

Цель пешеходного тура зависит от состава группы и туристских возможностей территорий, познание которой является необходимой,

независимо от возраста и профессии. Посещение природных памятников, сбор грибов, ягод, лекарственных трав, наблюдений за растительным и животным миром, в сочетании с играми, соревнованиями, конкурсами сделают поход выходного дня содержательным и запоминающимся.

Выводы. Пешеходный туризм — наиболее массовый вид туризма. Его привлекательность и главная отличительная особенность в том, что он доступен и полезен любому практически здоровому человеку, независимо от возраста и физического развития, предоставляет большую свободу в выборе маршрута в соответствии с эстетическими познавательными и культурными потребностями участников путешествия. Для пеших переходов характерны простота подготовки и проведения походов, относительная легкость организации полноценного отдыха.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бардин К. В. Азбука туризма (о технике пешеходных путешествий) [Текст] : учебно-методическое пособие / К. В. Бардин. — М. : 2004. — 198 с.
2. Варламов В. Г. Основы безопасности в пешем походе: методические рекомендации / В. Г. Варламов. — М. : Центральное рекламно-информационное бюро «Турист», 1983. — 296 с.
3. Варламов В. Г. Физическая подготовка туристов-пешеходников [Текст] : учебное пособие / В. Г. Варламов. — М. : 2009. — 261 с.
4. Вяткин Л. А. Туризм и спортивное ориентирование : учебное пособие / Л.А Вяткин. — М. : 2003. — 154 с.
5. Ганопольский В. И. Организация и подготовка спортивного туристского похода: учебное пособие / В. И. Ганопольский. — М. : ЦРИБ «Турист», 2006. — 321 с.

УДК 338.48

**АНАЛИЗ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ
КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО
МЕНЕДЖМЕНТА**

**ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS
AS A COMPONENT OF EFFECTIVE TOURIST MANAGEMENT**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Ибрагимова Э. Э., магистр,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. E. Ibragimova, master,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается анализ программ лояльности клиентов, для эффективного туристического менеджмента. Проанализированы влияние программ лояльности на эффективность туристского менеджмента. Предложены меры по повышению роли лояльности в менеджменте отрасли туризма.

Annotation

The article deals with the analysis of customer loyalty programs for effective tourism management. The influence of loyalty programs on the effectiveness of tourism management is analyzed. Measures to increase the role of loyalty in the management of the tourism industry are proposed.

Ключевые слова: туризм, клиент, менеджмент.

Keywords: tourism, client, management.

Введение. В условиях, когда на рынке предлагается множество однотипных продуктов, услуг, сервисов, практически по одинаковым ценам

и приблизительно с одинаковым качеством, наличие программы лояльности является одним из главных аргументов в конкурентной борьбе. Внедрение программы лояльности актуально практически для всех компаний, независимо от сфер деятельности, объема продаж и стадии развития. Сложная экономическая ситуация лишь обостряет потребность компаний в построении выигрышных бизнес-стратегий формирования и поддержания лояльности клиентов.

Что касается литературы, то научные исследования различных аспектов лояльности на потребительском рынке нашли свое отражение в трудах зарубежных и отечественных ученых. К числу значительных представителей западной экономической мысли, в исследованиях которых отражена указанная проблема, можно отнести Д. Аакера, П. Гембла, П. Дойля, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Или, Ф. Райхельда, М. Стоуна, П. Темпорала, Ховарда, Оливера, Хофмана, Гриффина и др.

Цель исследования. Проанализировать существующие программы лояльности клиентов как составляющая эффективного туристического менеджмента и выявить их сильные и слабые стороны.

Результаты исследования. Анализ научных источников показывает, что к самому понятию «лояльность» существует несколько подходов. Термин «лояльность» происходит от английского слова «loyal» — верный, преданный. В некоторых книгах авторы используют вместо термина «лояльность» слово «преданность», что в принципе является синонимом этого понятия [1].

Настоящая лояльность возникает, когда потребитель и хорошо относится к продукту / фирме на словах, а на деле подтверждает это повторными покупками. Ложная лояльность имеет место, когда потребитель не желает покупать продукт и/или относится к нему негативно, но в силу определенных обстоятельств (например, в результате отсутствия альтернатив, высоких издержек перехода) вынужден ее покупать.

Существование фиктивной лояльности — главный аргумент против однобокого поведенческого подхода к лояльности, не интересующегося обоснованием потребительского выбора. Понятие «латентная лояльность» обозначает обратную ситуацию, когда потребитель, внутренне расположен к продукту/фирме и имеет положительное отношение, в покупках это отношение почти никак не выражает. Хотя на текущие доходы фирмы латентная лояльность практически не отражается, тем не менее, знать о такой лояльности важно, так как многие латентно лояльны-потенциальные будущие клиенты, которых в данный момент сдерживает либо финансовая несостоятельность, либо возраст (например, многие мальчики, играя в машинки, на которых написано «Caterpillar», уже латентно лояльны к данному производителю строительной техники, однако пока не могут высказать это в покупках) [2].

На современном этапе развития, особенно на рынке услуг, программы лояльности уже приобрели различных трансформаций и находятся на переходном этапе, приближаясь к стадии зрелости

Программы лояльности — долгосрочные программы взаимовыгодного сотрудничества между клиентами и компанией. Это бизнес-процесс идентификации, поддержания и увеличения «отдачи» от лучших клиентов с использованием интерактивных отношений и формирования эмоциональной взаимосвязи клиентов с брендом и бизнесом. Они дают возможность подобрать для каждой группы клиентов или отдельного клиента свои, приятные и, главное, что работая меры для развития отношений и удержания этих клиентов в базе. Легче поддерживать отношения с клиентами и не пускать их к конкурентам, чем потом пытаться вытеснить конкурентов с рынка. Стратегической целью таких программ является увеличение прибыльности ключевых сегментов покупателей и продления срока их «жизни».

Суть работы по созданию программы лояльности можно сформулировать так [4]:

- вовлечь потребителя в диалог, который позволит постоянно получать от него информацию;
- качественно обрабатывать эту информацию (база данных);
- создать и сообщить предложение, максимально ориентированное на потребности конкретного потребителя;
- выяснить реакцию потребителя на отчетное предложение и скорректировать информацию в базе данных.

Выводы. Программа лояльности рассматривается, как один из ключевых элементов и один из ключевых инструментов компании в системе управления взаимоотношениями с клиентами. Подготовка, внедрение и поддержка программы лояльности генерирует значительные расходы, и поэтому их следует рассматривать как долгосрочные обязательства и неотъемлемую составляющую долгосрочной стратегии маркетинга. В период становления рынка и его стремительного роста важнейшая задача для компаний заключается не только в привлечении новых клиентов, но и в удержании существующих [3]. Решению этих задач помогают различные ценовые и неценовые программы формирования и поощрения лояльности бренду. Если ценовые программы стремятся изменить поведенческую лояльность потребителей, то неценовые направлены на то, чтобы сформировать сильную аффективную лояльность к бренду, поскольку они апеллируют к чувствам и эмоциям потребителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агеева Ю. Удовлетворен — не значит лоялен / Ю. Агеева // Русский полис (Москва). — 22.09.2005. — С. 64–66.
2. Брэнсон Р. Теряя невинность : пер. с англ. / Р. Брэнсон. — СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003.

3. Бояршинов А. А. Потребность бизнеса в повышении лояльности клиентов / протоколов. — Режим доступа: <http://маркетинг.СПб.ру>.

4. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / С. Бутчер ; пер. с англ. Е. В. Трибушиной. — М. : Изд. Дом «Вильямс», 2006. — 272с.

УДК 330.3

**ПРОБЛЕМЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРИБРЕЖНЫХ
ДЕСТИНАЦИЯХ¹**

**PROBLEMS OF LEGISLATIVE REGULATION OF ECONOMIC
ACTIVITIES IN COASTAL DESTINATIONS**

Иванова В. А., старший преподаватель,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

V. A. Ivanova, Senior Lecturer,
Institute of Economics and Management,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Выявлены проблемы законодательного регулирования хозяйственной деятельности в прибрежных дестинациях. Обоснованы рекомендации по достижению согласованности в вопросах организации и ведения хозяйственной деятельности в прибрежных дестинациях.

Annotation

The problems of legislative regulation of economic activities in coastal destinations. Recommendations for achieving consistency in the organization and conduct of economic activities in coastal destinations are substantiated.

¹ Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы — прикладной АААА-А19-119012390078-9 «Разработка Концепции развития прибрежных дестинаций в Республике Крым до 2030 г.»

The study was carried out as part of the research work — applied АААА-А19-119012390078-9 «Development of a Concept for the development of coastal destinations in the Republic of Crimea until 2030»

Ключевые слова: прибрежная дестинация, водоохранная зона, хозяйственная деятельность, законодательное регулирование.

Keywords: coastal destination, water protection zone, economic activity, legislative regulation.

Введение. Прибрежная дестинация в географическом смысле является весьма уязвимой экосистемой, отличающейся наиболее интенсивным взаимодействием природных и техногенных факторов на территории соприкосновения суши и морской поверхности. Правовая неурегулированность вопросов управления и охраны окружающей среды прибрежных дестинаций, представляющих важнейший природный объект государственного значения, обуславливает актуальность темы настоящего исследования.

Цель исследования заключается в анализе проблем законодательного регулирования хозяйственной деятельности в прибрежных дестинациях, а также формировании мер по их устранению.

Результаты исследования. Хозяйственная деятельность предполагает «любую деятельность субъектов хозяйствования в сфере общественного производства, направленную на изготовление и реализацию продукции, выполнение работ или оказание услуг стоимостного характера» [1]. Использование земельных участков вблизи морского побережья для оздоровления, отдыха, рыбозаготовки предусмотрено действующим законодательством [2; 3]. В тоже время реализация такого назначения земель требует проведения строительно-монтажных работ по подготовке территории, устройству простейших сооружений рекреационного назначения. Но статьями 106 ЗК РФ и 65 ВК РФ [2; 3] любое строительство в пределах прибрежных защитных полос запрещается.

Следует отметить, что в зависимости от целевого назначения водным законодательством предусмотрены различные формы зонирования прибрежных территорий: санитарные зоны, пляжные зоны и др. Категория

прибрежной дестинации как специфического туристского объекта не выделяется, тем не менее, данное понятие неразрывно связано с водоохранной зоной. Статья 65 ВК РФ определяет водоохранные зоны как «территории, примыкающие к водным объектам, в том числе и к береговой линии морей, на которых устанавливается специальный режим осуществления хозяйственной и иной деятельности в целях предотвращения негативного изменения качества данных объектов» [2]. Ширина водоохранной зоны моря составляет пятьсот метров. Также в пределах водоохранных зон выделяются земли прибрежных защитных полос с режимом ограниченной хозяйственной деятельности.

Существует довольно внушительный список ограничений, которые действуют на территории водоохранной зоны (распашка земель хранение и применение пестицидов и удобрений строительство любых сооружений и т.д.) [2]. В современных реалиях Крымского полуострова хотелось бы особо остановиться на следующем пункте: «движение и стоянка транспортных средств (кроме специальных транспортных средств), за исключением их движения по дорогам и стоянки на дорогах и в специально оборудованных местах, имеющих твердое покрытие» [2].

Данное нарушение, согласно ст. 8.42 КоАП, влечет за собой «наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от восьми тысяч до двенадцати тысяч рублей; на юридических лиц — от двухсот тысяч до четырехсот тысяч рублей» [4].

Учитывая, что к природным достопримечательностям и пляжам в большинстве случаев ведут грунтовые дороги, большая доля турпотока в Крыму априори нарушает закон. Тем не менее, систематические рейды Министерства экологии и природных ресурсов отчитываются о вынесении штрафных предписаний. Так, одно такое обследование заканчивается в

среднем пятью постановлениями об административном наказании на сумму 16 500 рублей [5].

На территории Крыма большое число мест со сказочно красивой, уникальной природой, куда любят съезжаться автотуристы, но где отсутствуют оборудованные места для стоянки автомобилей. Кроме того, согласно Водному и Земельному кодексам, зоны охраны объектов должны быть обозначены знаками, которые за пятилетний срок интеграции Крыма в правовое поле РФ так и не были установлены. Поэтому остается неясным, на каком основании могут применяться санкции к нарушителям, по отношению к которым не применялись введенные законом превентивные меры. Неизвестен и ответ на вопрос о том, каким образом водитель должен догадаться, что от его автомобиля до кромки воды 500 или менее метров и где находятся положенные в таких местах парковочные места. Рассчитывать на рост организованности туристов и их устремление в специально отведенные места для автотуристов — кемпинги также не приходится. Официально разрешенных кемпингов по Крыму всего девять и асфальтированными площадками для стоянки автомобильного транспорта в большинстве своем они не располагают. А это значит, что блокирование возможностей массового дешевого отдыха в купе с отсутствием инфраструктуры в перспективе приведет к снижению турпотока.

Как справедливо отмечает проф. Н.В. Барбашова, в Водном кодексе отсутствует определение понятия прибрежной зоны, что не допускает адекватного регулирования отношений по охране среды и использованию природных ресурсов в данных экосистемах. Также в Кодексе в качестве природного объекта рассматривается только участок суши глубиной от береговой линии в 500 м (водоохранная зона), т. е. единая экосистема, каковой является прибрежная зона моря, в правовом смысле оказалась искусственно разделена. Кроме того, размер водоохранной зоны, особенно для населенных пунктов, представляется существенно заниженным,

поскольку, чем крупнее населенный пункт, тем более интенсивным будет его воздействие на прибрежную зону [6].

Выводы. В сфере нормативно-правового регулирования необходимо обратить особое внимание на отсутствие надлежащего контроля за соблюдением режима использования водоохранных зон и прибрежных защитных полос. Массовый характер приобрело неисполнение требований Водного кодекса РФ в части ограничения хозяйственной деятельности в водоохранных зонах и прибрежных защитных полосах. Осуществляются их застройка, уничтожаются лесные насаждения. Ярким примером может служить строительство в водоохранной зоне у дороги Саки-Евпатория, у самой ООПТ «озеро Сасык-Сиваш», нового карьера.

Изучение обозначенной проблематики позволило сформулировать ряд рекомендаций по достижению согласованности в вопросах организации и ведения хозяйственной деятельности в прибрежных дестинациях:

- утверждение нормативных документов по разработке проектов водоохранных зон;

- пересмотр ранее разработанных проектов водоохранных зон в пределах административных районов и обеспечение разработки новых проектов;

- разработка Концепции развития прибрежных дестинаций относительно согласования проектов застройки или других мероприятий в водоохранных зонах водных объектов;

- дополнить Водный и Земельный кодексы РФ условием по согласованию с органами водного хозяйства предоставления в аренду земельных участков в пределах водоохранной зоны;

- пересмотреть порядок выдачи разрешений на работы на землях водного фонда.

Устранение недостатков правового регулирования функционирования прибрежных дестинаций можно осуществить в рамках действующего

водного законодательства, разработав Концепцию развития прибрежных дестинаций Республики Крым.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Экономический словарь терминов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.economicportal.ru/terms.html>.

2. «Водный кодекс Российской Федерации» от 03.06.2006 N 74-ФЗ (ред. от 27.12.2018) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60683/4c65ff0f232195d8dccc08535d2c3923d5b67f1c/

3. «Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 25.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019). [Электронный ресурс] Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/8f7c0ce0195a7f4f0985d1ca3612eee1bc811452/#dst1893

4. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 01.04.2019) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/.

5. Новостное сообщение от 15.09.2016 на официальном сайте Минприроды Крыма «Госинспекторами Минприроды Крыма проведено рейдовое обследование территории водоохранной зоны Черного моря города Алушты» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://meco.rk.gov.ru/article/show/1438>.

6. Барбашова Н. В. Правовое регулирование прибрежной зоны морей / Н. В. Барбашова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия История и право. — 2015. — № 1 (14). — С. 44–49.

УДК 796.5

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ФАКТОРОВ,
ВЛИЯЮЩИХ НА ВОСПРИЯТИЕ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ДЕСТИНАЦИИ**

**METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DETERMINATION
OF FACTORS AFFECTING THE PERCEPTION OF THE IMAGE
OF TOURIST DESTINATION**

Карпова Г. А., д. э. н., профессор,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург

Кучумов А. В., к. э. н., доцент,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург

Печерица Е. В., к. соц. н., доцент,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург

G. A. Karpova,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg

A. V. Kuchumov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg

E. V. Pecheritsa,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg

Аннотация

Определение факторов, влияющих на положительное восприятие имиджа туристической дестинации является важной задачей для региональных властей и туроператоров в связи с тем, что напрямую сказывается на инвестиционном климате и возможностях привлечения дополнительных инвестиций в регион. В статье рассматриваются компоненты, составляющие имидж туристической дестинации, а также туристические мотивации, заставляющие путешественников принимать решение о посещении той или иной туристической дестинации.

Авторы приходят к выводу о существовании прямой взаимосвязи между туристской мотивацией, намерением посетить определенную дестинацию и имиджем туристической дестинации. Различные мотивы, которые стимулируют туристов к путешествиям, оказывают прямое влияние на имидж туристического направления и вызывают у туриста желание повторить визит.

Abstract

Determining the factors influencing the positive perception of the image of a tourist destination is an important task for regional authorities and tour operators, due to the fact that it directly affects the investment climate and the possibilities of attracting additional investments to the region. The article discusses the components that make up the image of a tourist destination, as well as tourist motivations that force travelers to decide on a visit to a particular tourist destination.

The authors conclude that there is a direct relationship between tourist motivation, the intention to visit a certain destination and the image of a tourist destination. Various motives that stimulate tourists to travel, have a direct impact on the image of the tourist destination and cause the tourist desire to repeat the visit.

Ключевые слова: туристские мотивации, имидж туристической дестинации, культурные поведенческие особенности туристов.

Keywords: tourist motivations, image of a tourist destination, cultural behavioral features of tourists.

Введение. С академической точки зрения туризм вызывает интерес и является предметом большого количества исследований, вносящих значительный вклад в более глубокое понимание механизмов, регулирующих спрос и предложение в туризме. В большинстве научных публикаций, посвященных формированию имиджевой политики региона (туристической дестинации) имидж туристического направления, рассматривается как один из важнейших факторов, воздействующих на туриста как при принятии решения о поездке, так и непосредственно во время самого тура.

Важность имиджа как элемента, влияющего на поведение туристов, в литературе рассматривается, в основном, в отношении фазы «выбора места проведения отпуска».

Однако, несмотря на массу академических исследований имиджа туристической дестинации, исследований относительно имиджа на разных этапах туристической поездки (до, вовремя и после посещения), на наш взгляд недостаточно.

Цель исследования. При этом важность таких исследований для туроператоров, и региональных органов управления в сфере туризма, не

вызывает сомнения, являясь инструментом для своевременного обнаружения негативных расхождений между имиджем дестинации до и после посещения, и возможности реагирования на выявленные различия.

Результаты исследования. Целью данного исследования является определение факторов, влияющих на восприятие имиджа туристических дестинаций.

Анализ специальной литературы показывает, что имидж туристической дестинации может изменяться как в положительную (когда имидж после посещения лучше, чем имидж перед посещением), так и в отрицательную, (когда имидж после посещения хуже, чем до посещения) сторону. Основными факторами, влияющими на имидж туристической дестинации до и после ее посещения, являются: приобретенные туристами впечатления, соответствие условий поездки ожиданиям и отзывы туристов после посещения дестинации.

Представляют интерес также исследования, посвященные влиянию культурных различий туристов на восприятие туристической дестинации. Очевидно, что знание существующих вариаций, обусловленных культурными различиями, может помочь в понимании потребностей туристов, чтобы оправдать их ожидания. Согласно исследованиям, приведенным в работе «Культурная чувствительность: предшественник разницы в восприятии имиджа туристических направлений» [1], у людей, воспитанных в разных странах с разными культурными нормами, вырабатываются разные стереотипы поведения и мышления. Поэтому, если культурные нормы имеют различия, то и восприятие туристами имиджа туристической дестинации будет различаться в зависимости от их представлений и, в частности, от их способности адаптироваться к различным и незнакомым культурам.

Культурные поведенческие особенности личности (КПОЛ) определяются как совокупность убеждений, ценностей, обычаев, идей и

норм поведения, накопленных людьми. КПОЛ оказывают заметное влияние на различные сферы жизни человека, так, например, она влияет на отношение к работе, на поведение, связанное с потреблением или на досуг, и, следовательно, на процесс выбора туристического направления.

Культурный уровень потенциального туриста может зависеть от макрофакторов, таких как экономика, политика, право, религия, образование, технологии и промышленность. Каждая макрозона имеет некоторые уникальные характеристики, и когда эти характеристики разделяются значительным числом граждан страны, они становятся частью национальной культуры. Когда граждане этой страны путешествуют, они будут соответствовать определенным поведенческим кодексам, иногда отличным от их национальной культуры, порождая так называемую «туристическую культуру». Данное поведенческое изменение представляет собой временное освобождение от повседневной жизни в непривычных условиях.

Существуют два типа исследований о влиянии культурных особенностей туристов на имидж туристической дестинации.

В первом типе исследований уровень культуры рассматривается как фактор, влияющий на поведение туристов [2], второй тип исследований рассматривает культуру туриста как определяющий фактор при выборе туристического направления [6]. В обоих случаях авторы отмечают, что культурные особенности туристов влияют на их представление о туристическом направлении.

Во время отпуска люди могут изменять свое поведение в соответствии с культурными традициями посещаемого места. Однако, как замечают авторы работы [2], во время отдыха люди редко погружаются в культуру места, которое они посещают.

Фактически, различные исследования показали, что люди, приезжающие из разных стран или регионов, характеризующиеся

различными культурными ценностями (убеждениями, взглядами, обычаями, значениями и поведенческими нормами), могут иметь весьма разные представления об одном и том же туристическом направлении, то есть: в их представлении одно и то же туристическое направление может иметь различный имидж.

Таким образом, туристы, прибывшие из разных стран и, следовательно, имеющие разные культурные ценности, имеют различное восприятие одной и той же туристической дестинации. Тем не менее, Mano Rui A. и da Costa A. [6], убедительно доказали, что дистанция в культурных традициях не является следствием географической дистанции, так как в пределах одной географической области также могут быть найдены культурно отличные индивидуумы, которые, имеют имидж не сходный с имиджем туристической дестинации. Им противоречат, авторы [3] работы «Когда Ближний Восток встречает Запад: понимание мотивов и представлений молодых туристов из Объединенных Арабских Эмиратов», которые подтверждают, что существует значительная связь между географическим и культурным происхождением туриста и эмоциональным восприятием туристической дестинации.

Wang, C., Qu, H. and Hsu, M. K. [5] считают, что чем меньше по территории культурная дистанция, тем более знакомой является туристическая дестинация для человека, и тем более благоприятным будет их впечатление от места до и во время отдыха.

Люди путешествуют по определенным направлениям, потому, что эти направления удовлетворяют целому ряду их желаний, таких как уход от повседневной рутины, отдых и возможность хорошо провести время с семьей или друзьями. Эти решения, в свою очередь, принимаются после рассмотрения туристической дестинации с точки зрения наличия туристских аттракций таких, как, например, пляжи, культурные достопримечательности, магазины и др. С этой точки зрения разные мотивы

туристов, связанные с разными туристическими направлениями, демонстрируют связь между мотивами туристов и имиджем туристической дестинации.

Таким образом имидж туристической дестинации включает:

– культурные поведенческие особенности личности (КПОЛ) определяются как совокупность убеждений, ценностей, обычаев, идей и норм поведения, накопленных людьми;

– когнитивный компонент — знание об особенностях той или иной дестинации;

– аффективный компонент — эмоциональное отношение туриста к туристической дестинации, при этом каждый когнитивный компонент получает определенную эмоционально окрашенную оценку. Из этих оценок складывается общее отношение к индуктору имиджа;

– поведенческий компонент — действия реципиента по отношению к индуктору имиджа, обусловленные сложившимся знанием и отношением к нему.

Туристические мотивации можно разделить на три категории:

– «интеллектуальные», связанные, например, с желанием узнать историю страны, познакомиться с различными культурами и образом жизни в пункте назначения, открыть для себя природную среду, расширить знания о месте, люди, вещи и т. д.;

– «принадлежность», связанная с желанием посещать друзей и родственников, проводить время с семьей вне дома, заниматься делами всей семьей, качественно улучшать время, которое они проводят со своими детьми и т. д.;

– «побег», связанный с желанием уйти от повседневной жизни, испытать приключения, захватывающие обстоятельства и забавные ситуации, а также расслабиться и успеть восстановить силы от работы и повседневной жизни.

Существуют разные теории оценки для понимания мотиваций, такие как иерархия потребностей Маслоу, аллоцентрически-психоцентрическая типология Плога, теории ожиданий и ценностей и дуалистическая парадигма. Последняя из которых пользуется большим признанием в литературе, хотя часто подвергается критике за чрезмерно ортодоксальный подход к пониманию мотивации. Существуют мотивы, связанные с потребностями или целями отдельных людей (так называемые факторы «толчка») [4; 7]. Кроме того, существуют маркетинговые стимулы («притягивающие» факторы или факторы «тяги»), которые позволяют потребителю получить знания, относящиеся к атрибутам, которые характеризуют туристическое направление, и могут изменить причину поездки или предоставить новые мотивы. В частности, факторы «толчка» являются внутренне генерируемыми факторами, которые заставляют туриста искать знаки в предметах, ситуациях или событиях, чтобы уменьшить неопределенность; в то время как факторы притяжения генерируются извне и помогают лучше понять аттракции туристической дестинации, усиливая мотивацию или факторы «подталкивания». В данном контексте, факторы притяжения связаны с внешними и когнитивными аспектами туристической дестинации (пляжи, культурные достопримечательности и т. д.), в то время как факторы подталкивания связаны с внутренними, эмоциональными аспектами поездки (отдых, релаксация, приключения и т. д.). В этом смысле факторы толчка - это те факторы, которые побуждают человека путешествовать в определенную дестинацию для удовлетворения его или ее собственных потребностей, а факторы тяги — или внешние мотивации — это те атрибуты туристической дестинации, которые подталкивают людей к выбору определенного места [4].

Факторы притяжения представляют элементы привлекательности места и могут быть классифицированы на три категории:

– статические факторы, к которым отнесем природную среду, климат и исторические / культурные достопримечательности;

– динамические факторы, включающие отели, услуги, спорт, культурно-массовые мероприятия и политические условия;

– а также сиюминутные факторы принятия решений, т.е. маркетинг, цены в стране или регионе происхождения по сравнению с ценами в туристической дестинации и т. д.

Факторы «толчка» и «тяги» действуя согласованно, вызывают у потенциального туриста желание приобрести тур.

Рассмотрим три категории потенциальных туристов:

– потенциальные туристы, которые действуют с учетом своих потребностей (факторы «толчка»);

– потенциальные туристы имеющие потребности в туристической поездке только по конкретным направлениям (факторы притяжения);

– потенциальные туристы, которые могут быть в равной степени вовлечены факторами «толчка» и «тяги» (например, потенциальные туристы, у которых есть годовой план личного свободного времени для туристической поездки, и они готовы рассмотреть путешествие в любую дестинацию, если их удовлетворят цена и условия проживания).

Когда потенциальный турист выбирает туристическую дестинацию для отдыха, обычно у него уже есть первоначальный имидж выбранной туристической дестинации. Мотивация на этапе «до поездки» побуждает потенциального туриста определиться с выбором направления на основе имеющихся до поездки представлений о туристической дестинации.

Большинство теоретических и эмпирических исследований сводится к тому, что туристская мотивация предшествует имиджу туристической дестинации. При этом, исследователи солидарны в том, что мотивация оказывает влияние только на аффективную составляющую имиджа.

Однако, на наш взгляд имеет место прямая связь между мотивацией и когнитивным компонентом имиджа. Можно утверждать, что социально-психологические мотивы (культурные, физические, престижные, социальные, и возникающие до прибытия в туристическую дестинацию) напрямую влияют на когнитивный компонент имиджа туристической дестинации, но не на аффективный компонент.

Таким образом, концепцию формирования имиджа туристической дестинации можно представить следующим образом (см. рис. 1).

Имидж туристической дестинации обычно составляют объективные и субъективные факторы.

К объективным составляющим имиджа туристической дестинации относят конкурентные преимущества и недостатки, обусловленные территориальной удаленностью, наличием транспортных путей, уровнем развития социальной сферы и туристической инфраструктуры. Факт наличия конкурентных преимуществ очевидно способствует повышению конкурентоспособности туристической дестинации.

К субъективным факторам можно отнести:

- сложившиеся представления у потенциальных туристов на основе собственного опыта, опыта друзей, знакомы, отзывов в Интернете на профильных сайтах;

- действия региональных властей по привлечению туристов в ту или иную дестинацию;

- характеристика региона в СМИ, положительная или отрицательная репутация оказывает влияние на привлечение туристов.

Выводы. В исследовании, была предпринята попытка анализа связи между туристической мотивацией и имиджем туристической дестинации до, во время и после путешествия.

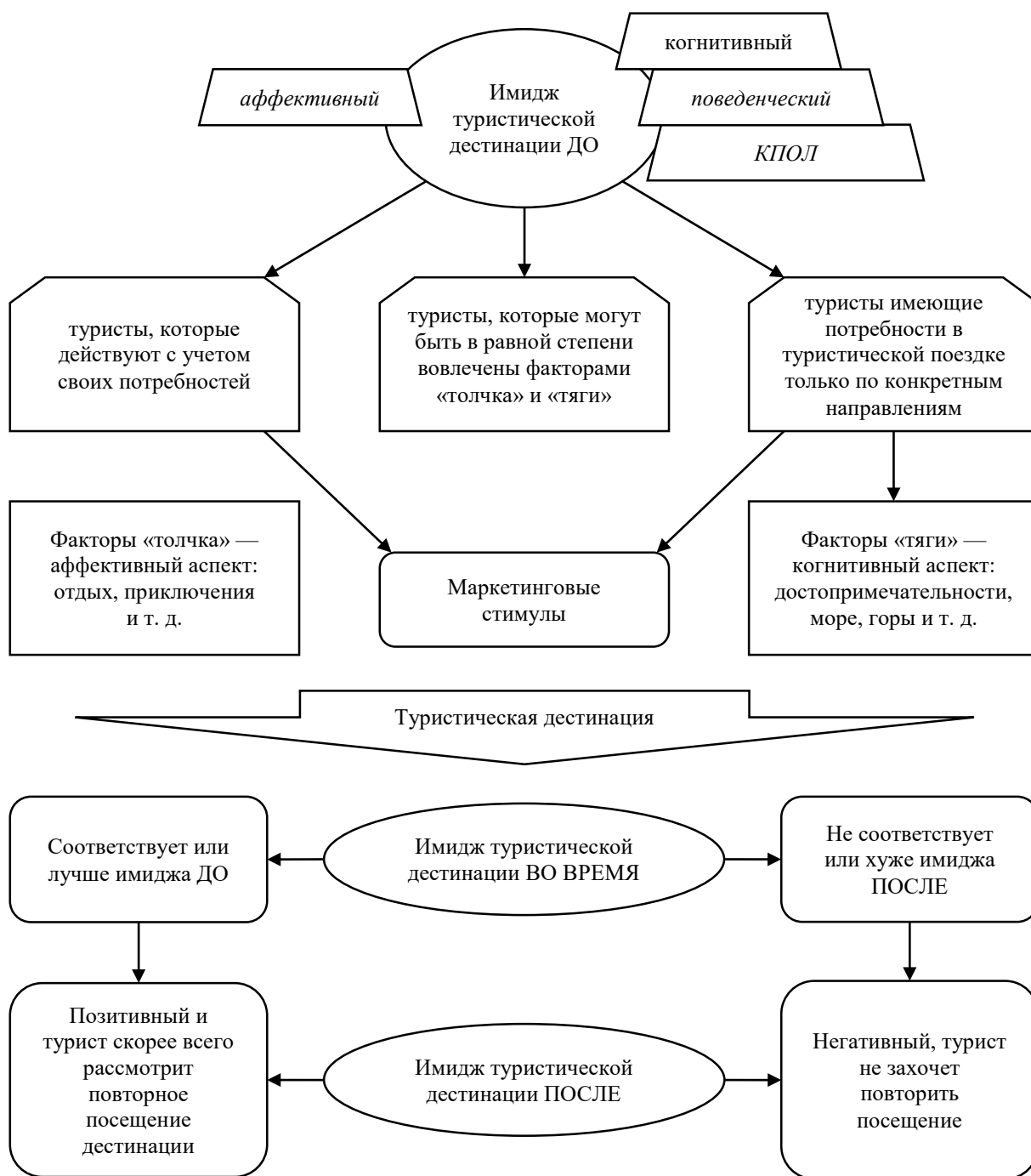


Рисунок 1 – Концепция формирования имиджа туристической дестинации

Было выявлено, что существует прямая взаимосвязь между туристской мотивацией, намерением посетить определенную дестинацию и имиджем туристической дестинации. Различные мотивы, которые стимулируют туристов к путешествиям, оказывают прямое влияние на имидж туристического направления и вызывают у туриста желание повторить

визит. Если же имидж туристической дестинации во время поездки по каким-либо причинам не соответствует мотивам, побудившим туриста к путешествию, то данный факт вызывает у туриста глобальную неудовлетворенность, которая приводит к невозможности возвращения в данную дестинацию в будущем. Другими словами, «интеллектуальные» и «аффилированные» мотивации оказывают положительное влияние на когнитивное измерение имиджа; в то время, как только мотив «побега» положительно влияет на аффективную составляющую имиджа.

На имидж туристической дестинации в целом влияют социально-психологические мотивы. Однако, какой же именно компонент влияет в большей степени: когнитивный или аффективный, с точностью утверждать нельзя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Asunción Beerli-Palacio, Josefa D. Martín-Santana, (2018) «Cultural sensitivity: an antecedent of the image gap of tourist destinations», Spanish Journal of Marketing, ESIC, Vol. 22 Issue: 1, pp. 103–118.

2. Asunción Beerli-Palacio, Josefa D. Martín-Santana. How does confirmation of motivations influence on the pre- and post-visit change of image of a destination? European Journal of Management and Business Economics, Volume: 26 Issue: 2, 2017.

3. Prayag G. and Hosany, S. (2014), «When Middle East meets West: understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates», Tourism Management, Vol. 40, pp. 35–45.

4. Seebaluck N. V., Munhurrun, P. R., Naidoo, P. and Rughoonauth, P. (2015), «An analysis of the push and pull motives for choosing Mauritius as ‘the’ wedding destination», Procedia – Social and Behavioral Sciences, Vol. 175, pp. 201–209.

5. Wang C., Qu, H. and Hsu, M.K. (2016), «Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference», *Tourism Management*, Vol. 54, pp. 58–71.

6. Mano Rui A., da Costa A.A Conceptual Model of the Antecedents and Consequences of Tourist Destination Image. *Procedia Economics and Finance*. Volume 23, 2015, pp. 15–22.

7. Li, Chunxiao (2013) Understanding the destination choice: a study of the Chinese long-haul outbound tourists. PhD thesis, University of Nottingham. URL: <http://eprints.nottingham.ac.uk/14608/1/602369.pdf>.

УДК 338.486

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

**CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT
OF GASTRONOMIC TOURISM**

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Меметова А. Р., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. R. Memetova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе освещены современные тенденции гастрономического туризма.

Annotation

The work highlighted the current trends in the development of gastronomic tourism.

Ключевые слова: гастрономический туризм, тенденции развития, гастротуры, кулинарный туризм.

Keywords: gastronomic tourism, innovation, developments trends, gastronomic tours.

Введение. Гастрономический тур как услуга — это нечто большее, чем просто путешествие, поскольку он является хорошо продуманным комплексом мероприятий для дегустации 2 традиционных в определенной местности блюд, а также отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый вкус. Гастрономические туры рассчитаны на несколько дней. В составе гастрономического тура может быть включено посещение лучших ресторанов, участие в приготовления блюд, экскурсии на предприятия питания, традиционном празднике с культурной программой и посещение кулинарных и винных курсов [1].

Гастрономический туризм — это один из видов направлений туризма. Он стремительно набирает популярность и почитателей, что поспособствовало появлению гастротуров, они особенно актуальны в местности с уникальными продуктами, рецептами блюд, которые можно встретить исключительно в данном регионе.

Гастротуры дают туристу возможность за короткий срок познакомиться с кулинарными традициями других стран, оценить гастрономические возможности, а также сформировать свое мнение о национальной кухне. Вся кулинарная поездка сопровождается гурманскими изысками данного региона, возможно посещение винного завода, сыроварни [2].

Цель исследования определить основные направления и проблемы развития гастрономического туризма.

Результаты исследования. Тема исследования потребовала изучение специальной литературы по нескольким направлениям. Среди авторов, занимавшихся вопросами создания, управленческого обследования и маркетингового анализа, позиционирования и продвижения турпродукта на

традиционном рынке, понятия технологических процессов в туризме необходимо отметить специалистов по международному туризму, экономике, менеджменту и маркетингу туристской отрасли — А.Ю. Александровой, В.А. Квартальнова, И.А. Фрейкину, М.Б. Биржакова, А.П. Дуровича и других.

При описании гастрономических аспектов работы использовались источники таких авторов: А.В. Бабкин, Ю.М. Елфимова, О.Р. Железова, В.В. Коротенко, А.А. Линькова, Н.Е. Нехаева, Д.С. Радюк. В этих работах описывали туризм гастрономический как специальный вид туризма, перспективы его развития и современное состояние в мире и в России, влияние этнического гастрономического туризма на сохранение национальной кухни и самобытности народов, данный вид туризма рассматривался как инновационная туристическая модель в период глобализации, а также была подчеркнута актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий.

Крым, является новым субъектом Российской Федерации, и обладает исключительными природно-климатическими и историко-культурными ресурсами, необходимыми для успешного развития сферы туризма.

Развитию гастрономического туризма поспособствовало большое количество факторов, в том числе и рост актуальности программ о кулинарии по телевидению. Шеф повара лучших ресторанов получают всемирную известность, наряду с этим ресторанный бизнес становится модным.

Прогресс в развитии кулинарного туризма привел к появлению на туристическом рынке туристических агентств, специализацией которых является гастрономический туризм. Также появилось такое понятие как «ресторанные города», обязательным для их определения является наличие уникальных заведений общественного питания, которые представляют

различные кухни мира. Таковыми являются, например, Лондон, Нью-Йорк, Рим, Токио [3].

Потенциалом для развития гастрономического туризма обладает практически каждая страна в мире, так как в любой стране есть своя оригинальная традиционная кухня.

Понятие гастрономического туризма, взаимосвязь гастрономии и туризма широко изучено различными исследователями, однако совокупность возможностей, способов и методов воздействия гастрономического туризма на развитие регионального туризма в целом в современной научной литературе представлена фрагментарно.

Следует отметить, что планирование процесса создания нового туристского продукта региона, каким является гастрономический туризм, имеет важное значение для устойчивого развития туристской отрасли. При этом достижение эффективного развития возможно лишь при условии идентификации игроков, заинтересованных в функционировании данного направления в регионе, анализе их мотивации и потребностей.

Выводы. Для Республики Крым гастрономический туризм является новым, ещё не изученным явлением, требующим полной поддержки со стороны как муниципальных, так и региональных властей. Из интервью, проведенных с представителями данной группы, очевидно, что управленческие решения, связанные с разработкой нового турпродукта, должны включать в себя действия, направленные на координацию, руководство и популяризацию. Кроме того, было установлено, что роль региональных властей в данном секторе должна заключаться в объединении всех заинтересованных игроков рынка в целях информирования как потребителей данных услуг, так и участников, оказания всесторонней рекламной и маркетинговой поддержки, поскольку именно эта группа заинтересованных сторон имеет ресурсы и рычаги управления,

необходимые для установления связи с участниками туристского сектора в целях успешной реализации стратегии развития гастротуризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Нехаева Н. Е. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России / Н. Е. Нехаева, Ю. С. Терехова / Естественные и математические науки в современном мире. — 2015. — № 9 (33). — С. 82–88.

2. Елфимова Ю. М. Перспективы развития гастрономического туризма в России / Ю. М. Елфимова. — Экономические, инновационные и информационные проблемы развития региона : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (15-16 апреля 2014). — Ставрополь, 2014. — 189 с.

3. Коротенко В. В. Современное состояние и перспективы развития гастрономического туризма в России / В. В. Коротенко, В. Л. Погодина / Географическая наука, туризм и образование: современные проблемы и перспективы развития : материалы IV Всерос. науч.-практ. интернет-конференции. — Новосибирск, 2015. — 195 с.

УДК 338.48

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПУТЕШЕСТВИЙ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

VIRTUAL TOURISM AS A SOLUTION TO THE PROBLEM OF TRAVELING PERSONS WITH DISABILITIES

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Бехтольд Н. В., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Юрьева Л. Ю., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

N. V. Bechtold, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

L. Y. Yurieva, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В исследовании обоснована необходимость развития виртуального туризма для решения проблем путешествий лиц с ограниченными возможностями. Проанализировано современное состояние виртуального туризма.

Annotation

The study substantiates the need for the development of virtual tourism to solve the problems of travel for persons with disabilities. Analyzed the current state of virtual tourism.

Ключевые слова: виртуальный туризм, реабилитация, путешествие, лица с ограниченными возможностями.

Keywords: virtual tourism, rehabilitation, travel, persons with disabilities.

Введение. Досуг, отдых, рекреация — это главное и приоритетное в человеческой жизни, наряду с производственной деятельностью. Для многих людей, которые не имеют возможности участвовать в продуктивной сфере деятельности из-за недостаточно физически активного здоровья, отдых занимает важное значение в их жизни. Для инновационного развития туристских дестинаций характерны тесные и постоянные отношения между бизнесом и наукой, что требует условий, снижающих барьеры взаимодействия и обмена (учитывая предмет отношений). Институты, организации, сети призваны обеспечить рыночные и вне рыночные взаимодействия различных субъектов (носителей знаний, ресурсов, исполнителей работ, регуляторов и пр.). При разработке и внедрении

инноваций необходимы различные услуги, операции, работы, выполняемые сторонними организациями в рамках соответствующего рынка или на основе сотрудничества. Инновационный путь получения прибыли должен стать основой предпринимательства в туристической сфере.

Туризм один из главных способов в процессе реабилитации, оздоровления, отдыха, который положительно влияет на развитие способностей, навыков, компетенции, интеграции в социальную жизнь, а также является уникальным средством для рекреации и реабилитации для людей с ограниченными возможностями.

Цель исследования обоснована необходимостью предоставления возможности государством принимать участие в создании инвалидам комфортных условия для достижения равного со своими согражданами уровня жизни, в том числе в сфере образования, занятости, участия в общественной жизни. Этому призвана помочь система комплексной реабилитации как самостоятельная область научной и практической деятельности, сегодня с учетом нововведённых и усовершенствованных организаций туризма все большее число инвалидов предпочитают проводить время отдыха в путешествии, на туристских базах и т. д.

Результаты исследования. Деятельность по социальной реабилитации инвалидов организуется на федеральном, региональном и местном уровнях соответствующими органами исполнительной власти и местного самоуправления и осуществляется находящимися в их ведении учреждениями. В настоящее время в мире можно наблюдать как вводят разнообразные новшества в типы упреждений социальной реабилитации, отражающие приоритеты региональной политики в отношении инвалидов, а также экономические, географические, демографические, социологические и иные особенности региона. Реабилитационные учреждения должны быть оборудованы техническими средствами для более удобного и беспрепятственного доступа инвалидов с любыми

ограничениями жизнедеятельности, располагающих основными видами коммунального благоустройства.

Туризм для особых категорий населения приобретает своё социальное значение и объясняется это тем, что число лиц с разнообразными видами ограничения жизненных возможностей неустанно растёт. Для того, чтобы помочь людям с ограниченными возможностями окунуться в яркий мир путешествий, и был придуман виртуальный туризм.

Главная функция виртуального туризма с социальной точки зрения является воспроизводящей функцией, которая направлена на восстановление сил. Виртуальный туризм не ограничивается инертной формой восстановления физических и психических сил, а использует формы, благодаря которым можно изменить характер деятельности и окружающие условия, активно познавать явления природы, традиции, устанавливать новые социальные контакты, дружеские и деловые связи.

Ключевые позиции решения проблем решающие задачи виртуального туризма:

- создание комфортных досуговых условий для инвалидов;
- повышение уровня социальной адаптации инвалидов;
- разработка и апробация новой формы досуговой услуги (виртуальный туризм) для получателей социальных услуг;
- преодоление социальной изолированности лиц с ограниченными возможностями.

Для примера мы хотели бы привести проект «Виртуальный туризм», который на данный момент реализуют в Калининградской области. Идея проекта — разработать программу демонстрации туристских объектов при помощи слайд-шоу, видеофильмов, а также очков виртуальной реальности, которые способствуют полному погружению человека. Так же используются интерактивные панорамы. Они представляют собой ряд изображений, снятых на широкоугольный объектив последовательно друг

за другом и соединенные вместе, являются более информативным материалом, чем статичные фотографии, оставляя у виртуального гостя полную иллюзию присутствия в помещении. Проект уже был реализован на базе трех учреждений и признан инновационным в работе с людьми пожилого возраста находящимися в состоянии не возможности передвижения, так же в проектной деятельности приняли участие представители группы маломобильных граждан среднего возраста, находящихся в учреждениях для пожилых и инвалидов.

На базе интерактивных панорам сегодня создаются туры, экскурсии, и даже презентации различных стран.

Очень радует, что аналогичные проекты получили свое развитие в Санкт-Петербурге, Анапе, Барнауле, Суздале, Оренбурге, Астрахани, Воронеже и других городах России.

Выводы. Мы считаем, что туризм действительно одна из важнейших отраслей, так как оказывает влияние не только на удовлетворения человеческих потребностей, таких как отдых, развлечения, но и поддерживает, укрепляет и восстанавливает здоровье.

Технологии не стоят на месте. Чтобы успешно продвигаться на рынке, компаниям необходимо постоянно обновлять и совершенствовать свои продукты, добавлять новые функции, заинтересовывать покупателей приятным внешним видом. И наконец это коснулось и сферы туризма. Виртуальный туризм — это огромный шаг в будущее как для туристских компаний, путешественников, так и для лиц с ограниченными возможностями.

Виртуальный туризм удовлетворительно влияет на развитие личности. Он обладает восстановительной функцией и несет в себе большой гуманитарный потенциал. На данный момент виртуальный туризм становится все более доступным для людей с отклонениями по здоровью, с инвалидностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Компания «3DPanorama» [Электронный ресурс] // Официальный сайт. — 2011. — Режим доступа : <http://3dpanorama.kz> (дата обращения : 12.02.2019).
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс. — М. : Экономика, 2009. — 105 с.
3. Социальный проект «Виртуальный туризм» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://csonovoch.ru/neosnovnyye-uslugi/socialnyy-proekt-virtualnyy-turizm>.
4. Виртуальный туризм для пожилых и инвалидов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://молодыдушой.рф/projects/details/24>.

УДК 338.4

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

MODERN TRENDS OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Гасанова Е. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. A. Gasanova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Проанализированы задачи, функции и принципы развития сельского туризма. Определен значительный эффект на экономическое и социальное развитие сельской

территории. Выделена важная задача сельского туризма, заключающаяся в обеспечении занятости сельского населения. Проведена краткая оценка развития сельского туризма.

Annotation

Analyzed the tasks, functions and principles of development of rural tourism. A significant effect on the economic and social development of a rural territory has been determined. The important task of rural tourism is highlighted in providing employment to the rural population. A brief assessment of the development of rural tourism.

Ключевые слова: сфера туризма, развитие сельского туризма, экология, экономический рост.

Keywords: tourism, rural tourism development, ecology, economic growth.

Введение. Индустрия путешествий и туризма входит в число крупнейших в мире. Деградирующие последствия туризма стали серьезной проблемой и главной задачей по их устранению на территориях участвующих в туристской деятельности. С учетом этого возникла концепция устойчивого туризма с целью уменьшения негативных последствий туристической деятельности, которая стала общепризнанной в качестве желательного и политически целесообразного подхода в развитии туризма.

Устойчивый туризм возник отчасти как негативная и реактивная концепция в ответ на многие вызовы индустрии туризма, такие как экологический ущерб и серьезные последствия для общества и традиционных культур.

Устойчивое развитие туризма отвечает потребностям современных туристов и принимающих регионов, защищая и расширяя возможности для их перспективного взаимодействия. Предполагается, что это приведет к управлению всеми ресурсами таким образом, чтобы экономические, социальные и эстетические потребности могли быть удовлетворены при сохранении культурной целостности, основных экологических процессов, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения.

Цель исследования — провести оценку развития сельского туризма, выделить эффект от экономического и социального развития сельской территории. Определить задачи, функции и принципы развития сельского туризма.

Результаты исследования. Устойчивое развитие туризма заключается в развитии экономического, социального и экологического туризма, направленное на постоянное совершенствование. Индустрия туризма имеет потенциал для экономического роста и содействия устойчивому развитию, путем создания рабочих мест отдаленных от культурного центра территорий и сохранности окружающей среды.

Целью устойчивого туризма является обеспечение баланса между охраной окружающей среды, поддержание культурной целостности, установлением социальной справедливости, удовлетворением потребностей принимающего населения, при этом повышая уровень жизни местного населения в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

В общественном туризме устойчивое развитие применяется для улучшения качества жизни населения вследствие оптимизации местных экономических приобретений, защиты природной и созданной (искусственной) среды, обеспечения высокого качества обслуживания посетителей. Сложные системы природы, общества и экономики, представляющие собой особенности природного и культурного наследия, стали популярными туристическими направлениями для отечественных и иностранных туристов за их уникальные биологические, культурные, эстетические и научные ценности. Развитие туризма, связанного с сельскохозяйственным наследием, которое создает как преимущества, так и проблемы. С одной стороны, дает значительные экономические и социальные выгоды, которые повышают культурную осведомленность и доверие, а также благосостояние местного населения. С другой стороны, биологическая среда объектов сельскохозяйственного наследия является

весьма чувствительной, хрупкой и уязвимой к нарушению окружающей среды, что способствует пониманию и осознанию общественностью необходимости охраны окружающей среды. Ситуация усугубляется изменением климата, которое, например, приводит к постоянному снижению запасов воды. Поэтому участники традиционного сельского хозяйства сталкиваются с серьезными проблемами истощения земельных и водных ресурсов.

Субъекты сельского туризма осознают, что основной составляющей успеха в организации сельского туризма является окружающая среда. Каждый участник осознает необходимость уважительного и осторожного обращения с окружающей средой. Присутствует необходимость в бережном отношении к природе, соблюдение сохранности ее в первозданном виде, что позволит уберечь ее аутентичность и разнообразие. Сельский туризм растет и развивается как неотъемлемая часть окружающей среды, на устойчивой основе, сохраняя самобытность местности и восстанавливая утраченные виды деятельности, такие как натуральное хозяйство. Жизнеспособность сельского туризма заключается в дополняющей функции и совместимости с традиционными видами деятельности, в том числе и в доходной части. Кроме того, он сохраняет все сельские места обитания, ценности и образ жизни. В последние десятилетия городская жизнь наполнена суетой и беспокойством и подходящей альтернативой для туристов, особенно в развитых странах стал сельский туризм.

Выводы. В обществе двадцать первого века городские ландшафты, парки, зоны отдыха, крупные гостиничные сети, развлекательные центры довольно похожи друг на друга и не имеют идентичности. Несколько другими характеристиками обладает сельский туризм, где сельская среда имеет свои преимущества, так как она демонстрирует ценность реальности, вне зависимости от масштабов, функциональности.

Возникающий спрос на услуги и инфраструктуру на территории сельской местности, приносит круглый год доход людям, живущим в этих природных районах. При функционировании экологического туризма, для сельского населения существует прекрасная, дополнительная возможность пополнить семейный бюджет не только традиционными способами ведения сельского хозяйства и животноводства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Волков С. К. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития / С. К. Волков // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 6 (17). — С. 30–38.

2. Мозгунов Н. А. Сельский туризм как фактор развития территории (на примере Орловской области) / Н. А. Мозгунов // Региональные исследования. — 2010. — № 2. — С. 69.

3. Интернет-Журнал «Сельское хозяйство в России» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : selhozrf.ru/node/1349.

УДК 338.4

ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТРАНЫ И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В ТУРИСТСКИХ ЦЕЛЯХ

MILITARY AND HISTORICAL POTENTIAL OF THE COUNTRY AND ITS IMPLEMENTATION IN THE TOURIST OBJECTIVES

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Данченко В. С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. S. Danchenko, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В последние годы военно-историческое наследие страны стало основой для создания новых туристических продуктов, способствующих увеличению туристического потока. Примером использования таких объектов и мест является создание различных тематических проектов. Особое внимание уделено активной популяризации военно-исторического вида туризма. Рассмотрены положительные тенденции развития культурно-исторического туризма в решении сезонности деятельности туристской отрасли.

Annotation

In recent years, the country's military-historical heritage has become the basis for the creation of new tourism products, contributing to an increase in tourist flow. An example of the use of such facilities and places is the creation of various thematic projects. Particular attention is paid to the active popularization of military-historical type of tourism. The positive trends in the development of cultural and historical tourism in addressing the seasonality of the tourism industry are considered.

Ключевые слова: объекты и военно-исторические места, военно-культурный туризм, тематическая тропа, маршрут.

Keywords: objects and military-historical sites, military-cultural tourism, thematic path, route.

Введение. Объекты и военно-исторические места, отнесенные к категории культурного наследия, являются элементом содействия развитию различных форм туризма. Военно-исторический, военно-культурный туризм играют важную роль в развитии познавательного и исторического туризма. Изучая современный ландшафт России, наблюдается огромное количество оборонительных сооружений, полей сражений и военных кладбищ, которые являются свидетельством множества трагических событий двадцатого века. Вечная память о прошедших событиях и героических личностях вписаны в историю страны и имеют символическую природу, которая придает этому пространству особое значение.

Цель исследования состоит в рассмотрении военно-исторического потенциала страны и способности его реализации в туристских целях.

Результаты исследования. Достопримечательности, известные как военные памятники, играют важную роль в жизни общества, являясь источником удовлетворения социальной потребности в коллективной памяти.

Во многих странах растет интерес общества к милитаризации, военному делу и празднованию исторических событий, что в свою очередь, способствовало увеличению мероприятий по защите военно-исторических объектов и интенсификации процессов преобразования их в туристические достопримечательности.

В широком понимании они начали восприниматься и трактоваться как историческое наследие, а популярность этих объектов способствует поиску и развитию новых возможностей [1].

Огромным потенциалом в развитии военно-исторического и культурно-патриотического туризма обладает Крымский регион. В связи с чем, следует говорить о необходимости привлечения туристов к большому количеству исторических памятников и военно-мемориальных объектов.

Особый интерес туристов увлеченных историей Отечества, вызывают различные фортификационные сооружения, архитектура старинных зданий, история отдельных сражений Великой Отечественной войны и Крым как дестинация готов к новому пути развития туризма, поэтому на современном этапе весьма актуальным станет разработка новых уникальных туристских продуктов для усиления въездного туристского потока в регион [2].

Необходимость генерирования туристического потока с учетом их местоположения и доступности связи, способствует, появлению новых проектов по адаптации военно-исторических объектов, направленных на использование в туристических и рекреационных целях.

Наибольшие проблемы в развитии военно-исторического туризма имеют поврежденные, разрушенные и малоизвестные объекты. Соответственно возможным, допустимым и желательным вариантом решения подобных проблем заключается в том, чтобы включить их в качестве исторических объектов в туристический маршрут (тур), для привлечения туристов.

Использование подобных услуг в городах и регионах будет способствовать росту туристического потока, увеличению доходов — как для местных органов власти, так и для занятых жители. Такое решение позволит создавать новые и восстанавливать старые военно-исторические объекты, а также содержать их в соответствующем состоянии. Более того, это повысит историческую значимость и грамотность в патриотическом воспитании подрастающего поколения.

Рассматривая развитие военно-исторического направления в стране, подчеркивает, что активная часть туристских маршрутов военно-исторической тематики по местам боевой славы разрабатывались в постсоветский период. Современный этап в развитии героико-патриотического воспитания молодежи, освещение военно-исторического прошлого нашей страны являются важными приоритетами социальной политики Российского государства [3].

Выводы. На сегодняшний день значение объектов и мест военно-исторического характера составляют основу для создания различных туристических продуктов. Культурная необходимость и желание сохранить память о прошлом, рассматривается как один из факторов, влияющих на создание маршрутов по объектам связанных с военными операциями Второй Мировой Войны.

Разнообразие объектов и мест делает этот продукт ориентированным на различные группы туристов, особенно на иностранных туристов. Малоизвестные места военно-исторического характера, как часть историко-

культурного наследия, могут стать интересной туристической достопримечательностью, просто благодаря включению в тематический маршрут.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2002. — 320 с.

2. Щербакова С. А. Обоснование туристско-экскурсионного маршрута «Смоляне в судьбе и истории Крыма» / С. А. Щербакова, К. В. Купченко // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2015. — № 1, Т. 9. — С. 108–113.

3. Полищук Н. Э. Военно-исторический туризм как ключевое направление развития туристской отрасли в Южном федеральном округе (на примере города федерального значения Севастополя) / Н. Э. Полищук // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. Сборник научных трудов. — Симферополь, 2016.

УДК 338.48

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО И ШКОЛЬНОГО ТУРИЗМА

CONCEPTUAL BASES FOR THE DEVELOPMENT OF CHILDREN AND SCHOOL TOURISM

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Дубина В. Д., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. D. Dubina, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены тенденции развития туристско-рекреационного комплекса региона, выделены направления инновационного развития курортных территорий и рынка туристско-рекреационных услуг для детей, Определены тенденции развития туристско-рекреационного комплекса для детского туризма с точки зрения влияния на региональную экономику.

Annotation

The paper examines trends in the development of the tourist and recreational complex of the region, highlights the areas of innovative development of resort areas and the market of tourist and recreational services for children. Defines the development trends of the tourist and recreational complex for children's tourism in terms of their impact on the regional economy.

Ключевые слова: туристско-рекреационный комплекс, рынок туристско-рекреационных услуг, стратегия, планирование.

Keywords: tourist and recreational complex, market of tourist and recreational services, strategy, planning.

Введение. Вклад детского и школьного туризма в социальное развитие страны очень значителен, так как он является важным способом передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, одним из путей социализации личности. Концепция школьного туризма в России становится практическим инструментом совершенствования формирования современной государственной политики Российской Федерации в сфере туризма. Это подтверждается работами таких ученых, как: Е.А. Маслаковой, М.А. Егоровой, Ю.С. Константинова, М.М Сониной, Е.В. Оргиной и др.

Целью исследования является определение механизма совершенствования управления и развития туристских услуг в детском и юношеском туризме.

Результаты исследования. Детско-юношеский туризм существует в формах, предполагающих активное движение по маршруту (спортивный и экспедиционный туризм) и в формах экскурсионных поездок, организуемых с целью осмотра природных или культурных достопримечательностей.

Детский туризм классифицируется по различным критериям: территориальному признаку, по целям путешествия детей, по способу организации, по продолжительности походов и путешествий, по форме организации, по используемым транспортным средствам, по способу финансирования, а также сезонность.

Существует специфика разработки детского и школьного туризма, где требуется при проектировании поэтапная, последовательная разработка программы. Организация и проведение туристского путешествия регламентируются федеральными законами, государственными стандартами, санитарно-эпидемиологическими правилами и нормами, ведомственными инструкциями и пр. Таким образом, порядок организации детского туризма весьма сложен. На него распространяются законодательные акты, регулирующие туристский бизнес, он имеет ярко выраженную социальную окраску и необходимо постоянно помнить, что имеешь дело с очень специфическим контингентом, детьми и подростками, чьи права строго охраняются законодательством.

Нормативно-законодательный блок организационно-экономического механизма представлен Федеральными законами «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» [1], «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2], «О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города

федерального значения Севастополя» [3], Налоговым кодексом и пр. Перечисленные нормативно-законодательные акты определяют основные принципы региональной и государственной политики, определяют порядок эффективного использования туристско-рекреационных ресурсов, порядок налогообложения данной деятельности и пр. Степень регулирования различных аспектов туристско-рекреационной деятельности действующими законами можно считать достаточной. Стратегии социально-экономического развития в соответствие с Национальными и региональными проектами, разрабатываемыми по указу «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [4].

Эффективное государственное и региональное управление развитием туристско-рекреационного комплекса дестинации подразумевает стимулирование массового спроса на туристские услуги в детском туризме со стороны как отечественного, так и зарубежного потребителя, а также обеспечение благоприятных условий развития курортных территорий региона. Проблема увеличения емкости рынка туристско-рекреационных неразрешима без весомой финансовой поддержки государства, устранения барьеров на пути развития крупного и малого бизнеса; снижения уровня экономического и инвестиционного риска при расширении спектра туристско-рекреационных услуг; внедрения прогрессивных методов управления региональным развитием.

Выводы. Основными задачами дальнейшего развития туристско-рекреационного комплекса являются улучшение инфраструктуры курортных территорий и улучшение материально-технического обеспечения организаций; развитие различных видов туризма и санаторно-курортного лечения и расширение спектра оказываемых услуг, ориентированных на разные сегменты рынка; развитие новых видов туризма и санаторно-курортного лечения с целью достижения

круглогодичного функционирования туристско-рекреационного комплекса и сглаживание сезонности функционирования организаций комплекса; создание благоприятного инвестиционного климата в регионе; изменение ценовой политики, приведение в соответствие качества рекреационных услуг их цене, введение системы скидок в период межсезонья, а также для отдельных категорий граждан; государственная поддержка среднего и малого бизнеса; детенизация деятельности организаций и самозанятых лиц, реализация эффективной маркетинговой стратегии и брендинг Республики Крым на международном и внутреннем рынках; повышение эффективности управления в отрасли, а также непрерывное развитие трудового потенциала, как фактора эффективности функционирования туристско-рекреационного комплекса региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах : Федеральный закон Российской Федерации от 23.02.1995 № 26-ФЗ.

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон Российской Федерации от 24.11.1996 № 132-ФЗ.

3. О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя : Федеральный закон Российской Федерации от 29.11.2014 № 377-ФЗ.

4. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204.

УДК 338.48

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА

MAIN FACTORS OF COMPETITIVENESS OF TOURISM SECTOR

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Сапраньков В. А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. A. Saprankov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе выделены основные факторы конкурентоспособности туристских предприятий. Цель настоящего исследования состоит в оценке и определении факторов конкурентоспособности туризма с использованием системного подхода и методов мониторинга конкурентоспособности, анализа современных потребностей рынка туризма. В исследовании применялись методы научного исследования. Проведенное в работе исследование, позволяет сделать вывод о том, что конкурентоспособность туристского сектора вносит существенный вклад в экономическое развитие.

Annotation

The work highlighted the main factors of competitiveness. The purpose of this study is to assess and determine the factors of competitiveness of tourism using a systematic approach and methods of monitoring competitiveness, adapted to analyze the current needs of the tourism market. The study used the methods of scientific research. The work carried out allows us to conclude that the competitiveness of the tourism sector makes a significant contribution to economic development.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы, туристический продукт, туристические услуги, глобализация.

Keywords: competitiveness, factors, tourism product, tourism services, globalization.

Введение. Современный мир, постоянно сталкивающийся с вызовами и возможностями глобализации, туризм ярко выделяется как один из важнейших и растущих секторов экономики. Исторически рынки туризма были национальными и региональными, то есть изолированными друг от друга. В последние десятилетия стираются границы между национальными туристическими компаниями, общая тенденция роста доходов позволяет отдельным туристам, а также отдыхающим с семьями путешествовать на значительные расстояния. Повышение качества туристских продуктов и услуг, инновации в области транспорта и коммуникаций, новейшие методы туристического маркетинга и другие факторы в значительной степени способствуют развитию глобального туризма.

Цель исследования — выявить основные факторы конкурентоспособности индустрии гостеприимства.

Результаты исследования. Конкурентоспособность туристических направлений становится важной составляющей для стран, лидирующих и способных контролировать большую долю туристского рынка. Для стран в значительной степени зависящих от ситуации в сфере туризма и туристической индустрии это особенно актуально.

М. Портер отмечает, что в современной экономической ситуации, когда конкуренция в мировых масштабах растет, роль государства становится наиважнейшей составляющей. Отличия в национальных ценностях, культуре, структуре экономики, в существующих организациях и историческом развитии — все это существенно влияет на достижение успешной конкурентоспособности [1].

Существуют значительные различия в структуре конкурентоспособности для каждой из стран, поскольку ни одно государство не может быть конкурентоспособно во всех, или хотя бы в большинстве отраслей. В конце концов, конкретные государства достигают успеха в определенных отраслях в связи с тем, что внутренние условия

оказываются в соответствующих случаях наиболее благоприятными, динамичными и перспективными [2].

Некоторые страны не богаты природными ресурсами или высокоразвитыми отраслями промышленности и они, как правило, концентрируют свои усилия на развитии индустрии туризма и услуг. В научной литературе анализируются различные факторы конкурентоспособности туристического сектора. Они связаны с рыночной конъюнктурой, уровнем социального развития, экологической политикой, базой человеческих ресурсов, качеством инфраструктуры, технологическим прогрессом и другими сферами развития. Степень развития сильно коррелирует с конкурентоспособностью туристических направлений. Конкурентоспособные туристские направления предлагают более широкий ассортимент туристских продуктов; для привлечения потенциальных посетителей, используется их исключительный имидж (например, природные пейзажи, чистые озера, продвинутая экологическая политика, являющаяся идеальной нишей для экологического туризма и экологически чистого имиджа страны); предоставляют услуги исключительно высокого качества.

Экономическая эффективность процессов обеспечения высокого уровня конкурентоспособности страны зависит от методов, среди которых:

- конкурентные (механизмы рыночной саморегуляции, устранение барьеров свободной конкуренции, контроль по проявлению монопольного поведения);

- ценовые (система ценообразования, налогообложения, внешнеэкономическая политика);

- протекционистские (защита национальной экономики от иностранных конкурентов);

- неценовые (инвестиции в науку, технологии, инфраструктуру) [2].

Конкурентоспособность туристического сектора включает в себя множество факторов, таких как:

– природная среда (географическое положение, погода и климат, компоненты природы влияющие на духовную сферу пейзажи и т.д.);

– искусственная среда (туристическая инфраструктура, транспорт, рекреационные учреждения, предоставление услуг отдыха и развлечений, розничные магазины, гостиничная сеть, историко-архитектурные и культурные объекты);

– глобализация рынков [3].

Выводы. Выявление и оценка факторов конкурентоспособности в индустрии туризма является долгосрочной исследовательской проблемой для многих научных исследований, и не существует четко рекомендованного метода, который можно было бы использовать для определения качества услуг и туристического продукта.

Повышая конкурентоспособность важно одновременно развивать, поддерживать, охранять и защищать существующие ресурсы, имеющие значение для туристических направлений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Porter M. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance / M. Porter. — New York : The Free Press, 1992. — 557 p.

2. Мухамедова З. Х. Конкурентоспособность национальной экономики: эволюция экономических школ, теории и концепции / З. Х. Мухамедова, С. Х. Гундобина // Ученые записки. — 2018. — № 2 (60). — С. 152–160.

3. Шнидман Н. А. Актуальность и важность повышения конкурентоспособности туристической сферы / Н. А. Шнидман // Молодой ученый. — 2017. — № 10. — С. 299–301.

УДК 338.486

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

DEVELOPMENT OF TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Ходус А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Антонюк Д., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. Khodus, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

D. Antonyuk, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Предметом исследования выступает инновационная деятельность в сфере туризма. Авторами подробно рассматривается понятие «инновации в сфере туризма» в контексте концепции стратегии инновационного развития. Рассмотрены направления деятельности инновационных технологий в индустрии гостеприимства. Описана специфика современных условий в области функционирования инновационных технологий.

Annotation

The subject of the research is innovation activity in the field of tourism. The authors consider in detail the concept of “innovation in the field of tourism” in the context of the concept of the strategy of innovative development. The directions of innovative technologies in the hospitality industry are considered. The specificity of modern conditions in the field of the functioning of innovative technologies is described.

Ключевые слова: инновации, туризм, инновационная деятельность, технологии.

Keywords: innovation, tourism, innovation, technology.

Введение. Актуальность предлагаемой темы исследования обусловлена рядом причин и закономерностей. Обеспечение устойчивого роста и повышение уровня конкурентоспособности экономики любой страны зависит от способности генерировать и использовать инновации. В связи с этим возникает задача интенсификации инновационных процессов на национальном уровне. В то же время, конкуренция в сфере инноваций постоянно ужесточается, как их научный уровень и сложность разработки. Это повышает требования к условиям, которые государство должно создать для результативной инновационной деятельности в частном и государственном секторе.

Цель исследования. Рассмотреть развитие технологий в индустрии туризма.

Результаты исследования. Развитие информационно-коммуникационных технологий изменило способ общения и ведение деловых отношений, например, маркетинговые стратегии на современном этапе придерживаются дешевого и быстрого подхода, основанного на сетевом методе, на персонализации, опыте, вовлеченности и разрешении в отличие от массовой коммуникации и разовой продажи.

Поиск новой и креативной концепции превзошли существующие рекламные модели, в результате чего возник инновационный рынок в индустрии гостеприимства. Индустрия туризма функционирует на основе интенсивного информационного общения с туристами и рынками. Интернет без сомнения, революционизировал индустрию туризма, став основным источником туристической информации в процессе определения и выбора продукта. Использование информационно коммуникационных технологий позволяет увеличить количество вариантов, доступных туристу при выборе мест отдыха, предполагает сокращение разрыва между спросом и предложением и, как следствие, делает туристическую индустрию все более конкурентоспособной. С инструментами, которые предлагает Интернет, от

бронирования сайтов до пользовательского контента, описывающего направления и практический опыт, выбор приобретения в туризме больше не ограничивается узнаваемыми брендами или направлениями.

В индустрии туризма широкий выбор и использование современных инструментов создали новый тип клиента, клиент, который независим и больше вовлечен в процесс планирования маршрута, становится все более зависимым от электронных средств информации для передачи и потребности [1].

Современный тип туриста вышел на совершенно другой уровень, где актуальная информация распространяется через Интернет. Web 2.0 и социальные сети способствовали переменам в индустрии туризма.

Социальные медиа в туризме становятся основным направлением, играющей важную роль во многих аспектах туризма. Поиск информации, поведение при принятии решений и продвижение туризма сделал социальные сети одним из лучших способов взаимодействия с клиентами. Использование Интернета и других форм информационно коммуникационных технологий ведут к новой эре для мировой экономики [2].

Социальные сети меняют способ поиска, чтения и доверия путешественников и туристов, возможности совместно формировать информацию о поставщиках в индустрии туризма и туристических направлениях [1].

Современные смартфоны являются одним из самых современных средств рекламы, хотя они все еще находятся в зачаточном состоянии своего потенциала [2].

Приложение используемые в British Airways предоставляет пользователям такие привилегии, как мгновенный доступ к предстоящим рейсам, бронирование авиабилетов и услуги регистрации, посадочные талоны онлайн, уведомления о выходе на посадку и доступ к WIFI пароли.

Trip Advisor предлагает туристам более 225 миллионов пользовательских отзывов, мнений, фотографий и видео, помогая туристам спланировать идеальное путешествие, начиная с экономичных авиабилетов до лучших отелей, ресторанов и увеселительных мероприятий [3].

Многие направления разработали приложения, которые используют преимущества местоположения и контекста на основе услуг. Технология, такая как дополненная реальность позволяет пользователям просматривать реальные объекты и места по выбранной территории, получая при этом больше информации, глубина информации об объекте на смартфоне.

GPS (система глобального позиционирования) на смартфонах с технологией карт Google вооружил пользователей инструментами, позволяющими бродить по городу с точной информацией об их местонахождении.

Выводы. Технологии развивались и продолжают развиваться, проникая в каждый аспект нашей повседневной жизни. Современные мобильные приложения совершенствуют деятельность в индустрии туризма, развиваются полным ходом и имеют потрясающие результаты в цифровой индустрии.

Переход от настольных компьютеров и портативных компьютеров к смартфонам, способным выполнять несколько задач одновременно. Множество различных мобильных приложений вооружили смартфоны инструментами для преодоления препятствия для потребностей пользователя. Эти инструменты позволяют не только удовлетворить потребности пользователей, но и создают новые потребности, социальные потребности и цели, смешивая виртуальный мир с реальным миром.

Применение технологий в туризме с помощью таких инструментов, как Web 2.0, социальных сетей, пользовательского контента становится все более актуальным в повседневной жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гриценко Ю. Состояние и перспективы использования Интернета в туристском бизнесе России [Электронный ресурс] / Ю. Гриценко. — Режим доступа : <http://internet15.narod.ru/8.htm>.

2. Шаховалов Н. Н. Интернет-технологии в туризме [Электронный ресурс] / Н. Н. Шаховалов. — Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/shahovalov13.htm.

3. Семенович В. С. Интернет-технологии и коммерция в туризме: тенденции и прогнозы / В. С. Семенович // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. — 2012. — № 2. — С. 101–105.

УДК 331.65

АНАЛИЗ ПОДБОРА И НАЙМА ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

ANALYSIS OF THE SELECTION AND RECRUITMENT OF STAFF IN THE PROVISION OF HOTEL SERVICES

Резникова О. С., д. э. н., профессор,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

O. S. Reznikova,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Institute of Economics and Management,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Вопросы отбора и найма персонала являются едва ли не самым важным и в то же время самыми проблемными, ведь именно от сотрудников предоставляющие гостиничные услуги зависит качество выполняемых работ, успех клиентов, а в конечном итоге – успех самой компании.

Annotation

Questions of selection and recruitment of staff are perhaps the most important and at the same time the most problematic, because the quality of work performed, the success of customers, and ultimately the success of the company depend on the staff who provide hotel services.

Ключевые слова: гостиничные услуги, набор, отбор и найм персонала, ассортимент предоставляемых услуг.

Keywords: hotel services, recruitment, selection and recruitment, range of services provided.

Введение. Организационная структура предприятия индустрии гостиничного сервиса характеризуется совокупностью рабочих мест, должностей в штатном расписании и производственных подразделений, форм их взаимосвязей, обеспечивающих достижение стратегических целей гостиницы «Олимп», с целью повышения качества и расширения ассортимента предоставляемых услуг.

Сферой деятельности гостиницы «Олимп» является предоставление высококачественного сервиса, гостиничных услуг для временного проживания граждан.

Цель исследования. Основной целью системы набора, отбора и найма персонала в ООО «Олимп» является своевременное укомплектование гостиницы эффективно работающим персоналом в нужном количестве для достижения стратегических и тактических целей предприятия.

Результаты исследования. Управление персоналом в ООО «Олимп» основывается на базе следующих нормативных документов: Трудовой кодекс РФ, кадровая политика организации, правила внутреннего трудового распорядка, положение о персонале, должностные инструкции работников предприятия, приказы руководства. Другие локальные нормативные акты в трудовой сфере ООО «Олимп»: штатное расписание, положение о защите персональных данных, программа вводного инструктажа, регламенты проведения работ; СТП СР/09-07-02/ПР01 (97-ПР02-01) «Порядок организации и обеспечения офисных рабочих мест»; СТП СР/09-01-

01/ЗМУ01 «Методические указания по обеспечению безопасности персональных данных», личный листок по учету кадров.

Набор, отбор и найм персонала осуществляет отдел подбора, обучения и развития персонала, который в своей практической деятельности взаимодействует со всеми структурными подразделениями ООО «Олимп». Данный отдел ООО «Олимп» структурно подчинен директору компании. Возглавляет отдел начальник, в подчинении которого находятся менеджера по трудовым отношениям, менеджер по обучению персонала и секретарь отдела. Набор, отбор и найм персонала непосредственно осуществляет менеджер по трудовым отношениям, однако он сильно перегружен работой и часто не справляется со своими обязанностями в полном объеме. В его отсутствие наймом кадров занимается менеджер по обучению. Имеющиеся ресурсы в процессе выполнения работы по найму персонала в ООО «Олимп»: требуемые компетенции персонала, служебные помещения; средства информатизации и связи, в том числе информационные ресурсы (телефон, факс, доступ в Интернет, к электронной почте), программные продукты (1С, Microsoft Office, «Консультант Плюс»).

Найм сотрудников для ООО «Олимп», происходит различными способами. Один из них — это подача объявлений в газету и в Интернет. Второй способ поиска работников — это размещение объявлений на специальных стендах в тех районах, где требуется персонал. Впоследствии лучший вариант — когда работники приходят по рекомендации уже работающих в компании сотрудников.

Критерии, предъявляемые к кандидатам на работу в ООО «Олимп»:

1. Работники должны иметь определенный опыт или хотя бы стремиться к его получению. ООО «Олимп» осуществляет контроль за работой своих сотрудников, расставаясь с неорганизованными сотрудниками, на которых неоднократно поступали жалобы.

2. Внешний вид работников. Тут все очевидно — внешний вид должен вызывать приятные ассоциации профессионализма и уважения к клиентам.

3. Пунктуальность — очень важный критерий. Сотрудники компании должны быть готовы к нестандартному рабочему дню.

4. Честность и порядочность. Каждый сотрудник компании должен быть надежным.

5. Вежливость, радушие, приятные манеры также очень важны.

К работе нужно относиться не только ответственно, но и с радостью.

6. Способность к обучению. Важным критерием выбора сотрудника является способность легко и быстро обучаться. Потенциальный работник должен уметь обращаться.

7. Возраст потенциальных сотрудников компании строго не ограничивается — на работу готовы принимать людей до 45 лет.

Рассмотрим действующий в ООО «Олимп» порядок оформления на работу.

1. При принятии положительного решения администрация предлагает кандидату (только на позицию менеджера) письменное предложение работать, где прописываются все условия труда (оклад, график работы, отпуск, социальный пакет, предоставление корпоративной оргтехники), кандидат дает свое согласие и затем пишет заявление о приеме на работу на имя Генерального директора, которое визирует руководитель того структурного подразделения, где будет работать кандидат и менеджер по персоналу.

2. Представление кандидатом документов, необходимых для оформления трудовых отношений:

- паспорт;
- трудовая книжка;
- документ об образовании (диплом);
- свидетельство государственного пенсионного страхования;

- ИНН (если имеется);
- военный билет (для мужчин);
- 3 фотографии (3x4);
- удостоверения, свидетельства и другие документы подтверждающие, наличие второй профессии.

3. Направление на медицинский осмотр и постановку на воинский учет (только для мужчин).

4. Согласование между предприятием и кандидатом условий трудового договора.

5. Оформление трудового договора, его подписание сторонами трудовых отношений.

6. Подписание сторонами трудовых отношений договоров (соглашений), являющихся дополнительными по отношению к трудовому договору (например, ученического договора, договора о материальной ответственности и т.д.), в случаях, предусмотренных законодательством.

7. Издание Генеральным директором приказа о приеме кандидата на работу в качестве работника. Работник знакомится с приказом под роспись.

8. Оформление работнику трудовой книжки (в случаях, предусмотренных законодательством).

9. Оформление личной карточки работника (формы № Т-2).

10. Оформление личного дела работника (в случаях, предусмотренных законодательством). Личное дело ведется и хранится в соответствии с требованиями, предъявляемыми к конфиденциальным документам.

11. Ознакомление сотрудника под роспись с локальными нормативными актами (Положением об оплате труда и материальном стимулировании сотрудников, Положением о коммерческой тайне, Положением о материальной ответственности, должностной инструкцией, картами аттестации рабочего места, Кодексом поведения компании и т. д.).

12. Оформление приема нового сотрудника в системе «1С».

13. На рабочем месте новый сотрудник должен ознакомиться с рабочими инструкциями, пройти первичный инструктаж и расписаться в специальном журнале.

14. В срок, не превышающий неделю со дня подписания заявления Генеральным директором, Менеджер по персоналу передает в бухгалтерию персональные данные сотрудника.

Нового работника обязательно нужно обучить работе с профессиональным оборудованием и всем тонкостям мастерства. Перед тем как приступить к выполнению своих обязанностей, каждый сотрудник ООО «Олимп» проходит специальную систему отбора кадров (тестирование, собеседование), в результате которой определяются наиболее квалифицированные претенденты.

Сотрудники компании допускаются к работе только после прохождения обучения (теоретического и практического). Практическое обучение в компании проводят менеджеры.

Особую роль в обучении новых работников играет наставничество. Действительно, нет лучшего варианта обучения, чем работа под руководством опытного наставника. Отличным подспорьем для новых сотрудников являются и четко прописанные регламенты работ. Следуя им, они быстро адаптируются и становятся настоящими мастерами своего дела, гармонично вливаясь в трудовой коллектив компании. В зависимости от должности, на которую поступил новый сотрудник, проводится двухнедельная обучающая программа. Даже опытные профессионалы, переходящие в компанию ООО «Олимп», обязательно проходят базовый курс и знакомятся с ценностями компании, принципами и стандартами выполнения работ. Каждый сотрудник имеет возможность развиваться в одном или нескольких направлениях деятельности в зависимости от его предпочтений и способностей.

К тому же компания развивается и ощущает постоянную потребность в своем персонале. Одним из самых первых шагов в текущей социально-психологической адаптации выступает знакомство друг с другом вновь принятых сотрудников. Это дает возможность преодолеть ощущение чужеродности, обособленности в коллективе. Поэтому от того факта, как встретит его члены группы и менеджер, зависит многое. На менеджера в таком случае и ложится главная ответственность за процесс вхождения нового работника в коллектив. Все представление «новичка», формирование дружеской атмосферы, где тот чувствовал бы себя максимально свободно, постоянное внимательное отношение к появляющимся вопросам — все это является непосредственной обязанностью менеджера. Однако, к сожалению, у менеджера не всегда находится на это время. Конкретным выходом из сложившегося положения стало соответствующее введение должности наставника.

Данным наставником назначается исключительно опытный сотрудник, который имеет хорошие финансовые показатели своей работы и проявляет управленческие и организаторские способности. В дальнейшем из наставников формируется соответствующий кадровый резерв на все позиции менеджеров. Максимальное число стажеров у наставника – два, так что времени для того, чтобы уделить соответствующее внимание проблемам появившегося нового сотрудника, оказывается достаточно. Все новые сотрудники привлекаются активно к участию в различных корпоративных мероприятиях. Первым шагом профессиональной адаптации является соответствующее разъяснение новому сотруднику главного содержания его текущей профессиональной деятельности на самых первых собеседованиях с линейным менеджером и менеджером по трудовым отношениям ООО «Олимп».

Выводы. В заключении необходимо отметить, что квалифицированный персонал является главным залогом успеха

деятельности компании. Именно поэтому в ООО «Олимп» особое внимание уделяется набору, отбору и найму персонала. Управление набором, отбором и наймом персонала в компании осуществляет менеджер по трудовым отношениям, который сильно перегружен работой. Специалиста по найму в компании нет. Также в компании отсутствует специализированная компьютерная программа по найму персонала, которая существенно упрощала и ускоряла бы кадровую работу. Основным источником найма персонала – объявления в местных газетах и в сети Интернет, рекомендации ранее работавших в компании людей.

В ООО «Олимп» постоянно следят за тем, чтобы каждый из них был аттестован, прошел соответствующее обучение и постоянно повышал свою квалификацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адзинба Э. И. Инструменты Интернет-маркетинга в продвижении гостиничных услуг / Э. И. Адзинба, О. В. Грибова // Наука и бизнес: проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности / сборник статей международной научно-практической конференции, 2016. — С. 5–8.

2. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг / Н. Ю. Арбузова. — 3-е изд., испр. — М. : Издательский центр «Академия», 2012. — 224 с.

3. Белов Н. С. Актуальные вопросы продвижения гостиничных услуг в сети Интернет / Н. С. Белов, В. М. Ульянова // Туризм как значимый фактор трансграничного сотрудничества стран Балтийского региона материалы международной научно-практической конференции. Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2016. — С. 78–81.

4. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристический бизнес / Ю. Ф. Волков. — СПб : Феникс, 2017. — 384 с.

5. Колобкова В. А. Совершенствование методов управления в гостинично-туристическом бизнесе: монография / В. А. Колобкова, А. Д. Чудновский ; под ред. А. Д. Чудновского. — М. : ГУУ, 2016. — 206 с.

УДК 338.48

**ПУСТЫННЫЙ ТУРИЗМ И ПЕСОЧНАЯ ТЕРАПИЯ
КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ВИДЫ ОЗДОРОВЛЕНИЯ**

**DESERT TOURISM AND SAND TREATMENT
AS ALTERNATIVE TYPES OF HEALTH**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Кыкиш С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

S. Kykish, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены возможности организации пустынного туризма, лечебно-оздоровительные возможности данного направления и перспективы развития.

Annotation

The article discusses the possibilities of organizing desert tourism, therapeutic and recreational opportunities in this area and development prospects.

Ключевые слова: туризм, лечебно-оздоровительный туризм, пустынный туризм.

Keywords: tourism, health tourism, desert tourism.

Введение. Пустынные районы являются туристическими достопримечательностями, в которых есть своеобразный природный язык и

экотуризм. Широкие золотые дюны, а также светло-зеленые, желтые и красные холмистые участки создают замечательный спектр цветов для туристов, путешествующих по пустыне при дневном свете.

Цель исследования — определить потенциал пустынного туризма, как перспективного направления в оздоровлении и медицине.

Результаты исследования. На самом деле, разнообразные формы природных образований, такие как пустынные формы (ветровая и водная эрозия), особая флора и фауна и прекрасные панорамы, являются одними из многих чудес для эко-туристов.

Все вышеперечисленные достопримечательности при правильном управлении могут оказать положительное влияние на местное население.

Туризм в пустыне помогает создать устойчивую занятость для местного населения и увеличивает валовое производство, а также сохраняет ценные виды растений и животных [1, 5].

Перспективными направления использования рекреационного потенциала пустынных территорий в туристской деятельности могут стать:

- занятия спортом на лошадях и верблюдах, на лыжах и песчаных дюнах;
- организация конкурсов и научных конференций по изучению пустыни через научные центры в университетах и выявление их природных богатств полезных ископаемых и диких животных, растений и оазисов;
- создание гостиниц и торговых центров;
- продвижение народных промыслов;
- медицинские центры для лечения многих заболеваний.

Пустыни часто игнорируются в том, что касается финансирования природоохранных мероприятий [3].

Экотуризм, альтернативное землепользование со способностью сохранять угрожаемое биоразнообразие, также менее развит в этих засушливых землях.

Чтобы организовать в пустыне туристскую деятельность необходимо:

1. Создать природные заповедники, защитить многие виды дикой природы.

2. Резервировать и устанавливать песчаные дюны, превращая их в сады и фермы.

3. Необходимо устойчивое управление ресурсами пустынь.

4. Экономическое и социальное развитие местного населения [2; 4].

В таких регионах можно развивать песочную терапию, которая способствует:

– кровообращению в ногах от давления, возникающего при ношении обуви, в дополнение к его способности облегчать прохождение крови к капиллярам, это массаж и естественный массаж стопы;

– сохранению здоровья стопы. Некоторые исследования в этой области подчеркивают важность ходьбы без обуви;

– профилактике болей в спине;

– укреплению иммунной системы;

– укреплению мышц ног;

– песок содержит стерильный материал и много антибиотиков, которые убивают микробы;

– лечению артрита;

– активации щитовидной железы и сенсорных окончаний;

– устранению свободных радикалов, влияющих на работу сердца, крови и иммунной системы;

– лечению ревматизма;

– уменьшению стресса и беспокойства;

– регуляции артериального давления в организме, что укрепляет иммунную систему и укрепляет работу сердечно-сосудистой системы и защищает их.

– укреплению мышцы стопы и защита от деформаций, таких как плоскостопие или растяжение стопы.

– ходьба босиком — это естественный массаж ног, который активизирует мышцы ног.

Выводы. Поскольку экотуризм может представлять собой взаимодополняющий подход к природным и культурным ресурсам и развитию местной экономики, необходимо больше инвестиций направлять на исследования в области экотуризма в пустыне.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. — М. : Аспект-пресс, 2015. — 597 с.

2. Бессараб Д. А. География международного туризма : пособие для студентов вузов: в 2 ч., Ч. 2. География видов туризма [Текст] / Д. А. Бессараб, Л. В. Штефан. — Минск : ТетраСистемс, 2011. — 224 с.

3. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. — СПб. : Торговый дом «Герда», 2011. — 412 с.

4. Пустынный туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://aquatek-filips.livejournal.com/1386976.html> (дата обращения : 15.04.2019).

5. Современные разновидности туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://uchebnikirus.com/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyar_mp/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyar_mp.htm (дата обращения : 15.04.2019).

УДК 338.48

**ОЦЕНКА ЗНАЧЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА**

**ASSESSMENT OF CULTURAL TOURISM FOR SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF TOURIST REGION**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Перескоков А. С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. S. Pereskokov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы культурного туризма и устойчивого развития. Культура — это совокупность отличительных духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных особенностей общества или социальной группы. Она включает в себя, помимо искусства и литературы, образ жизни, способы совместной жизни, системы ценностей, традиции и верования.

Annotation

The article deals with the issues of cultural tourism and sustainable development. Culture is the totality of the distinctive spiritual, material, intellectual and emotional characteristics of a society or social group. It includes, in addition to art and literature, lifestyles, ways of living together, value systems, traditions and beliefs.

Ключевые слова: культурный туризм, наследие, устойчивость, культурное развитие.

Keywords: cultural tourism, heritage, sustainability, economic sustainability, cultural development.

Введение. Туризм является одной из самых быстрорастущих отраслей экономики в мире, важным источником поступления иностранной валюты, источником обеспечения занятости населения.

Цель исследования — определить понятийный аппарат и основные принципы культурного туризма и устойчивого развития туристского региона.

Результаты исследования. Культура — это совокупность отличительных духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных особенностей общества или социальной группы. Она включает в себя, помимо искусства и литературы, образ жизни, способы совместной жизни, системы ценностей, традиции и верования.

Термин «культурное наследие» охватывает следующие основные категории: материальное культурное наследие (картины, скульптуры, монеты, рукописи, памятники, археологические памятники, подводные руины и города и т. д) и нематериальное культурное наследие (устные традиции, исполнительское искусство, ритуалы) [5, с. 223].

Устойчивое развитие - это развитие, которое отвечает потребностям настоящего, не ставя под угрозу возможность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Устойчивое развитие не новая идея. Многие культуры на протяжении истории человечества признавали необходимость гармонии между окружающей средой, обществом и экономикой. Новым является артикуляция этих идей в контексте глобального индустриального и информационного общества.

Всемирная туристская организация определяет устойчивый туризм как «туризм, который полностью учитывает его нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих общин» [1].

Устойчивый туризм поддерживает важность местной культуры и традиций. Устойчивый туризм является информативным, так как он не только сообщает туристам о местах назначения, но также помогает местным жителям знать культуру и цивилизацию туристов. Этот вид туризма направлен на сохранение ресурсов мест назначения, которые посещает человек. Устойчивый туризм стремится к более активному участию местных жителей. Прежде всего, устойчивый туризм подчеркивает целостность туристских мест. Информирование местных жителей об устойчивом развитии может помочь в обучении людей сохранять продукт, который фактически предлагает им жизнь [3].

Культурный туризм является одним из крупнейших и быстрорастущих мировых туристических рынков. Потому что культура и творческие индустрии все чаще используются для продвижения направлений и повышения их привлекательности и конкурентоспособности. Развитие их материальных и нематериальных культурных ценностей стало для многих мест средством выработки сравнительных преимуществ на все более конкурентном туристическом рынке и создания местной самобытности в условиях глобализации.

Влияние туризма на культуру исследует связь между туризмом и культурой, которая продолжает расти, и показывает, что туризм и культура имеют тесную связь, в целях увеличения привлекательности некоторых мест для туристов.

Тем не менее, в большинстве случаев, когда удовлетворяются потребности туристов, развитие туризма приводит к тому, что направления теряют свою культурную самобытность. Местные жители склонны забывать, что туристы являются краткосрочными посетителями, которые несут с собой свои собственные культурные нормы и модели поведения. Он имеет тенденцию становиться источником коммерциализации традиционных культурных событий и обычаев, ведущих к «поддельному

фольклору» для туристов, не представляющих культурной ценности для местного населения или посетителей. Это становится проблемой, поскольку культуру приносят в жертву по причинам развития туризма. Другими словами, создание дополнительной экономической ценности за счет потери культурной ценности [1].

Комплексный подход концепции устойчивого туризма заключается в развитии, которое отвечает потребностям нынешних туристов и принимающих регионов, одновременно защищая и расширяя возможности для будущего. Предполагается, что это приведет к управлению всеми ресурсами таким образом, чтобы экономические, социальные и эстетические потребности могли быть удовлетворены при сохранении культурной целостности, важных экологических процессов, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения.

Устойчивость подразумевает постоянство, поэтому устойчивый туризм включает в себя: оптимальное использование ресурсов, включая биологическое разнообразие, минимизацию экологических, культурных и социальных воздействий и максимизацию выгод для сохранения и местных сообществ. Это также относится к структурам управления, которые необходимы для достижения этой цели [2].

ООН провела Всемирное десятилетие развития культуры (1988–1997), в котором участвовала вся система ООН, координируемая ЮНЕСКО, и где были поставлены следующие цели:

- признать культурное развитие и определить культурные особенности;
- расширить участие в культурной жизни;
- содействовать международному культурному сотрудничеству.

Развитие культуры является неотъемлемой частью развития в целом. Если людям не будет предоставлена возможность реализовать и развивать

свои творческие способности, это само по себе станет препятствием для развития.

Культурные предпочтения играют важную роль в достижении как экономического роста, так и других целей, таких как улучшение качества жизни [1].

Выводы. Таким образом, в настоящее время важно понимать, что культурный туризм занимает важное место в экономическом и социальном развитии и устойчивости. Исследования в области устойчивого развития предлагают некоторые принципы для успешного решения проблем развития туризма. Этими принципами являются:

- признание важности регионов с культурным наследием;
- необходимо заботиться о регионах с культурным наследием;
- развивать взаимовыгодные партнерские отношения;
- включать вопросы культурного наследия в бизнес-планирование;
- инвестировать в культуру людей и места;
- обеспечить высокое качество обслуживания посетителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Культурное и природное наследие России [Текст] / Ю. А. Веденин, А. А. Лютый, А. И. Ельчанинов, В. В. Свешников (Концепция и программа комплексного атласа). — М., 1995. — 3 с.

2. Кулешова М. Е. Понятийно-терминологическая система «природное культурное наследие»: содержание и основные понятия [Текст] / М. Е. Кулешова // Уникальные территории в культурном и природном наследии регионов. Сборник научных трудов. — М.: Из-во РНИИ культурного и природного наследия, 1994. — 41 с.

3. Миронова Т. Г. Сохранение природного и культурного наследия как императив культурной политики постиндустриального общества : диссертация кандидата культурологии / Т. Г. Миронова. М., 2000. — 77 с.

4. Феномен наследия и особо ценные территории (Ретроспектива сектора уникальных территорий) [Электронный ресурс] / Ю. Л. Мазуров, С. В. Кулинская, Н. В. Максаковский, А. А. Пакина. — Режим доступа : <http://www.heritage-institute.ru/rn/artext.htm> (дата обращения: 20.04.2019).

5. Чеглазова М. Е. Культурно-познавательный туризм — приоритетное направление развития туризма в Крыму / Чеглазова М. Е., Демина Е. С. // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России : Сборник материалов I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26–27 апреля 2018 г. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2018. — С. 221–225.

УДК 338.48

**ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК БЫСТРОРАСТУЩИЙ
СЕКТОР ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ**

**BUSINESS TOURISM AS A FAST-GROWTH SEGMENT
OF THE TOURIST SPHERE**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Юрек К., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

K. Yurek, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследованы тенденции развития делового туризма. Проанализированы факторы, влияющие на положительную динамику развития данного направления.

Annotation

The article examines the development trends of business tourism. The factors affecting the positive dynamics of development of this direction are analyzed.

Ключевые слова: туризм, деловой туризм, туристская сфера, гостиница.

Keywords: tourism, business tourism, tourism, hotel.

Введение. На деловые поездки приходится около 9 % всех международных поездок. Деловой туризм определяется как досуг в сочетании с деловыми поездками. Деловые туристы менее чувствительны к затратам. На их решения о покупке влияет прежде всего их способность эффективно использовать время в рамках графиков деловых поездок.

Цель исследования — определить тенденции развития делового туризма.

Результаты исследования. Поскольку две трети деловых путешественников по возможности расширяют свои командировки, на этом рынке есть огромный потенциал. Ожидается, что в ближайшие годы деловой туризм станет одним из самых быстрорастущих рынков для поставщиков индустрии туризма. Развивающиеся страны и страны с переходной экономикой, заинтересованные в увеличении доходов от делового туризма, должны сосредоточиться как на отдельных деловых путешественниках, так и на рынке конференций и конференций.

Деловые путешественники обычно имеют немного свободного времени, когда они вдали от дома. Отели обычно служат отправной точкой в плане предоставления информации для деловых туристов о туристских возможностях региона [1].

Расширенный доступ в гостиничный номер может побудить деловых путешественников продлить свое пребывание до или после деловых встреч. Стандартная отраслевая практика откладывать регистрацию до 15:00 и требовать отъезда до полудня не стимулирует развитие делового туризма. Некоторые гостиничные сети США в настоящее время обычно предлагают

время регистрации заезда уже в 7:00, а выезда — в 18:00, причем во многих отелях действует круглосуточная политика регистрации заезда / отъезда, которая позволяет гостям проверить полный день после регистрации.

Другим способом привлечения деловых туристов является предоставление средств поддержки бизнеса, чтобы путешественник мог эффективно вести бизнес 24 часа в сутки. Все большее число отелей, следуя модели бизнес-залов авиакомпаний, принимают концепцию номеров бизнес-класса с улучшенным рабочим пространством и освещением, доступом в Интернет через телевизор, портами данных, беспроводными телефонами с двумя линиями и частными факсами [3].

Время прибытия и отправления деловых туристов часто выбирают корпоративные туристические менеджеры, а не отдельные деловые путешественники. Например, ведущая компания в сфере корпоративных поездок генерирует 2,5 миллиарда долларов США годового объема продаж и имеет представительства более чем в 18 странах. За ним следует еще одна туристическая фирма, которая также владеет крупнейшим в мире бизнесом по предоставлению ваучеров и совместно владеет фирмой по прокату автомобилей в Европе.

Развивающиеся страны и страны с переходной экономикой могут предлагать варианты бизнес-туризма менеджерам по корпоративным поездкам, чтобы влиять на расписание поездок, например, на досрочное прибытие, чтобы путешественники отдохали и могли эффективно вести бизнес.

Высококласные курорты, открывающиеся по всему миру, а также гостиничные объекты, которые превращаются в конференц-курорты, представляют собой сочетание курортных спа-услуг с бизнес-удобствами с полным спектром услуг. Например, большой отель в Джимбаране, Бали, Индонезия, был спроектирован с бизнес-центром, несколькими

площадками для мероприятий на открытом воздухе, конференц-залами и удобствами в номерах и большими рабочими зонами [4].

Международные выставки и конференции привлекают сотни тысяч делегатов, часто из многих стран. Планировщики туризма и конгрессов часто включают туристические дополнения для делегатов. Эти мероприятия могут включать в себя экскурсии по городу, гольф и осмотр достопримечательностей в качестве регулярной части своих программ.

Дополнения в виде организации гольфа могут быть особенно прибыльными. Недавнее исследование, проведенное Национальным фондом гольфа в Соединенных Штатах, показало, что игроки в гольф путешествуют чаще и остаются дольше, чем те, кто не играет в гольф. Стремясь вписать гольф в свои командировки, деловые путешественники продлевают свое пребывание, чтобы поиграть в гольф [2].

Все больше деловых путешественников приезжают в командировки вместе с семьями. Это создает возможность работать с отелями и конференц-центрами для разработки новых предложений для детей и супругов во время деловых встреч. Например, всемирно известный отель в Шотландии ввел программу для детей с развлечениями, включая игровую комнату, загородный клуб и участие в спортивных мероприятиях. В Лондоне пятизвездочный отель предлагает «пакет Мэри Поппинс», в который входит обученная няня, которая будет брать с собой детей на экскурсии, пока родители работают.

Ожидается, что семейный рынок значительно вырастет в следующем тысячелетии, поскольку руководители, работающие дольше, ищут способы сбалансировать работу и семью. Отчеты Американской ассоциации туристической индустрии показывают, что число людей, которые приводят детей в командировки, выросло на 55 % в период с 2000 по 2016 год. Во многих отелях в настоящее время есть детские учреждения. Эти отели по конкурентоспособным ценам и варьируются от схем «проживание детей

бесплатно» до скидок для людей с детьми. Удобства включают в себя специальные стойки регистрации детей, образовательные программы и программы по уходу за детьми, а также отдельные бассейны.

Выводы. Деловой туризм является динамично развивающимся сектором туристской сферы и прибыльным направлением туристского рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2011.

2. Гасиев М. Основы делового туризма и индустрии MICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев // Деловой туризм и индустрия MICE в России и за рубежом: основы, понятия и тенденции (практический опыт). — М., 2010.

3. Рицци В. В. Сущность и особенности делового туризма / В. В. Рицци. — СПб. : Издательство «АСТЕРИОН», 2012. — 316 с.

4. Серегина В. Г. Деловой туризм в системе туруслуг / В. Г. Серегина // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2011. — № 6.

**СЕКЦИЯ 2. КЛАСТЕРНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО
ПРОДУКТА: ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ**

УДК 910.4

ТУРИСТСКИЕ КЛАСТЕРЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

TOURIST CLUSTERS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Данилевич В. В., аспирант,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

V. V. Danilevich, Postgraduate,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

В статье раскрыто состояние и перспективы развития туристских кластеров в Республике Татарстан. Так же рассмотрены уже существующие туристские кластеры на территории Республики Татарстан.

Annotation

The article reveals the state and prospects of development of tourist clusters in the Republic of Tatarstan. The existing tourist clusters on the territory of the Republic of Tatarstan are also considered.

Ключевые слова: туризм, туристские кластеры, Республика Татарстан (РТ).

Keywords: tourism, tourist clusters, Republic of Tatarstan.

Введение. На данный момент в бассейне рек Волги и Камы на территории Республики Татарстан(РТ) с достаточно развитой, в первую очередь благодаря реализуемым государством программам и проектам, туристической инфраструктурой обладают города Казань, Болгар и Свияжск, причем вокруг Казани и Свияжска сформировались очевидные туристские зоны.

Цель исследования. Исследовать туристские кластеры Республики Татарстан.

Результаты исследования. Существуют кластеры с разнообразными средствами размещения, услугами общепита, индустрией развлечений. В концепции развития кластеров туризма в РТ (рис. 1) сделан акцент на инициирование инвестиционной активности именно в тех районах Республики Татарстан, в которых очевидна необходимость именно в частном капитале, который будет нацелен на создание предприятий, дополняющих экономическое развитие районов размещение наряду с созданием дополнительных туристски-привлекательных и востребованных мест и маршрутов, которые вместе с уже набирающими популярность туристическими брендами Республики — Казанью, Свияжском и Болгаром — создадут более насыщенную карту туристических маршрутов, связанных с водной акваторией.

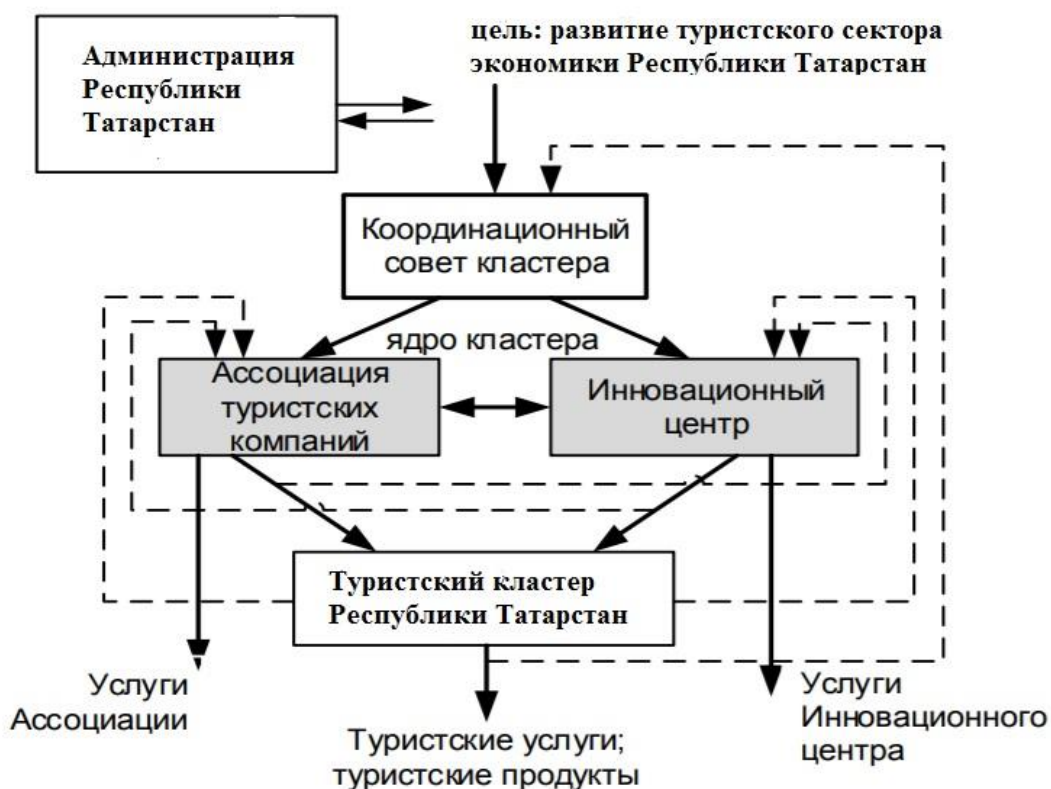


Рисунок 1 – Структура туристского кластера РТ

В рамках Концепции определены 4 специализации каждого из туристических кластеров:

Кластер «Великий Болгар»: оздоровительный и этнографический туризм - акцент на аудиторию, заинтересованную в посещении исторически значимых мест. знакомству с сохраненным и восстанавливаемым культурным и историческим наследием: Древний город Болгар включен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, что предполагает новый цикл роста интереса к данному туристическому ресурсу.

Кластер «Нариман»: велнесс-туризм и здоровый образ жизни — акцент на состоятельную аудиторию, отдающих предпочтение качественным услугам, предоставляемым в комфортной среде. Расположение в 6-ти км от самого престижного и респектабельного места загородного отдыха Казанского истеблишмента, а также наличие рядом выдающихся ландшафтных и видовых возможностей, плюс наличие естественного залива для строительства береговой инфраструктуры, обслуживающей крупные катера и яхты — прекрасные исходные данные для реализации концепции всесезонного велнесс-курорта.

Кластер «Камское Устье»: рыболовный и охотничий туризм — акцент на любителей рыбалки, аудитория которых насчитывает миллионы активных членов. Исторически «прикормленное» рыбацкое место, одно из самых популярных в Республике Татарстан. Уникальные биологические ресурсы и отсутствие развитой современной туристской среды обеспечивают стабильный спрос на весь спектр предоставляемых услуг в данном Кластере.

Кластер «Рыбная Слобода»: детский и семейный туризм и отдых — акцент в первую очередь на семейную и детскую аудиторию, которая, как никакая другая восприимчива ко всему новому и интересному: уникальные ландшафтные характеристики территории данного Кластера вкупе с традиционными для этих мест рекреационными возможностями Камского

побережья, богатого рыбой лучших Волжских и Камских пород, открывает богатые возможности по предоставлению уникальных услуг как в общественном питании, так и в сувенирной гастрономической продукции.

В настоящее время в РТ можно выделить скрытые туристские кластеры — Болгар, Елабуга, Раифа и потенциальные — о. Свяжск, г. Ланшево. Однако, говорить о существовании единого регионального туристского кластера преждевременно. Потребность в объединении и формировании целостности становится все более необходимой. Все приложенные усилия позволят туристской индустрии стать «точкой роста» экономики региона в целом и в отдельных муниципальных образованиях.

Как любой продукт региональный туристский кластер будет переживать и преодолевать этапы формирования и жизненного цикла — от конфликтно-оборонительного до саморегулирующейся закрытой системы. Но на всём этом протяжении времени необходимо существование координирующего органа внутри кластера. Главными функциями которого будет обеспечение диалога между участниками туристского процесса, образовательными и научными центрами, инвесторами и предпринимателями смежных отраслей экономики.

При создании организационной модели потенциального туристского кластера Республики Татарстан, стоит обратить внимание на 5 ключевых элементов:

1. Инновационный центр кластера;
2. Компании смежных секторов экономики;
3. Туристические компании;
4. Региональные органы власти;
5. Объекты инфраструктуры.

Мы считаем, что потенциальный туристский кластер Республики Татарстан должен включать в себя такой элемент как Инновационный центр

(рис. 2). Он может включать научные, исследовательские, консалтинговые организации, учебные заведения, осуществляющие подготовку кадров.

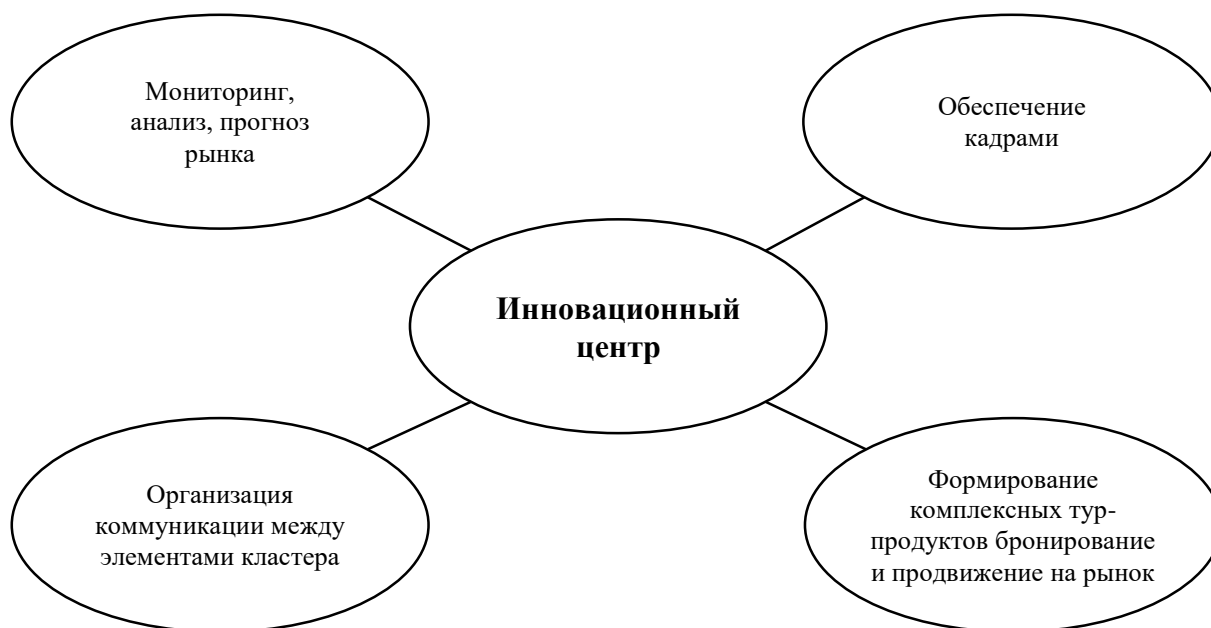


Рисунок 2 – Иновационный центр кластера РТ

Выводы. Основной задачей Иновационного центра кластера должно стать обеспечение максимально короткого пути по цепочке создания и реализации туристского продукта, его содержательного наполнения, маркетингового, консалтингового и иного сопровождения деятельности ядра и инфраструктуры кластера, поддержка информационной и образовательной инфраструктуры.

Таким образом, иновационный центр туристского кластера Республики Татарстан должен состоять из лидеров отрасли, которые активно генерируют новые проекты, продукты, привлекают и создают новые ресурсы, возможности, инициируют осмысление общих проблем и задач в туристской сфере и поиск путей их совместного решения участниками кластера. Рассмотрим возможные модели организации Иновационного центра туристского кластера Республики Татарстан для того, чтобы выбрать наиболее адекватную.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Портер М. Э. Конкуренция : пер. с англ. / М. Э. Портер. — М. : Издат. Дом «Вильямс», 2001.
2. Рекреационное районирование Республики Татарстан / В. П. Сидоров, В. А. Рубцов, С. А. Шабалина, Г. Н. Булатова // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Наук о Земле. — 2014. — Вып. 4. — С. 99–106.
- 3 Мажар Л. Ю. Территориальные туристско-рекреационные системы / Л. Ю. Мажар. — Смоленск : Универсум, 2008. — 212 с.
4. Шабалина С. А. К вопросу о формировании регионального туристского кластера / С. А. Шабалина // Туризм как фактор модернизации экономики и развития российских регионов : Материалы Всероссийской конференции г. Йошкар-Ола, ноябрь, 2015. — С. 58–65.
5. Какие существуют виды кластеров. — Режим доступа : <https://7lafa.com/pageanswer.php?id=36653> (дата обращения : 12.03.2019).
6. Официальный сайт Государственного комитета по туризму РТ. — Режим доступа : <http://tonrism.tatarstan.ru/nis/documents.htm> (дата обращения : 08.02.2019).

**СЕКЦИЯ 3. ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО
ПРОДУКТА**

УДК 338.48

**РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДИКИ РАЗВИТИЯ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
АККАУНТА ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ
СЕТИ INSTAGRAM**

**IMPLEMENTATION METHODOLOGY DEVELOPMENT
AND PROMOTION ACCOUNT TOURISM FIRMS
IN THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Медведская И. К., магистр,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Черкашин С. Д., магистр,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

I. K. Medvedskaya, master,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

S. D. Cherkashin, master,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены основные методы развития и популяризации аккаунта в социальной сети Instagram, проанализированы способы для рекламы профиля в сети. Изучены современные технологии по продвижению аккаунта туристской фирмы в Instagram. Предложены меры по развитию и популяризации туристских фирм в социальных сетях.

Annotation

The paper describes the main methods of development and promotion of the account in the social network Instagram, analyzed ways to advertise a profile on the network. Studied modern technology in promotion of tourism firms account in Instagram. Measures for the development and popularization of tourist companies in social networks are proposed.

Ключевые слова: Инстаграм, популярность, продвижение, аккаунт, методы, способы, хештег, социальная сеть.

Keywords: Instagram, popularity, promotion, account, methods, ways, hashtag, social network.

Введение. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью в выявлении методов и способов продвижения и популяризации аккаунта турфирмы в социальной сети Instagram для продвижения на туристский рынок.

Instagram — приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей. В первую очередь социальная сеть, направленная на работу с визуальной информацией.

Цель исследования. Рассмотреть и проанализировать основные методы и способы продвижения и популяризации аккаунта туристской фирмы в социальной сети Instagram.

Результаты исследования. Существуют две методики привлечения подписчиков на аккаунт туристской фирмы в Instagram — это естественные и искусственные. Любая из них обладает своим бюджетом, трудозатратами на применение и свои особенности, исходя из этого, эффект продвижения зависит от правильного подбора средств в определённых случаях [3, с. 32].

К искусственным способом раскрутки относят:

1. Реклама в интернете.

Самый лёгкий и популярный из платных видов продвижения в блогах, с помощью рекламных статей и напоминания об аккаунте на специализированных сайтах.

2. Платные публикации в социальной сети Instagram.

Аналогично покупается реклама на публичных популярных страницах в других социальных сетях: ВКонтакте, Одноклассники, Facebook и других. С помощью этого, маркетолог составляет список востребованных тематически направленных аккаунтов и связывается с их администрацией. В требуемом аккаунте размещается пост, на нем отмечают оплаченный аккаунт. Чаще всего это делают на изображении или в описании. В результате аккаунт получает предполагаемых подписчиков [1, с. 112].

К естественным способом раскрутки относят:

1. Подписки и лайки.

Главный действующий метод привлечения подписчиков, который рекомендуют маркетологи для туристской фирмы является активная работа с аккаунтами пользователей, которых может привлечь данное направление продвигаемой страницы. Персонализация аккаунта рекламы может включать в себя посещение страниц других пользователей, лайки и комментарии материалов с похожим направлением, подписка на них.

2. Применение популярных хештегов.

Одной отличительной чертой Instagram стал поиск по хештегам, он удобен в использовании и охватывает узконаправленный поток информации.

Для размещения контента туристской фирмы, соответствующей выбранной стратегии лучше подбирать хештеги из перечня топовых. Данный метод позволяет увеличить объем публикации, получить новые лайки и подписчиков.

3. Скидки, конкурсы и бонусы.

Этот метод помогает турфирме привлекать клиентов и стимулировать продажи.

4. Применение специального хештега.

Главным условием конкурса является выложить заданную правилами фотографию в личном профиле или истории с проставлением определенного хештега (название турфирмы). Ещё одним из обязательных условий участия возможна подписка на аккаунт спонсоров (поставщиков предоставляющих услуги, партнеров и др.). В данных конкурсах обязательна мотивация, например: ценный приз, ощутимый бонус, скидка на определённую продукцию или путешествие.

5. Использование приложения для репостов.

Данный вид конкурса набирает популярность, например, сделав репост определённой записи, вероятно, получить ценный приз. Такими действиями, возможно, получить большой охват аудитории, но это поможет лишь тем людям, у которых установлено определённое приложение для раскрутки репостов [4, с. 39].

Одной из главных ошибок раскрутки профиля туристской фирмы является использование искусственной накрутки количества подписчиков, оно заключается в покупке подписчиков-ботов, как одного из методов продвижения. Аккаунты-боты или с самого начала были зарегистрированы в рекламных целях, либо были украдены или выкуплены у их владельцев [2].

Этот способ применяется для раскрутки и популяризации нового аккаунта и дабы создать видимость активности на странице. Лучше не использовать такой способ раскрутки своего аккаунта, так как эффект продвижения от количества подписчиков будет минимальным, а аккаунт в дальнейшем за накрутку может быть заблокирован [5, с. 71].

Выводы. Таким образом, можно сказать что, продвинуть и сделать популярным аккаунт турфирмы в Instagram можно двумя способами: естественным и искусственным. Каждый из методов по-своему выполняет задачи, но в конечном итоге получают один результат. Чтобы добиться успеха и популярности, лучше использовать вместе как естественные, так и

искусственные методы привлечения подписчиков, только в совокупности это может дать положительный результат.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Блэк С. Введение в публич рилейшнз : пер. с англ./ С. Блэк. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. — 318 с.

2. Дементрий Д. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях [Электронный ресурс] / Д. Дементрий. — Режим доступа : <http://texterra.ru/blog/> (дата обращения: 05.04.2019).

3. Евин И. А. Социальные сети. Компьютерные исследования и моделирование / Евин И. А., Т. Ф. Хабибуллин. — 2018. — № 1. — 355 с.

4. Козлова Н. С. Социальная сеть «Инстаграм» как социально-психологическое явление / Н. С. Козлова. — М. : Молодой ученый. — 2017. — № 16 (75). — 403 с.

5. Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях / Д. Кремнёв. — СПб. : Питер, 2018. — 160 с.

УДК 910.4

ИНДУСТРИЯ 4.0 В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

INDUSTRY 4.0 IN TOURISM AND HOSPITALITY SERVICE

Баутиста Х., ассистент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань

Колодяжная П. С., бакалавр,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань

Подольский Л. А., магистр,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань

H. Bautista, Assistant Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

P. S. Kolodyazhnaya, bachelor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

L. A. Podolskiy, master,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

В статье освещены вопросы формирования и применения концепции «Индустрия 4.0» в области туризма и гостеприимства. Особое внимание авторов уделено вопросам применения высоких технологий гостиничными сетями, а также агрегаторами по продаже авиабилетов.

Annotation

The article is aimed at the practical aspects of formation and implementation of «Industry 4.0» concept in the field of tourism and hospitality service. Special attention of the authors is paid to the issues of implementing high technologies by hotel chains and air tickets aggregators.

Ключевые слова: индустрия 4.0, туризм, гостиницы, маркетинг.

Keywords: industry 4.0., tourism, hotels, marketing.

Введение. В 2011 году с подачи немецких учёных и бизнесменов в научный оборот был введен новый термин «Индустрия 4.0» [1; 2], известный также как «четвертая промышленная революция». Основные идеи нового течения быстро подхватили ученые и бизнесмены-практики из США, в результате чего уже в 2014 году был создан консорциум, куда входили крупнейшие американские компании, такие как «IBM», «General Electric» и «Intel». С 2011 года индустрия «нового поколения» получила дальнейшее теоретическое обоснование и практическое развитие, и сегодня её характерными отличиями считаются следующие тезисы:

«Туризм 4.0», как часть общего течения «Индустрия 4.0» строится на обработке больших массивов данных о потребительских предпочтениях путешественников и паттернах их поведения при совершении покупки, которые ежедневно собираются глобальными трип-агрегаторами. В перечень наиболее известных туристических компаний, использующих BigData, входят: «Ozon.travel», «OneTwoTrip», «Tripadvisor», «Skyscanner»,

«Booking.com», «Trivago» и другие. Как видно из этого перечня, в процесс анализа BigData вовлекаются все субъекты туристского рынка [3; 4]: от сервисов бронирования билетов и коллективных средств размещения (отелей, хостелов) до крупнейшего в мире агрегатора отзывов о достопримечательностях.

Цель исследования. Провести научные исследования в сфере индустрии 4.0 в туризме и гостеприимстве.

Результаты исследования. Благодаря использованию BigData современные компании способны воплотить давно обсуждавшуюся в научных и бизнес-кругах тему о персонализированном (кастомизированном) опыте путешествий.

Благодаря анализу больших данных авиакомпании в автоматическом режиме увеличивают или уменьшают стоимость авиабилетов для пассажиров в зависимости от увеличения или уменьшения спроса на конкретные направления.

Отметим, что в основе «Туризма 4.0.» лежат современные компьютерные исследования и высокотехнологичные IT-продукты, лежащие на острие знания [1; 5]. По сути, «Туризм 4.0» при помощи новейших технологий помогает стирать границы, делать путешествия проще и с каждым годом находит всё большее число последователей, которые порой и не подозревают, какие технологии были использованы при организации их отдыха. К примеру, искусственный интеллект, являющийся одним из компонентов индустрии 4.0, активно применяется и в туризме. Поскольку, данная технология непрерывно совершенствуется, о внедрении такого компонента в собственный бизнес, задумывается всё большее число туроператоров, турагентов, отельеров и даже хостельеров [2; 6].

Способность искусственного интеллекта справляться с задачами, решение которых раньше можно было доверить только человеку, делает его особенно привлекательным для тех, чья работа в основном состоит из

общения с гостями, выявления их потребностей, ведь позволит значительно сэкономить временной и экономической ресурс компании. Предоставление безупречного сервиса становится целью всё большего количества компаний, занятых в секторе предоставления услуг, технология искусственного интеллекта становится отличным помощником в данном случае. Например, с помощью cache-данных пользователя ПК появилась возможность помочь персонализировать услуги компании для конкретного гостя, поместив рекомендации на сайте, интересные именно ему. Помимо этого, с помощью искусственного интеллекта появляется возможность отрабатывать навык общения с клиентами у стажёров, проводить работу над ошибками и совершенствовать скрипты разговора среди всего персонала, задействованного в коммуникации с гостями.

Для туристических фирм и других компаний туристической сферы, одним из наиболее весомых достоинств искусственного интеллекта, безусловно, стали чат-боты на платформе социальных сетей, а также приложений для ответа на мгновенные сообщения. В то время, как чат-боты обрели большую популярность и довольно часто встречаются в качестве помощника на сайтах компаний, сейчас всё большее количество бизнесменов внедряют дополнительные функции, что позволяет потенциальным гостям меньше времени ожидать ответа от менеджера компании, быстрее бронировать и оплачивать услуги, тем самым, повышая общую эффективность.

Так, известная международная гостиничная компания «Hilton», внедрила робота Конни, обладающего искусственным интеллектом. В его функции входит: предоставление информации туристического характера гостям отеля с функцией распознавания речи. Каждый раз, когда Конни контактирует с человеком, он улучшает свои навыки коммуникации.

Также стоит добавить, что одна из самых высокотехнологичных компаний мира, китайский интернет-гигант «Alibaba» ввел в эксплуатацию

отель, работниками которого являются исключительно роботы. Именно роботы проводят заселение гостей в номера и осуществляют их уборку, принимают заказы гостей и бронируют для них дополнительные развлечения.

Однако, искусственный интеллект имеет ряд преимуществ и может быть полезен не только в обслуживании гостей, но к примеру, при сборе и анализе данных с целью получения больших данных о гостях, ценовых стратегиях, которые влияют на их поведение и, тем самым, выпускать персонализированные предложения, которые будут пользоваться особым спросом и удовлетворять пожелания даже самых взыскательных гостей.

Совмещение использования искусственного интеллекта и BigData, позволяет сортировать гигантский массив данных гостей, совершая меньшее число погрешностей, нежели доверив эту монотонную работу персоналу. Так, отель «DorchesterCollection» пользуется искусственным интеллектом при сортировке отзывов гостей по онлайн-опросам и обзорам, чтобы держать руку на пульсе и отслеживать тенденции в поведении потребителя.

Выводы. Таким образом, технология «Туризм 4.0» позволяет всё большему числу людей отправиться в путешествия, делая поездки более эффективными, безопасными, увлекательными и персонализированными [2; 4].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Prales, D. P, Alarcon, F. & Boza, A. (2016). Industry 4.0: A classification scheme. International Joint Conference-CIO-ICTEOM-ИЕ-АИМ, July 13–15, Spain.
2. Industry 4.0 – Tourism 4.0 And Human Factor: Voice Of Customer. Available from: https://www.researchgate.net/publication/330685696_Industry_

40-Tourism_40_And_Human_Factor_Voice_Of_Customer [accessed Apr 15 2019].

3. Zinovyeva A. A. Evolvment of ecotourism to build development strategies in the volga-viatka district / Y. Tregubova, A. A. Zinovyeva, H. Bautista // Orbis.Scientific e-journal of Human Sciences. — 2018. — № 14. — С. 205–214

4. Баутиста Х. Управление инновациями в сфере туризма / Л. А. Сафина, И. Р. Галимов, Х. Баутиста // Молодежь. туризм. Образование : Материалы III научно-практической очно-заочной конференции для школьников, учителей и студентов / Научный редактор А.В. Гумеров. — 2017. — С. 163–166.

5. Липкин Е. А. Индустрия 4.0: Умные технологии – ключевой элемент в промышленной конкуренции / Е. А. Липкин. — М. : Остек-СМТ, 2017. — 224 с.

6. Использование концепции «Взгляд туриста» в процессе геобрендинга / О. А. Бунаков, Д. Г. Мюллер, П. С. Колодяжная, Л. А. Подольский // Сборник «Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России».

УДК 379.85

ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

INNOVATIONS IN TOURISM DEVELOPMENT

Лазницкая Н. Ф., к. г. н., доцент,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

Стоцкая Е. В., магистр,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

N. F. Lazickaya,

Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

E. V. Stotskaya, master,

Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

Аннотация

Сфера туризма представляет собой крупнейшую и динамичную отрасль экономики, отражающую экономическую деятельность России и стран мира. Развитие туристической индустрии представляет собой катализатор социально-экономического развития. Российский рынок туристических услуг разбивается на сегменты, внутри которых сохраняется высокий уровень конкуренции, выдержать ее возможно только компаниям, готовым постоянно развиваться. Существующие и разрабатываемые программы модернизации предполагают неординарные действия, нацеленные на отражение производственных, хозяйственных, социальных, финансовых и других процессов, происходящих как внутри предприятия, так и вне его.

На сегодняшний день инновационное развитие туристической индустрии обладает международным характером. Инновации в развитии туризма отличаются нововведениями и свежими идеями. Эффективное применение инновационных подходов в туристической индустрии способно увеличить туристический поток и повысить прибыль. В статье рассмотрены особенности инновационного развития туристической сферы, а также представлена инновационная разработка российской компании Hotel Expert [5].

Annotation

Tourism is the largest and most dynamic sector of the economy, reflecting the economic activities of Russia and the world. The development of the tourism industry is a catalyst for socio-economic development. The Russian market of tourist services is divided into segments, within which a high level of competition is maintained, it is possible to withstand it only for companies that are ready to constantly develop. Existing and developing modernization programs involve extraordinary actions aimed at reflecting the production, economic, social, financial and other processes taking place both within the enterprise and outside it.

Today, the innovative development of the tourism industry has an international character. Innovations in the development of tourism are characterized by innovations and fresh ideas. Effective application of innovative approaches in the tourism industry can increase the flow of tourists and increase profits. The article describes the features of the innovative development of the tourism sector, as well as the innovative development of the Russian company Hotel Expert [5].

Ключевые слова: туризм, инновации, развитие туризма, инновационное развитие, туристическая сфера.

Keywords: tourism, innovations, tourism development, innovative development, tourism sphere.

Введение. Современная экономика отождествляет туризм в качестве значимой сферы, представляющей собой способ получения доходов, образования рабочих мест стимула развития регионов страны. Туристическую отрасль принято считать лидирующей по мультипликативному влиянию на экономическое развитие[4]. Анализ роста туризма в России позволяет сделать вывод о том, что страна уступает другим по степени развития туризма. Таким образом, актуально изучить инновационные процессы туристической индустрии и степень их эффективности. Помимо огромного разнообразия видов путешествий турфирмы готовы предложить разнообразные туристические услуги, определяемые целями и неодинаковыми требованиями туристов, готовых и способных приобрести их за разную стоимость. Повысить конкурентоспособность инновационного российского рынка туристических услуг, способного удовлетворить потребности российских и иностранных граждан, оказывая качественные туристические услуги, Правительство Российской Федерации намерено с помощью разработанной «Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г.», одним из главных направлений которой является создание условий для улучшения качества жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности туристических услуг в России[3].

Цель исследования. Изучить роль инноваций в туризме.

Результаты исследования. Сущность инновационной деятельности в туризме сводится к созданию нового или изменению существующего продукта, освоению новых рынков сбыта, внедрению передовых IT-технологий и развитию современных форм, на основе которых проводится организационно-управленческая деятельность. Инновационное развитие туризма необходимо и представляет собой неотъемлемое условие его развития.

Инновации в туризме определяются в качестве направлений, определяющихся новизной, а так же рядом принципов, положительно влияющих на состояние дел в отрасли. В туристической сфере происходит взаимодействие различных структур, таких как местных органов, руководства страны, туристических компаний, операторов, собственников отелей. Комплексные скоординированные действия дают положительный эффект в развитии отрасли [1]. На рис. 1 представлена структура инноваций в туризме.



Рисунок 1 – Инновации в туризме

Основным способом привлечения потребителей и повышения дохода является предложение нового продукта. В туристической сфере этим продуктом может выступать новый маршрут или место отдыха. Тем не менее, большинство компаний испытывают страх введения новшеств [2].

Применение инноваций представляет собой определенную степень риска. Так, например, эффективным нововведением, приносящим прибыль, является бронирование туров с помощью on-line сервиса, позволяющего экономить время, ускоряющего обработку заявок и подтверждение выбранных туров. Однако не все клиенты успешно осваивают данный сервис.

Каждый раз туроператоры применяют на своей практике новые продукты с целью привлечения внимания потребителей. Например, туроператор «Библио-Глобус» предлагает инновационные технологии, такие как: динамические прайс-листы; 3-d регистрация на рейс; подробные 3-d модели отелей; интерактивная карта полетов; сенсорные терминалы самообслуживания.

Компания Отель Эксперт позиционирует себя на рынке консалтинговых услуг в области гостиничного бизнеса в качестве организации, объединяющей профессионалов туриндустрии, обладающей большим опытом работы в данной сфере.

«Отель Эксперт» представляет собой группу компаний. Разработка компании «Электронный офис», позволяющая бронирование различных туристических услуг (отелей, билетов на развлекательные мероприятия, экскурсий и др.) представила собой инновационный толчок развития всей туристической сферы. Особенность данного проекта заключается также в доступности терминалов для людей с ограниченными физическими возможностями. Данная система во время обсуждения во Всемирной туристской организации получила положительную оценку [5]. 2017 год выдался для туроператоров непростым. Эксперты отмечают «стабильное планомерное усложнение и ухудшение» [2]. Тем не менее, в 2018 году ситуация стала налаживаться.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что сфера российского туризма на современном этапе активно проходит путь совершенствования государственного управления. Нововведения позволят наладить более эффективную и прозрачную работу туроператоров, обеспечить оптимальный и безопасный отдых туристам, повысить показатели спроса на популярные направления, и развить спрос на российский туризм. Опираясь на успешный опыт внедрения инновационных систем в туристической сфере, можно прогнозировать

кардинальное изменение подхода к продажам способам привлечения клиентов среди туроператоров и турфирм, учитывая возрастание числа самостоятельных Интернет-бронирований. Новый уровень работы туристической индустрии позволяет значительно сокращать расходы, увеличивать скорость обработки заказов, а, следовательно, увеличить привлекательность турпродукта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Велединский В. Туристический рынок сегодня: тенденции и перспективы / В. Велединский. — Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2012. — № 4.

2. Парфенова Е. Н. Развитие новых туристических продуктов в России и их специфика / Е. Н. Парфенова, В. Н. Орищенко // Молодой ученый. — 2017. — № 11. — С. 243–245. — Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/145/40589/> (дата обращения: 19.03.2019).

3. Романова М. М. Инновации в индустрии туризма / М. М. Романова // Инновации в науке : сб. ст. по матер. XXIX междунар. науч.-практ. конф. № 1(26). — Новосибирск : СибАК, 2014.

4. Цыринова Н. С. Современные инновационные технологии в туристической отрасли / Н. С. Цыринова // Молодой ученый. — 2016. — № 27.2. — С. 45–46. — Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/131/36459/> (дата обращения: 19.03.2019).

5. Hotel Expert Association [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://hotelex.ru> (дата обращения 20.03.2019).

**РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

**MEASURES TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS
OF TOURIST DESTINATIONS**

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Калинина Э. В., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. V. Kalinina, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе выделены факторы конкурентоспособности туристских дестинаций. Обобщены теоретические основы исследования процессов использования туристских ресурсов территории, Управленческие решения рассматриваются в качестве конкурентных стратегий, позволяющие повысить конкурентоспособность территории гостеприимства.

Annotation

The work highlighted the factors of competitiveness of tourist destinations. The theoretical foundations of the study of the use of tourist resources of the territory are summarized; Managerial decisions are considered as competitive strategies that allow to increase the competitiveness of the territory of hospitality.

Ключевые слова: конкурентоспособность, дестинация, инновации, туристический продукт, стратегия, планирование.

Keywords: competitiveness, destination, innovation, tourism product, strategy, planning.

Введение. Необходимым условием прогресса современного общества и абсолютным национальным приоритетом в долгосрочной перспективе является развитие человека [1].

Туризм как один из важных факторов, формирующих здоровье нации, способствует укреплению здоровья, восстановлению работоспособности людей. Туристская индустрия - динамично развивающийся сектор мировой экономики, оказывающий стимулирующее действие на ключевые сферы (транспорт, связь, строительство, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство и др.). В силу значимого мультипликативного эффекта туризм также служит катализатором социально-экономического развития и способствует повышению качества жизни населения.

Цель исследования уточнить теоретические основы исследования и определить мероприятия по повышению конкурентоспособности туристских дестинаций.

Результаты исследования. Для инновационного развития туристских дестинаций характерны тесные и постоянные отношения между бизнесом и наукой, что требует условий, снижающих барьеры взаимодействия и обмена (учитывая предмет отношений). Институты, организации, сети призваны обеспечить рыночные и внерыночные взаимодействия различных субъектов (носителей знаний, ресурсов, исполнителей работ, регуляторов и пр.). При разработке и внедрении инноваций необходимы различные услуги, операции, работы, выполняемые сторонними организациями в рамках соответствующего рынка или на основе сотрудничества. Инновационный путь получения прибыли должен стать основой предпринимательства в туристической сфере. Представленные условия определяют локализацию инноваций и предполагает наличие соответствующей институциональной среды, которая связана с осуществлением предпринимательской

деятельности в индустрии гостеприимства. Возникает проблема комплексного обеспечения всех условий для инноваций [3].

Важнейшей предпосылкой достижения благосостояния населения является высокий инновационный потенциал. При этом М. Портер разделяет два понятия: инновация и научное изобретение. Научное изобретение повышает конкурентоспособность страны только при условии внедрения его в эксплуатацию.

Модель, предложенная Портером, широко обсуждалась специалистами и состоит в способности туристской компании найти лучшие направления в формировании туристических продуктов и процессов, создающих конкурентное преимущество. Конкурентоспособность рассматривается как «производство более качественных товаров и услуг, которые продаются успешно потребителям» и как «способность страны пропорционально генерировать больше богатства, чем ее конкуренты на мировых рынках» [2].

Следует учитывать, что объективное ужесточение и деноминация конкуренции сопровождается увеличением значимости инноваций для получения конкурентных преимуществ (в том числе ценовых) при соответствии новым регуляторным требованиям и ограничениям по природным ресурсам. В связи с этим конкурентная борьба все больше охватывает стадии разработки и внедрения инноваций. При доминировании инновационной конкуренции повышение уровня конкурентоспособности национальной экономики зависит от качества инноваций, а также массовости и непрерывности их появления с определенными временными, отраслевыми, пространственными и другими характеристиками [3].

Предпосылкой успешной разработки инноваций является сотрудничество (кооперация) различных субъектов инновационной деятельности: предприятий, университетов и других учебных заведений (в том числе специализированных), научно-исследовательских институтов, опытно-конструкторских и проектных учреждений и т.д. В том числе это

касается различных видов бизнеса, главным образом крупных и малых предприятий, обладающих разными преимуществами в сфере инноваций и, соответственно, играющими разную роль в инновационных процессах. У. Баумоль концентрирует внимание на четырех центрах, которые делают вклад в инновационный процесс, это: крупный и малый бизнес, правительство и университеты (научный сектор) [4].

Сотрудничество может быть необходимым при любой модели инновационного процесса, в ряде моделей (интерактивная и открытые инновации) оно является основополагающим [5]. Императивный характер приобретает информационный обмен, коммуникации, сетевые взаимодействия, а также развитие социальных связей на уровне людей и предприятий (организаций).

Планирование и продвижение туристических направлений должно основываться на тщательном анализе конкурентных факторов и стратегии развития. Определяющими факторами конкурентоспособности индустрии туризма являются наличие разумной государственной политики, развитие смежных и вспомогательных отраслей, сотрудничество, использование инноваций и новейших методов и технологий, соблюдение факторных условий.

В туристском секторе конкурентоспособность рассматривается как способность к формированию и интеграции востребованных туристических продуктов, увеличение национального богатства и интеграции этих отношений в социальную модель. Конкурентоспособность часто включала концепцию маркетингового планирования и конкурентных стратегий развития, определения самых сильных из туристических ресурсов (кластеров), наиболее привлекательные рынки/сегменты для каждого ресурса (кластера) определяющихся по их функциям в сочетании конкретных конкурентных сил. Систематическая оценка и сопоставление основных компонентов в сфере туризма может обеспечить более высокую

оценку конкурентных преимуществ и способствовать разработке более эффективной политики в области формирования развития. Конкурентоспособность окружающей среды может быть повышена за счет соответствующих управленческих усилий и путем осуществления определенных мероприятий или стратегий в области экологического маркетинга.

Выводы. Повышение конкурентоспособности туристских дестинаций зависит от поддержания, эффективного и рационального использования, экологических, социальных и культурных ресурсов. Управленческие решения в таком контексте рассматриваются в качестве конкурентных стратегий, позволяющие повысить конкурентоспособность территории гостеприимства. Эффективные управленческие усилия, маркетинговые мероприятия, соответствующее качество услуг и экологическое соответствие в управлении ими способствует формированию востребованных туристических услуг и достижения лучших конкурентных позиций на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пахолков Н. А. Инновационная модель активизации и регулирования регионального рынка туристских услуг / Н. А. Пахолков, В. С. Орлова // Инновации. Специальный выпуск. Январь, 2009.

2. Porter M. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance / M. Porter. — New York : The Free Press, 1992. — 557 p.

3. Мухамедова З. Х. Модели и стратегии национальных экономических систем в условиях глобализации мировой экономики / З. Х. Мухамедова // Бізнес та умови його розвитку: національний і міжнародний дискурси: матер. V міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. — С. 231–234.

4. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine / W. J. Baumol // Small business economics. — Dordrecht etc., 2004. — Vol. 23, № 1. — P. 9–24.

5. Enkel E. Open R&D and open innovation: Exploring the phenomenon / E. Enkel, O. Gassmann, H. Chesbrough // R a. D management. — Oxford, 2009. — Vol. 39, № 3. — P. 311–316.

УДК 379.854

**ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ КРЫМА**

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF MARKETING OF INNOVATIONS
AT THE MARKET OF TOURIST SERVICES OF CRIMEA**

Трегулова И. П., к. э. н., доцент,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

Ухтеев А. Д., магистр,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

I. P. Tregulova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

A. D. Uhteyev, master,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

Аннотация

В данной статье рассматривается проблематика внедрения маркетинговых инноваций как одного из важных методов продвижения туристических услуг. В статье излагается основная проблематика, которая сдерживает нормальное развитие рынка туруслуг в Крыму.

Annotation

This article discusses the problems of implementation of marketing innovations as one of the most important methods of promotion of tourism services. The article shows the main problem that hinders the normal development of the tourism market in the Crimea.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, рынок туристических услуг, туризм, проблематика, туристический маркетинг, туристический продукт, инновации.

Keywords: innovative marketing, tourism services market, tourism, problems, tourism marketing, tourism product, innovation.

Введение. Покупатели на сегодняшний день стали более избирательнее и все больше игнорируют коммерческие коммуникации, а расходы на информирование о новейших туруслугах увеличиваются. В виду экономического кризиса многие субъекты туристической индустрии Крыма уделяют очень мало внимания своей маркетинговой политике.

Инновационный маркетинг — теория маркетинга, в соответствии с которой предприятие должно постоянно улучшать продукты и услуги, а также технологии маркетинга.

Отличием инновационного маркетинга от традиционного является то, что инновационный маркетинг взаимодействует не с реальным турпродуктом, а с идеей, нововведением. Миссия заключается в том, чтобы определить, принесет ли данное нововведение необходимый доход для компенсации расходов на поддержку инновации.

В инновационном маркетинге инновации делят по степени потенциала:

– радикальные инновации — принципиально новые изделия и технологические процессы. Они малочисленны и, как правило, предусматривают появление нового покупателя либо нового рынка сбыта;

– комбинаторные инновации — новый комплекс ранее известных элементов и свойств.

Комбинаторные инновации как правило ориентированы на привлечение новых групп покупателей либо освоение новых рынков;

– модифицирующие инновации — заключаются в совершенствовании либо дополнении имеющихся турпродуктов. Модифицирующие инновации как правило ориентированы на сохранение либо повышение рыночных позиций компании.

В Российской Федерации, в том числе и в Крыму, инновационный маркетинг сталкивается с рядом трудностей [1]: нет реальной государственной поддержки инновационных компаний; небольшие туристические фирмы не склонны к инновационным идеям; недостаток специалистов, ориентированных на инновационные идеи; недостаток специалистов, способных продвинуть инновационные турпродукты; низкое качество инновационных проектов; дополнительные расходы для введения инновационных турпродуктов; отсутствие благоприятной среды для развития и реализации инновационных проектов.

Цель исследования. Единственный подход привлечения интереса — новшество и неповторимость. Инновации в маркетинге — вот ключ и основа нынешних конкурентноспособных маркетинговых стратегий.

Результаты исследования. Инновационная деятельность — совокупность научно-технических, организационных, экономических, коммерческих мероприятий, который приводят к инновациям. Деятельность считается инновационной, когда в нее приносятся новейшие знания, технологические процессы, приемы, подходы с целью получения результата, который широко необходим в обществе. Инновационную деятельность компании можно определить как совместный труд всех сотрудников, направленную на разработку и введение новшества. Инновационная деятельность носит системный характер, систему формирует общество и субъекты инновационной деятельности.

В условиях рыночной экономики эффективную деятельность компании обеспечивает инновационная стратегия, которая является определяющим инструментом в конкурентной борьбе. При этом, максимального успеха

достигают те компании, у которых инновационная деятельность и введение нового туристического продукта представляют собой постоянный процесс управления инновационной активностью.

Основные тенденции инновационной деятельности в отрасли туризма:

- выпуск новейших видов турпродукта, ресторанного продукта, гостинничных услуг и т. д.;

- применение новой техники и технологии в изготовлении традиционных продуктов;

- применение новых туристских ресурсов, прежде не использовавшихся.

- модификации в организации создания и потребления традиционного турпродукта, ресторанного продукта, гостиничных услуг и т. д.;

- обнаружение и использование новейших рынков сбыта продукции.

Основу инновационной деятельности в абсолютно всех секторах экономики составляет реализация достижений научно-технического прогресса и внедрение маркетинговых инноваций. Это в полной мере относится и к области социально-культурного сервиса и туризма. Маркетинговые инновации дают возможность охватывать потребности целевых покупателей либо привлекать не охваченных покупателей на текущий период времени.

На сегодняшний день невозможно эффективное функционирование той или иной компании, в том числе и организаций индустрии туризма, без использования главных принципов и методов маркетинга, которые вытекают из особенностей туристского маркетинга - управление спросом, а не его стимулирование. Стимулирование спроса не является первоочередной задачей. Спрос на туристские услуги регулярно увеличивается, и туриндустрия в наименьшей степени, чем другие отрасли, зависит от перемены конъюнктуры. Для туристского маркетинга более

значимой проблемой считается направление спроса в необходимом направлении;

- достоверность и развернутость информации о турпродукте;

- особый интерес к вопросам защиты прав потребителя турпродукта;

- целесообразность диверсификации туристских услуг и повышение интереса к маркетинговым мероприятиям в межсезонье с целью снижения зависимости туристских организаций от сезонности;

- учет в маркетинговой деятельности не только материальных аспектов, но и психологии, духовно-эмоционального состояния и специфик покупателей;

- необходимость координации маркетинговых мероприятий, осуществляемых всеми организациями — участниками создания туристских услуг.

Выводы. В условиях обостряющейся конкурентной борьбы и небывалого увеличения возможностей выбора у покупателей конкуренция среди предприятий двигается в сферу услуг. Одерживать победу тот, кто смог верно определить своего покупателя, выявить его потребности и своевременно предоставить ему нужный пакет продуктов и сервисов.

Индустрия туризма в настоящее время показывает динамичный подъем. Повышение конкуренции, процессы слияний и поглощений небольших фирм более крупными игроками рынка приводят к тому, что со временем рынок туристических услуг становится более структурированным и сложным. Турагентства вынуждены находить новые методы укрепления своих позиций, так как ресурсы ценовой конкуренции почти исчерпаны. Более современные туристические фирмы вкладывают средства в усовершенствование технологий работы с покупателями.

Информационные технологии дают возможность существенно увеличить качество взаимодействия туристической фирмы с покупателем,

оказывают большое влияние на функции управления и налаживания отношений между ними.

Оценка эффективности инновационной деятельности в маркетинге считается крайне непростой задачей — не всегда предоставляется возможность показать количественный результат, получаемый за счет маркетинговых мероприятий. При оценке маркетинговой деятельности следует представлять параметры, характеризующие работу определенного бизнес-подразделения — объемы реализации, долю компании в рынке, маржинальную и чистую прибыль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инновационные маркетинговые технологии как инструмент повышения конкурентоспособности организации / Е. В. Гугнина, Г. И. Сидунова, Е. В. Самсонова, М. В. Самсонова // *Фундаментальные исследования*. — 2016. — № 10-1. — С. 124–128;

2. Салмин П. С. Машинная модернизация системных технологий для целей организационного управления предприятиями / П. С. Салмин // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. — 2012. — № 3–1. — С. 258–260.

3. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. — М. : ИЦ «Академия», 2007. — 208 с.

4. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А. П. Дурович. — М. : ООО «Новое знание», — 2012. — 48 с.

5. Смыков М. Р. Туризм: экономика, менеджмент и маркетинг / М. Р. Смыков. — Алматы : Нур-пресс, 2006. — 109 с.

6. Маркетинговый портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.r-trends.ru.

7. Сайт о маркетинге, рекламе, PR [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.proreklamu.com.

УДК 338.48

**РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАЗВИТИИ
ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ**

**THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE
DEVELOPMENT OF THE TOURIST SPHERE**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Зотова Н. В., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Zotova N. V., student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены современные возможности процесса автоматизации обслуживания клиентов туристской сферы.

Annotation

The article discusses the modern capabilities of the process of automating customer service in the tourism sector.

Ключевые слова: инновации, искусственный интеллект, автоматизация, туризм, обслуживание, интернет.

Keywords: innovations, artificial intelligence, automation, tourism, maintenance, Internet.

Введение. Концепция искусственного интеллекта по сути относится к компьютерам или машинам, выполняющим задачи, для выполнения которых обычно требуется человеческий интеллект. Искусственный интеллект существует в течение десятилетий, но лишь относительно

недавно компьютеры и другие машины стали достаточно продвинутыми и надежными для выполнения сложных задач без посторонней помощи. Концепция тесно связана с идеями автоматизации, где процессы выполняются практически без вмешательства человека.

Цель исследования — определить роль и возможности искусственного интеллекта в индустрии туризма.

Результаты исследования. В современную эпоху общепризнанным фактом является то, что предприятия будут собирать и хранить огромное количество данных. Это может помочь внедрению искусственного интеллекта в сферу обслуживания и туризма.

Большинство отелей и курортов в значительной степени полагаются на превосходное обслуживание клиентов для создания своей репутации, и технология искусственного интеллекта может помочь в этом различными способами. Например, искусственный интеллект может быть использован для улучшения персонализации, подбора рекомендаций и обеспечения быстрого времени реагирования даже в отсутствие персонала [1].

Искусственный интеллект достиг такого уровня, когда его регулярно используют для оказания помощи и общения с клиентами, «обучения» каждому из этих взаимодействий и, как результат, улучшения будущих взаимодействий. Кроме того, искусственный интеллект может помочь с такими задачами, как анализ данных, расчеты и решение проблем, которые могут быть ценными для владельцев отелей.

Роль искусственного интеллекта в деловом мире резко возросла за последнее десятилетие, и в последние несколько лет, в частности, он получил гораздо более широкое распространение в индустрии туризма. Ниже приведены наиболее важные способы использования технологии в настоящее время [2].

1. Чат-боты и онлайн-сервис.

Для отелей и других предприятий в сфере туризма одним из наиболее интересных применений искусственного интеллекта является оказание помощи клиентам в Интернете. В частности, уже получили широкое распространение в целях обеспечения чат-ботов на платформах социальных сетей, а также приложений для обмена мгновенными сообщениями [4].

При таком способе искусственный интеллект может отвечать на вопросы и предоставлять ценную информацию клиентам, даже если представитель службы поддержки клиентов недоступен. Клиенты требуют более быстрого и быстрого отклика на онлайн-платформах, а искусственный интеллект позволяет компаниям предоставлять время, которое было бы невозможным для людей.

2. Личное обслуживание клиентов.

В то время как использование искусственного интеллекта для обеспечения онлайн-обслуживания клиентов в настоящее время является относительно распространенным явлением, одной из новых тенденций является использование этой технологии и для непосредственного взаимодействия с клиентами. Важно, что это позволяет сократить очереди на информационных или приемных стойках и повысить общую эффективность.

Одним из примеров этой технологии в действии является ИИ-робот «Конни», который был развернут Hilton. Этот робот использует искусственный интеллект и распознавание речи для предоставления туристической информации клиентам, которые с ней разговаривают. Каждое человеческое взаимодействие также помогает обучать робота, улучшая качество всех будущих коммуникаций [3].

3. Обработка данных и анализ данных.

Важно понимать, что применение искусственного интеллекта в индустрии путешествий и туризма не ограничивается только обслуживанием клиентов. На самом деле, одно из самых популярных и

эффективных применений — сбор и интерпретация данных, чтобы сделать выводы о клиентах, методах ведения бизнеса и ценовых стратегиях.

Ключевым преимуществом искусственного интеллекта в этой конкретной области является его способность быстро и точно сортировать огромные объемы данных, где эквивалент для человека займет значительно больше времени и потенциально может содержать больше ошибок. Например, отель Dorchester Collection использовал AI для сортировки отзывов клиентов по результатам опросов, обзоров и онлайн-опросов, чтобы в реальном времени получить более четкую картину текущего мнения [5].

В условиях непрерывного развития цифровых технологий неудивительно, что развиваются и их приложения в сфере туризма.

Ежегодно более 400 000 профессионалов в сфере туризма используют технологические советы, чтобы увеличить свой доход, внедрить инновационные процессы и улучшить качество обслуживания клиентов.

Выводы. Способность искусственного интеллекта выполнять задачи, которые традиционно требовали от человека когнитивных функций, сделала его особенно полезным для тех, кто работает в сфере туризма, поскольку развертывание искусственного интеллекта может сэкономить время и деньги предприятий, потенциально устраняя человеческие ошибки и позволяя быстро выполнять задачи, в любое время суток.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пермская научная школа искусственного интеллекта и ее инновационные проекты / под ред. Л.Н. Ясницкого. — Москва : Ижевск : НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2008. — 75 с.

3. Ясницкий Л. Н. Введение в искусственный интеллект / Л. Н. Ясницкий. 3-е изд. — М. : Издательский центр «Академия», 2010. — 176 с.

4. McCulloch W. S. A Logical Calculus of Ideas Immanent in Nervous Activity / W. S. McCulloch, W. Pitts // Bull. Mathematical Biophysics. — Vol. 5. — 2006.

5. Rosenblatt F. Principles of Neurodynamics / F. Rosenblatt. — New York : Spartan Books, 2015.

6. Ясницкий Л. Н. О возможностях применения методов искусственного интеллекта в сфере туризма / Л. Н. Ясницкий, А. С. Бржевская, Ф. М. Черепанов // Сервис plus. — 2010. — № 4. — С. 42.

СЕКЦИЯ 4. УЛУЧШЕНИЕ ПОЗИЦИЙ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ: АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ

УДК 911.3:338.48:551.422

ШРИ-ЛАНКА КАК ПОПУЛЯРНАЯ ДЕСТИНАЦИЯ ДЛЯ РОССИЯН: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТУРИСТСКОГО РАЗВИТИЯ

SRI LANKA AS A POPULAR DESTINATION FOR RUSSIANS: TERRITORIAL ASPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT

Гуров С. А., к. г. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Молчанова Е. А., магистр,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

S. A. Gurov,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

E. A. Molchanova, master,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Определено понятие «экзотический остров». Определены критерии, которые учитываются в выделении территориальных особенностей исследуемой территории. Выявлены географические особенности и специализация туристско-рекреационных районов острова Шри-Ланка.

Annotation

The concept of «exotic island» is concretized. The criteria which are considered in allocation of territorial features of the investigated territory are defined. The geographical features and specialization of tourist-recreational areas of the island of Sri Lanka are revealed.

Ключевые слова: экзотика, остров, экзотический остров, территория, особенности.

Keywords: exotic, island, exotic island, area, features.

Введение. На современном этапе развития выездного туризма в Российской Федерации существует заметная тенденция увеличения спроса на отдых в экзотических островных дестинациях, предоставляющих свои уникальные природные и историко-культурные туристские ресурсы, возможности в организации специфических развлечений, нестандартные организационные возможности, что обусловлено их изолированностью от привычных мест рекреации [2]. Для организации туризма первостепенную важность имеет природно-географическое положение и размер острова, которыми определяется климат территории, один из важных критериев оценки местности [6].

Цель исследования — определить и проанализировать территориальные особенности развития туризма на острове Шри-Ланка.

Результаты исследования. Непосредственно понятие «экзотический остров» объединяет в себе такие понятия как «остров» и «экзотика». Проанализировав существующие интерпретации данных понятий, «экзотический остров» можно определить следующим образом – «это участок суши, окруженный со всех сторон водой, который имеет определенные явления и ресурсы, являющиеся необычными для жителей других регионов» [5].

Для использования экзотических островов в туристских целях следует учитывать природно-рекреационный потенциал, уровень развития туристских услуг, наличие инновационных методов ведения туристской деятельности, уровень развития инфраструктуры, транспортную доступность, уровень сервиса, развитие как основных видов туризма, так и экзотических, благоприятную экологическую обстановку. Все указанные критерии учитываются в выделении территориальных особенностей исследуемой территории [3].

Одним из ярких примеров места экзотического отдыха является остров Шри-Ланка. Территория острова расположена в Южной Азии, в акватории

Индийского океана. Азиатский регион это самый быстрорастущий туристский регион мира, за счет повышения доходов, увеличения свободного времени местных жителей, снятия правительственных ограничений на туризм, усовершенствования транспортных сетей и туристской инфраструктуры [4].

Одним из преимуществ острова Шри-Ланка является то, что на небольшой территории острова (65610 кв. км.) эстетично интегрируются природная местность и городская инфраструктура, которые, в свою очередь, могут влиять на рост населения, улучшение экологии, достройку объектов, и функциональную модернизацию. Также следует отметить, что наличие уникально разнообразно выраженной и сохраненной пляжной окружности острова и внутреннего агропромышленного комплекса, создало такую территориальную организацию общества и хозяйства, при которой четко выражены две зоны специализации — приморская и внутренняя [7].

Большая часть территории острова Шри-Ланка состоит из прибрежных низменностей. Протяженность береговой линии составляет 1,3 тысячи километров. Горы располагаются в центральной части страны. Данные особенности рельефа дают возможность развивать на территории как купально-пляжную рекреацию, так и активные, экстремальные виды туризма [7].

Остров обладает тропическим климатом, что, в свою очередь, влияет на сезонность туристского предложения в зависимости от территориального расположения курорта. На Северо-Восточном побережье с ноября по март наблюдается сезон дождей, сильные волны, штормы в связи с муссоном с Бенгальского залива. На Юго-Западном побережье пасмурная погода и дожди держаться стабильно с мая по сентябрь, так как действует муссон с Аравийского моря. Апрель и октябрь являются переходными месяцами сезонов на обоих побережьях. Но при этом высокие температуры как в

равнинной части страны, так и в горной сохраняются на протяжении года, что способствует обеспечению круглогодичного туристского потока [4].

В результате постоянно меняющихся и возрастающих потребностей работников и потребителей, появляется потребность в выделении определенных участков территории, которые по совокупности природных и социально-экономических условий более всего соответствуют требованиям определенных видов рекреационной деятельности [1].

Территориальные особенности развития территории на острове Шри-Ланка целесообразно определять порайонно. Для этого мы изучили провинции острова Шри-Ланка со стороны специализации отдельных районов на различных видах туризма, а также в какой степени располагают районы природными и культурно-историческими ресурсами. На острове можно выделить семь основных туристско-рекреационных районов (табл. 1): Южное побережье, Западное побережье, Юго-Восточное побережье, Восточное побережье, Север, Центральное нагорье и Культурно-исторический центр острова.

Таблица 1

Территориальные особенности и специализация
туристско-рекреационных районов острова Шри-Ланка

Туристско-рекреационный район	Охватываемые территориальные округа острова	Основные курорты	Специализация района	Географические особенности
Южное побережье	Галле, Матара, Хамбантота	Балапития, Хиккадува, Галле, Велигама	Купально-пляжная рекреация, в меньшей степени — экскурсионно-познавательный и экологический туризм, экстремальные виды отдыха	Наиболее благоприятные климатические условия на низменной части острова, наличие коралловых рифов, парки дикой природы

Туристско-рекреационный район	Охватываемые территориальные округа острова	Основные курорты	Специализация района	Географические особенности
Западное побережье	Калутара, Коломбо, Путталам, Гампах	Негомбо, Коломбо, Пандувануара, Бентота	Купально-пляжный, экскурсионно-познавательный и лечебный туризм	Омывается Лаккадивским морем, густонаселенный район, благоприятный климат для оздоровления и лечения
Юго-Восточное побережье	Ампара, Монарагала	Аругам-Бэй, Кататрагама, Потувил	Треккинговые маршруты, прогулки и наблюдения за животным и растительным миром, зеленые туры и агротуры	Наибольшее сосредоточение национальных парков и заповедников
Восточное побережье	Тринкомали, Баттикалоа	Баттикалоа, Калкудха, Тринкомали	Активные экстремальные виды отдыха	Отличается протяженностью от юго-востока до северо-востока вдоль береговой линии более чем на 300 км. Наличие большого количества лагун и подводных каньонов
Север	Джафна, Килиноччи, Маннар, Вавуня, Мулативу	Таунсенда, Джаффна, Канкасантуре	Экскурсионно-познавательный и фестиваль туризм	Наличие наибольшего количества памятников культурного наследия. Наличие группы островов, расположенных вокруг побережья Джаффны
Центральное нагорье	Кегалла, Нувара-Элия, Ратнапура, Бадулла	Нувара-Элия, Ратнапура	Горно-пешеходные виды туризма и спелеотуризм	Наличие горного массива, влажных горных лесов, истоков рек, пещер
Культурно-исторический центр острова	Канди, Курунегала, Матале, Полоннарува, Анурадхапура	Анурадхапура, Полоннарува, Канди, Михинтале	Религиозный и экскурсионно-познавательный туризм	«Культурный треугольник» — исторические столицы, множество культурно-познавательных объектов, храмы, священные города, дворцы — места паломничества.

Составлено по данным Управления по развитию туризма о. Шри-

Ланка [7]

Выводы. Таким образом, территориальные особенности острова Шри-Ланка, такие как географическое положение, климатические условия, природные и культурно-исторические ресурсы создают привлекательный образ дестинации для круглогодичной рекреации.

Выделенные туристско-рекреационные зоны были выявлены благодаря определению однородных признаков и характера рекреационного использования территории. Данные рекреационные районы могут помочь рекреантам в поиске нужного вида туризма и присутствия его в том или ином районе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 470 с.
2. Гуров С. А. Географические тенденции развития туризма в экзотических островных дестинациях / С. А. Гуров, Е. А. Молчанова // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2018. — Т. 4 (14). — Вып. 4. — С. 159–166.
3. Зайцева Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. А. Зайцева. — М. : Академия, 2015. — 340 с.
4. Кидман П. «Азиатские страны» / П. Кидман. — 2014.
5. Хомич С.А. География международного туризма. Азиатско-Тихоокеанский макрорегион / С. А. Хомич, О. С. Мозговая. — Минск, 2013.
6. Добби Э. Юго-Восточная Азия / Э. Добби. — М. : Просвещение, 1999.
7. Официальный сайт Управления по развитию туризма на острове Шри-Ланка [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.slttda.lk/>.

**СЕКЦИЯ 5. НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО И
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ**

УДК 331.104.2

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ
СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

**THEORETICAL BASES OF FORMATION OF A PERSONNEL
MOTIVATION SYSTEM OF THE TOURIST INDUSTRY
ENTERPRISES**

Воробец Т. И., к. э. н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T. I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании представлены теоретические основы формирования системы мотивации персонала предприятий туристской отрасли. Изучены основные противоречивые аспекты в определении мотивации персонала туристских предприятий.

Annotation

The study presents the theoretical foundations of the formation of a system of motivation of personnel of enterprises of the tourist industry. The main contradictory aspects in determining the motivation of the personnel of tourist enterprises are studied.

Ключевые слова: туристская отрасль, мотивация персонала, система мотивации.

Keywords: tourist industry, staff motivation, motivation system.

Введение. Отсутствие механизмов развития системы мотивации не позволяет туристским предприятиям противостоять негативному влиянию факторов и проблем макросреды, и решать практические вопросы своего

функционирования. Ситуация осложняется недостаточностью научных исследований в области развития системы мотивации персонала, и демотивированности работников туристских предприятий по решению тактических и стратегических задач, которые ставит перед ними руководство. Это тормозит развитие предприятий в целом. Для решения данной проблемы определенным интерес представляют работы ученых, в которых заложены основные теоретические положения по развитию системы мотивации персонала и внедрение мотивационных механизмов на предприятиях [1; 2; 3], однако следует отметить, что среди современных ученых-экономистов, занимающихся проблематикой развития туристских предприятий, недостаточно внимания уделяется аспектам развития системы мотивации персонала в целом и, в частности — разработке и внедрению мотивационных механизмов.

Цель исследования. Развитие теоретических и практических основ совершенствования системы мотивации туристических предприятий.

Результаты исследования. С учетом того, что любое предприятие в условиях рыночной экономики является открытой экономической системой, на которую влияют факторы внешней среды, его развитие зависит от умения персонала противостоять их негативному влиянию, и использовать в свою пользу положительное действие этих факторов. Следовательно, результаты проведенного исследования свидетельствуют, что особого внимания на туристских предприятиях требует формирование системы мотивации персонала, основанной на объединении мотивационных факторов, инструментов стимулирования, в некоторых случаях даже конструктивного манипулирования с оглядкой на внутренние и внешние факторы развития предприятий этой отрасли и специфики работы на них.

Возрастающую роль туризма на современном этапе — как отрасли национальных экономик, отмечают ученые разных стран. Это обуславливает интерес к вопросам повышения эффективности

деятельности туристских предприятий, которую возможно достичь через создание выверенной системы мотивации персонала направленной на повышение качества оказания услуг или формирование готового продукта.

С нашей точки зрения, одной из основных причин возникновения разногласий при исследовании системы мотивации туристских предприятий является нечеткое осознание учеными особенностей формирования мотивации персонала предприятий именно этой отрасли, что в свою очередь, является следствием научной проблемы понимания «мотивации» (как экономической категории) в отрасли туризма. Так, исследуя точки зрения ученых, освещающих в своих исследованиях аспекты «мотивации» — как категории и понятия, которое заслуживает внимания преобладают подходы с рассмотрением мотивов потребителей. В то же время, не раскрывается в полном объеме сущность мотивации тех, кто предоставляет туристские услуги, и не устанавливается зависимость между мотивами потребителей и мотивами работников, которые эти услуги предоставляют. Более того, среди исследований ученых имеются проблемы понимания мотивации персонала туристических предприятий. Так, например В.А. Квартальнов рассматривает аспекты мотивации персонала туристских предприятий, которые касаются только одной категории — менеджеров туристских компаний [1], а сама концепция управления кадрами содержит общеизвестные теоретические основы стимулирования труда без учета специфики туристской деятельности; по содержанию труда Г.А. Карповой и Л.В. Хоревой мотивация персонала «выпадает» из цепи управления деятельностью туристских предприятий [2]; в исследованиях других ученых мотивация персонала туристского предприятия сводится к характеристике общеизвестной системы стимулов, к повышению эффективности труда персонала вообще вне выделения его категорий и вне связи со спецификой самого предприятия.

Обобщая результаты проведенного контент-анализа работ, в которых раскрываются понятия «мотивации» и «мотивации труда», можно прийти к следующим выводам:

во-первых, понимание понятия «мотивация» в области туризма касается двух субъектов, в отношении которых формируются потребности — тех, кто является потребителем туристических услуг, или собирается их получить (собственно туристы и потенциальные туристы), и тех, кто эти услуги предоставляет — персонал туристских предприятий;

во-вторых, из приведенных определений становится понятным, что в отношении субъекта – получателя туристских услуг, о мотивации говорится в психологическом и социологическом контексте — как инструменте воздействия на сознание с целью формирования и развития потребностей к занятию туризмом, или осуществлению какой-либо деятельности, связанной с ним (путешествия, участие в специальных событиях, оздоровительное лечение и т. д.);

в-третьих, с экономической точки зрения, использование понятия «мотивация» в большинстве случаев ассоциируется с трудовой деятельностью тех субъектов, которые предоставляют туристские услуги, удовлетворяющие потребности тех, кто их получает, которые пытаются сформировать потребности в их получения потенциальными пользователями — то есть персонала туристских предприятий.

Из рассмотренных в работе дефиниций только некоторые определения касаются мотивации действительных или потенциальных туристов для удовлетворения ими потребностей в путешествиях, однако применение понятия «мотивация» в отношении этого субъекта несет смысловую нагрузку в основном не с экономической, а с психологической точки зрения, а использование понятия «мотивация труда» вообще недопустимо для него. В этом контексте именно с экономической точки зрения целесообразно рассматривать только процесс «мотивации» в туризме для персонала предприятия по классическому подходу менеджмента на основе общеизвестных теорий Маслоу, Герцберга, Мак

Клелланда, Портера Лоурера т. п. [3]. Понятно, что у тех, и других субъектов априори в основе взаимодействия в туристской отрасли заложены мотивы и потребности, но в корне они формируются по-разному. Таким образом, на основе установления взаимосвязи между мотивами потребителей туристских услуг и работников туристских предприятий разработана схема гармонизации мотивов между этими субъектами (рис. 1.).

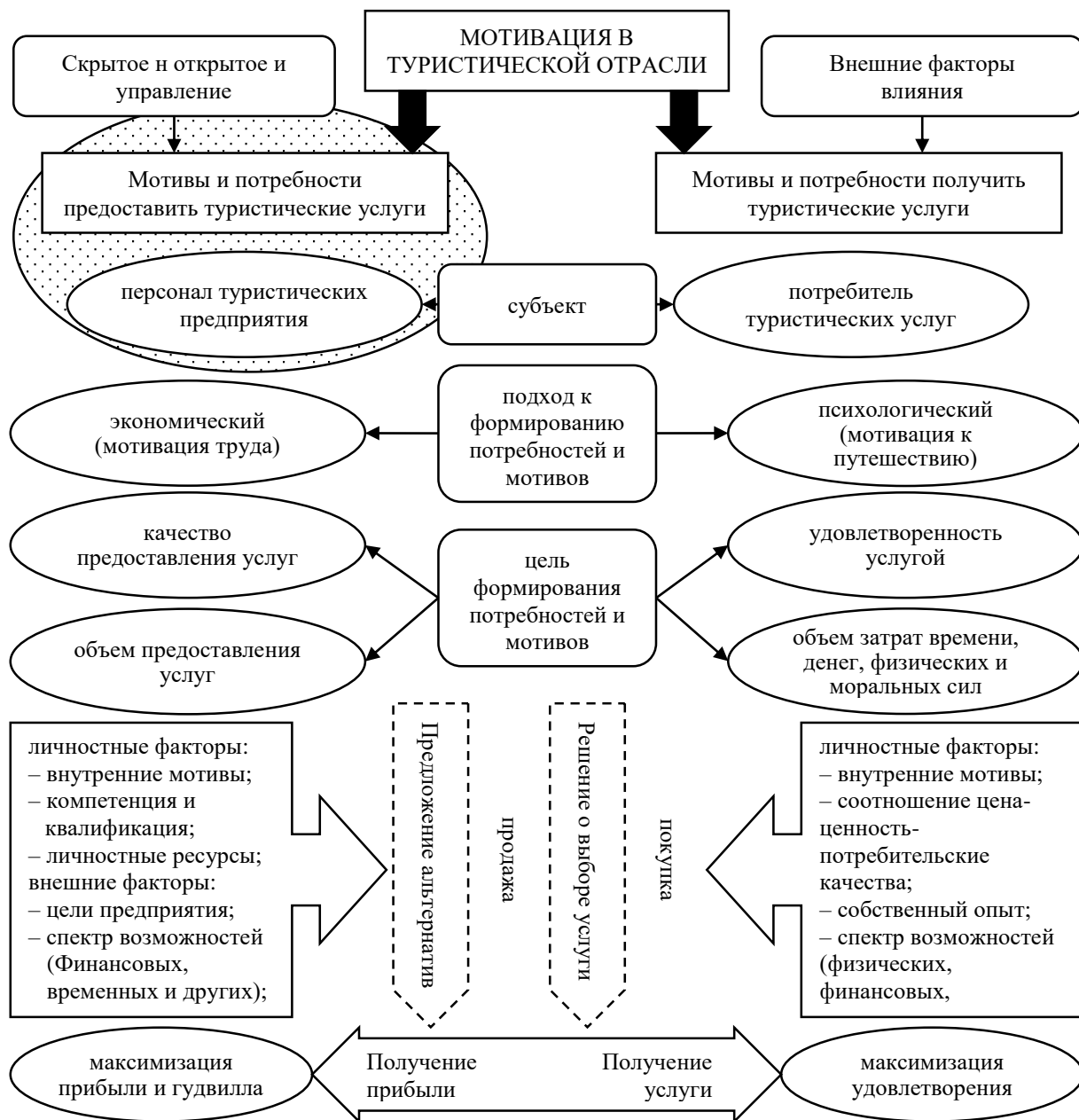


Рисунок 1 – Гармонизация мотивов субъектов туристической отрасли с их целевой функцией

Выводы. Из приведенной схемы становится очевидным, что именно от качественного предоставления туристских услуг удовлетворяются потребности обоих субъектов в туристской отрасли. Таким образом, от действий персонала зависит достижение стратегической цели по увеличению объема предоставляемых качественных услуг потребителю, привлечение большего количества потребителей к туристской деятельности, и, как следствие – получение прибыли туристским предприятием и повышение имиджа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: учебник / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 672 с.
2. Карпова Г. А. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях, Ч. 1. / Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. — 268 с.
3. Penc J. Zarządzania personelem w przedsiębiorstwie / J. Penc ; wyd. A. Mar-zalek. — Warszawa, 2001 r. — 454 s.

УДК 338.486:316.61

ИЗУЧЕНИЕ СТРУКТУРЫ СОЦИОТИПОВ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

THE STUDY OF THE STRUCTURES OF SOCIOTYPES OF WORKERS IN THE TOURISM INDUSTRY AS THE BASIS FOR IMPROVING THE STAFFING OF THE RECREATIONAL INDUSTRY

Гуров С. А., к. г. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Алексеев М. А., магистр,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

S. A. Gurov,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

M. A. Alekseenko, master,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Современный туризм — весьма сложное и многогранное явление, поэтому изучение феномена туризма требует обращение к психологии, антропологии, социологии, экономике, географии, информатике, праву. В данной работе рассмотрим психологический аспект туризма, то есть, применение психологических теорий, в данном случае, соционических технологий, на практике.

Annotation

Modern tourism is a very complex and multifaceted phenomenon, so the study of the phenomenon of tourism requires an appeal to psychology, anthropology, sociology, economics, geography, computer science, and law. In this paper, we consider the psychological aspect of tourism, that is, the application of psychological theories, in this case, socionic technologies, in practice.

Ключевые слова: туризм, соционика, социотипы, менеджер по туризму, работник туризма.

Keywords: tourism, socionics, sociotypes, tourism manager, tourism worker.

Введение. В индустрии туризма встречаются профессии самых разных видов с заметно различающимися требованиями. Проблема, с которой постоянно сталкиваются работодатели — поиск подходящего человека на то или иное место. И, наоборот, для каждого человека очень важно найти подходящую работу, где будут наиболее востребованы его возможности и способности, а также накопленные знания.

Цель исследования заключается в изучении структуры социотипов работников сферы туризма.

Результаты исследования. Во время формирования индивидуального тура или во взгляде каждого туриста на одну и ту же экскурсию можно

наблюдать расхождение во мнениях. Для составления положительного отзыва об отдыхе одному человеку будет достаточно веселого и непринужденного в общении экскурсовода, другому — точного предоставления информации об объекте либо дестинации, третьему — комфортабельные условия поездки и точное соответствие времени на посещение каждого объекта и мероприятия, заявленное в информационном листе. Знания в области соционики помогут разработать тур с максимальным охватом предпочтений туриста, экскурсоводу — манерой проведения тура и предоставления информации оставить только положительные впечатления у разного типа людей, работникам сферы рекреации — найти подход практически к каждому клиенту [1; 2]. В основе соционики — пары признаков (дихотомии), именуемые базисом Юнга:

1. Рациональность / иррациональность;
2. Логика / этика;
3. Интуиция / сенсорика;
4. Интроверсия / экстраверсия.

Заметно, что каждая дихотомия представляет собой пару взаимоисключающих признаков. У каждой конкретной личности один из признаков (полюсов дихотомии) всегда в определенной степени преобладает над другим. Общее количество всех возможных сочетаний признаков равно $2^4=16$.

Соционический тип обозначается следующим способом. Указываются признаки дихотомий, причем для рационалов сначала пишется «логически» или «этически». Затем «интуитивный» или «сенсорный», «экстраверт» или «интроверт». Для иррационалов наоборот: сначала «интуитивно» или «сенсорно», затем «логический» или «этический», «экстраверт» или «интроверт». Поскольку запись достаточно громоздкая, используются аббревиатуры (ЛСИ, ИЭЭ и др.).

Для того чтобы определить, какой тип информационного метаболизма преобладает в туристской сфере, было проведено соционическое типирование посредством опроса и интервьюирования. Среди опрошенных были работники индустрии туризма, а также студенты кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма КФУ им. В.И. Вернадского. Всего приняли участие в исследовании 117 человек. В результате можно сделать следующие выводы: наиболее часто встречающийся тип информационного метаболизма в группе опрошенных — это сенсорно-логический интроверт (ЛСИ или Мастер) 16 человек или 14% от общего числа и сенсорно-этический экстраверт (СЭЭ или Политик) 15 человек или 13 % от общего числа. Оба этих типа объединяет такая дихотомия, как сенсорика (конкретное мышление). Однако стоит заметить, что представителями типа Габен стали в основном менеджеры по туризму и студенты, а экскурсоводов такого типа среди опрошенных не обнаружено. Это связано с тем, что СЛИ — интроверт, для него характерна и более приятна офисная работа, он является хорошим исполнительным и ответственным сотрудником фирмы. Студенты СЛИ отмечали, что одним из факторов выбора кафедры туризма при поступлении стало желание ходить в походы, отправляться в путешествия. Всё это объясняется их базовой функцией — сенсорикой ощущений. В то же время, среди экскурсоводов было три Политика, что объясняется их экстраверсией и этикой. Они эмоциональны, легко находят общий язык с людьми, с интересом подают информацию. При этом благодаря волевой сенсорике, им не составляет труда организовать экскурсионную группу.

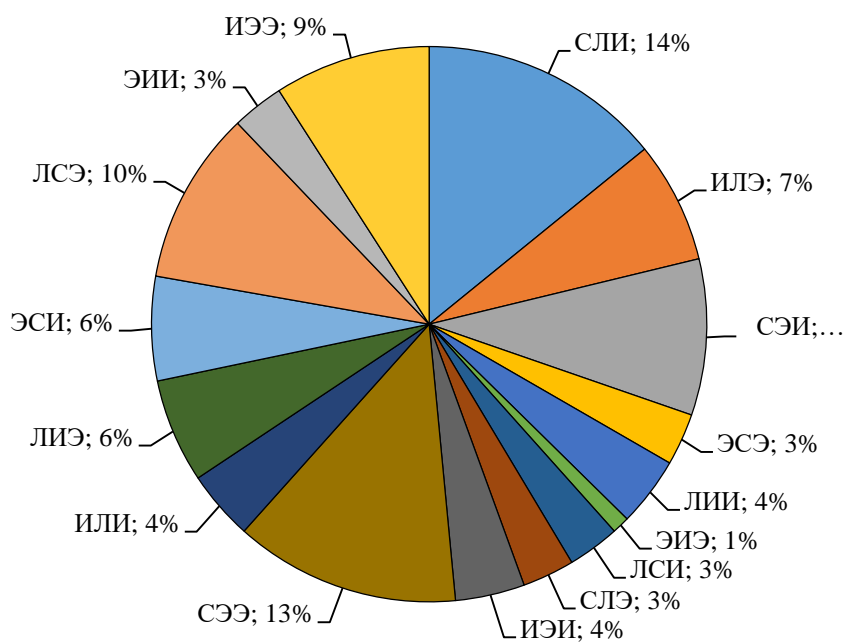


Рисунок 1 – Структуры социотипов в сфере туризма (составлено по материалам интервьюирования)

Выводы. Если изначально осуществлять подбор кадров на основе соционических знаний о типе информационного метаболизма, то можно создать коллективы с наиболее благоприятной атмосферой, при условии, что каждый из работников отвечает требованиям должностной инструкции и на своем месте. Знание типологической специфики личности позволяет руководителю грамотно подбирать кадры, руководить коллективом, поручая каждому сотруднику ту работу, в выполнении которой он наиболее эффективен.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гуров С. А. Соционика как инструмент подбора кадров в туристской отрасли / С. А. Гуров // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции, 2018. — С. 119–122.

2. Гуров С. А. Соционический подход в бизнесе / С. А. Гуров, М. А. Алексеенко // Бизнес и дизайн ревю. — 2018. — № 4 (12). — С. 2.

УДК 331.101.3

**АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ МОТИВАЦИИ
ПЕРСОНАЛА, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

**ANALYSIS OF MODERN PERSONNEL MOTIVATION
APPROACHES, FOREIGN EXPERIENCE**

Дышловой И. Н., д. э. н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Пасечник М. В., магистр,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

I. N. Dyshlovoi,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

M. V. Pasechnik, master,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены современные подходы к мотивации персонала и проведён анализ зарубежных моделей мотивации персонала. Выявлены основные мероприятия по адаптации зарубежных подходов к мотивации персонала.

Annotation

The article considers modern approaches to personnel motivation and analyzes foreign models of personnel motivation. The main activities for the adaptation of foreign campaigns to the motivation of staff.

Ключевые слова: мотивация, подходы мотивации, модели мотивации, зарубежные модели мотивации, трудовая деятельность.

Keywords: motivation, motivation approaches, motivation models, foreign motivation models, labor activity.

Введение. На современном этапе развития экономики управление персоналом невозможно организовать без эффективной системы мотивации, которая будет способствовать непрерывной работе предприятия. Отечественный подход к мотивации персонала, в основном, сводится к материальному стимулированию труда, характеризующийся фиксированными тарифными ставками и должностными окладами. Следовательно, для формирования системы мотивации персонала на российском предприятии, необходимо использовать, накопленный в зарубежной практике опыт.

Цель исследования. Провести анализ современных подходов мотивации персонала на основании зарубежных моделей мотивации.

Результаты исследования. Прежде чем начать анализ зарубежных моделей мотивации, необходимо определить, что подразумевается под мотивацией персонала. Мотивация персонала – это система мероприятий руководства предприятия, которая направлена на создание условий для производительной работы каждого сотрудника и для эффективного достижения поставленных перед ним целей.

В российских предприятиях работодатели зачастую приравнивают производительность труда рабочего, его вовлеченность и приверженность к своей работе к уровню оплаты труда. В зарубежных предприятиях материальное стимулирование также оказывает высокое влияние на мотивацию сотрудника, однако наряду с ними используются множество нематериальных видов стимулирования. Зарубежный подход основан на эффективном сочетании материальных и нематериальных стимулов [2].

К одним из наиболее эффективно реализуемых подходов к мотивации персонала можно отнести модели мотивации, применяемые в Японии, Великобритании, Германии, Швеции, США. Для того, чтобы определить наиболее приемлемую для российских предприятий модель мотивации,

необходимо провести анализ зарубежных подходов. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика подходов к мотивации.

Таблица 1

Характеристика зарубежных подходов к мотивации персонала

Модель мотивации	Характеристика	Материальное стимулирование	Нематериальное стимулирование
Японская модель мотивации	Сотрудники имеют высокий уровень ответственности, приверженности своему предприятию. Пожизненное трудоустройство и бонусы за стаж. Использование системы старшинства при определении уровня заработной платы и дальнейшего служебного повышения. Модель мотивации направлена объединение коллектива и увеличение связи работника с предприятием. Интересы предприятия преобладают над личными интересами сотрудника.	Бонусы и премии, социальная и медицинская страховка, оплата транспортных расходов, оплата обучения в зарубежных вузах, предоставление займов, единовременное пособие при выходе на пенсию	Пожизненный найм на работу, система корпоративного общения, направленная на сплочение коллектива, отождествление каждого сотрудника со всем предприятием
Британская модель мотивации	Существует два типа оплаты труда: денежная и акционерная, заключающаяся в выплате части заработной платы в виде акций. Долевое участие сотрудника в прибыли предприятия оказывает высокое влияние на мотивацию каждого сотрудника, что способствует повышению результативности работы, проявлению неподдельного интереса к рабочему процессу.	Оплата труда в виде денежных средств и акций предприятия, долевое участие в прибыли, зависимость уровня оклада от эффективности работы всей организации	Высокий уровень корпоративной культуры, корпоративного общения, благоприятный климат в коллективе, социальные гарантии.
Немецкая модель мотивации	В основе мотивации находится свободная личность сотрудника с его личными интересами. Создаются равные условия для всех работников, комбинируя стимулирование труда и социальные гарантии. Ежегодно устанавливаются ставки оплаты труда на основе квалификационных классификаций с учетом особенностей каждого сотрудника. В основе мотивации лежит принцип	Бонусы и премии, оплата обучения и повышения квалификации, социальная страховка, сотрудник может сам выбирать между должностным ростом, или	Социальные гарантии государства, привлечение к участию в новых проектах, развитию новых идей, благоприятный режим и условия труда,

Модель мотивации	Характеристика	Материальное стимулирование	Нематериальное стимулирование
	«сохранения персонала», сотрудники осознают себя частью предприятия.	постепенным увеличением уровня заработной платы на уже занимаемой должности.	планирование карьеры.
Шведская модель мотивации	Мотивация труда отличается высокой социальной политикой, которая направлена на сокращение материального неравенства за счет перераспределения национального дохода менее обеспеченным слоям населения страны. Активная деятельность профсоюзов по контролю уровня заработной платы в каждом предприятии. Введение солидарной системы оплаты труда.	Система одноуровневого повышения уровня оплаты труда, долевое участие в прибыли предприятия, увеличение переменной части заработной платы.	Заинтересованность в собственном труде и повышение его эффективности, значимая роль отводится дружбе, партнерству и коллективу.
Американская модель мотивации	Подход к мотивации в американских предприятиях основывается на поощрении активности сотрудников. Сотрудники ориентированы на личный успех и достижение высокого уровня доходов. Популярной системой оплаты труда является повременная система оплаты. Под ней подразумевается установление нормированного объема работ и времени выполнения за определенное денежное вознаграждение.	«Плата за результат», выплата комиссионных, премии, возможность приобрести акции предприятия, долевое участие в прибыли, индивидуальные вознаграждения.	Льготы в отношении графика работы, льготы на страховку и ссуды, общекорпоративные мероприятия, карьерный рост, совместные поездки.

Источник: [1; 3].

Проведя анализ характеристик различных зарубежных подходов, можно сделать вывод о том, что наблюдается тенденция повышения важности сотрудников и предприятий к нематериальным видам стимулирования. Это обусловлено высоким уровнем социальной ответственности, менталитетом, приверженностью к своему предприятию. В большинстве стран сотрудники не ставят на первое место материальные

стимулы, а выбирают карьерный рост, возможность самореализации, социальные гарантии, гарантии занятости. Однако государство, в свою очередь, контролирует справедливость при определении уровня оплаты труда. Предприятия используют только понятные для сотрудников и прозрачные материальные стимулы.

В свою очередь, в российских предприятиях мотивация персонала организована таким образом, что материальное стимулирование преобладает как в самой системе мотивации на предприятии, так в самих потребностях большинства работников, для которых заработная плата важнее удовлетворенности от рабочего процесса и результатов деятельности.

К наиболее актуальным проблемам, относящиеся к мотивации труда в России, можно отнести проблемы, которые связаны с временем, затраченным работниками на их работу, физическим и моральным состоянием персонала. В российских организациях руководители считают нормой задерживать работников для исполнения, каких-либо задач в нерабочее время, устанавливать короткие сроки для достижения целей, в связи с чем работники не успевают выполнить задачу и получают выговоры [2]. Переработка также не всегда оплачивается. Перед российскими работниками необходимо устанавливать чёткие, реальные и достижимые цели.

Для российских предприятий рекомендуется применять такие способы мотивации, применяемые успешно за рубежом, как:

- социальное и медицинское страхование сотрудников;
- страхование членов семьи сотрудников, или выплата компенсаций;
- организация гибкого графика работы;
- организация бесплатного питания для персонала;
- оплата абонементов в тренажерные залы, фитнес-клубы и т. д.;
- оплата обучения и повышения квалификации, в том числе и детям сотрудников и т.д.

Выводы. После проведения анализа большинства зарубежных подходов к мотивации персонала, можно сделать вывод о том, что мотивация персонала зависит в большинстве случаев от национальных особенностей и менталитета. При адаптации зарубежного опыта необходимо понимать, что для работников в российских предприятиях материальное стимулирование играет первостепенную роль. Однако необходимо стремиться и формировать у сотрудников важность нематериальных видов стимулирования персонала. Необходимо применять все возможные методы мотивации для повышения приверженности сотрудников своему предприятию. Систему мотивации на предприятии можно считать достаточно эффективной только тогда, когда сотрудник полностью вовлечён в рабочий процесс, не ставит свои личные интересы выше интересов предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Макарова Е. А. Исследование мотивации персонала: отечественный и зарубежный опыт / Е. А. Макарова, М. М. Голубева // Вестник ТИУиЭ. — 2017. — № 2 (26). — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-motivatsii-personala-otechestvennyu-i-zarubezhnyu-opyt> (дата обращения: 13.04.2019).

2. Маслова Н. В. Особенности мотивации персонала в России / Н. В. Маслова, О. А. Богомоллова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2015. — № 7. — Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=24125612> (дата обращения: 13.04.2019).

3. Сафeyкина А. А. Зарубежный опыт мотивации персонала / А. А. Сафeyкина, О. Е. Стеклова // Вестник УлГТУ. — 2017. — № 4 (80). — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyu-opyt-motivatsii-personala> (дата обращения: 13.04.2019).

**СЕКЦИЯ 6. КРЫМ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО
И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

УДК 338.48

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО
ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**FEATURES OF DEVELOPMENT OF CULTURAL AND
COGNITIVE TOURISM IN THE REPUBLIC OF CRIMEA**

Белкина С. В., преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Верзилова В. В., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

S. V. Belkina, Lecture,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V.V. Verzilova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В исследовании рассмотрены и проанализированы особенности культурно-познавательного туризма в Республике Крым, которые позволяют обозначить вектор развития региона на современном этапе.

Annotation

The research reviewed and analyzed the features of cultural and cognitive tourism in the Republic of Crimea, which allow us to identify the vector of development of the region at the present stage.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, Республика Крым, перспективы развития.

Keywords: cultural and cognitive tourism, the Republic of Crimea, development prospects.

Введение. В настоящее время культурно-познавательный туризм является одним из перспективных и популярных направлений не только в Крыму, но и во всем мире. Интересен тот факт, что из общего объёма туристских услуг в России, большая часть приходится именно на культурно-познавательный туризм, что говорит о необходимости изучения особенностей развития этого вида туризма на современном этапе.

Цель исследования. Проанализировать особенности развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на современном этапе.

Результаты исследования. Культурный туризм, по мнению И. Ф. Игнатъевой, представляет собой путешествие с познавательными целями. Целью данного вида туризма является знакомство с историко-культурными достопримечательностями, а также ценностями и образом жизни, верованиями, обычаями и традициями населения посещаемого места. Культурные туры могут включать посещение различных культурных мероприятий, музеев, выставок, концертов, галерей и т. д. Нередко познавательные цели совмещаются с отдыхом [3, с. 59].

Республика Крым обладает уникальным культурным потенциалом. В Крыму развиты практически все виды туризма, в том числе и культурно-познавательный. Как отмечает В.В. Новосельская: «Крым, представляя собой исторически и событийно насыщенное полиэтничное и поликультурное пространство, традиционно является признанным регионом активного развития культурного туризма» [5, с. 10]. Для успешного развития культурно-познавательного туризма необходима реализация туристского потенциала с помощью имеющихся ресурсов, основу которых составляет культурно-историческое наследие. В государственном комитете по охране культурного наследия Республики Крым представлена информация, о том, что на территории полуострова по состоянию на 31 декабря 2018 года находится 218 объектов культурного

наследия федерального значения, 1809 объектов культурного наследия регионального значения, 2567 выявленных объектов культурного наследия, что в целом составляет 4594 объекта культурного наследия [2]. А это означает, Крым имеет все необходимые культурные ресурсы для развития разнообразных видов культурно-познавательного туризма (военно-исторического, этнографического, археологического, религиозного, литературного и др.) [7, с. 55–56].

В рамках государственной программы развития курортов и туризма в Крыму на 2017–2020 годы отмечено, что для преодоления фактора сезонности необходимо развивать новые виды туристских продуктов. Среди видов туризма, не подверженных сезонным изменениям, выделен также и культурно-познавательный туризм [1]. Развитию данного вида туризма будет способствовать создание туристско-рекреационного кластера и кластера креативной индустрии, представленных в стратегии социально-экономического развития Крыма до 2030 года [8].

На современном этапе в Крыму создаются и реализуются проекты, направленные на сохранение объектов культурно-исторического (например, осуществляется реставрация Ханского дворца в г. Бахчисарае), развитие культурно-познавательного туризма и формирование благоприятного имиджа региона. Так, в рамках 24-го Международного форума-выставки по туризму «ОТДЫХ 2018», проходившего в г. Москве, руководителями ведомств Краснодарского края, Республики Крым, г. Севастополя, Ростовской области и Русского географического общества было подписано соглашение о реализации глобального на Юге России туристического проекта «Золотое кольцо Боспорского царства» (см. [6]). Одним из довольно значимых проектов является «Южный берег Крыма — территория Всемирного наследия», сутью которого является организация экспертной и общественной кампании, направленной на придание Южному берегу Крыма (от мыса Айя близ Фороса до Алушты) статуса комплексного

объекта культурного и природного наследия Российской Федерации и в перспективе — объекта Всемирного наследия [10]. Также улучшается уровень информационного обеспечения (например, при поддержке Министерства курортов и туризма Республики Крым функционирует туристический интернет-портал на трех языках: русском, английском и китайском) [9]. Помимо этого, с целью формирования благоприятного имиджа и продвижения туристского продукта был создан туристский бренд Республики Крым [4].

В Крыму построили уникальный по своей красоте аэропорт им. Айвазовского, и несмотря на то, что в нем осуществляются только внутренние рейсы, пассажиропоток значительно увеличился по сравнению с предыдущими годами. Еще недавно транспортное сообщение с материком было затрудненным. Сейчас же, с открытием моста и новой трассы «Тавриды», проблема решена, ожидается запуск поездов, что увеличит поток туристов. Мост, трасса, аэропорт, новые проекты, множество фестивалей и мероприятий — все это свидетельствует о положительных тенденциях развития Республики Крым на современном этапе, что также способствует развитию всех видов туризма, включая и культурно-познавательный.

Выводы. Таким образом, Крымский полуостров имеет необходимые ресурсы для развития культурно-познавательного туризма. На современном этапе создаются все условия для раскрытия огромного культурного потенциала Республики Крым, которые будут способствовать повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности региона, сохранению культурно-исторического наследия, снижению уровня сезонности и позволят Крыму не только перейти на новую ступень развития, но и стать главным культурным центром на юге России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017–2020 годы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpd12PHe_650.pdf (дата обращения : 12.04.2019).
2. Государственный комитет по охране культурного наследия Республики Крым [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://gkokn.rk.gov.ru/ru/index> (дата обращения : 12.04.2019).
3. Игнатьева И. Ф. Организация туристской деятельности: учебное пособие / И. Ф. Игнатьева. — СПб. : Питер, 2015. — 448 с.
4. Министерство курортов и туризма Республики Крым. Туристский бренд Крыма [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/896> (дата обращения : 10.04.2019).
5. Новосельская В. В. Культурный туризм как ресурс регионального развития / В. В. Новосельская // Таврические студии. — 2018. — № 15. — С. 6–11.
6. Проект «Золотое кольцо Боспорского царства» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.russian-bospor.ru/page3594806.html> (дата обращения : 10.04.2019).
7. Соловьёв А. А. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму / А. А. Соловьёв, Е. В. Гарбуз // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2015. — Вып.1. — С. 53–61.
8. Стратегия социально-экономического развития Крыма до 2030 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения : 09.04.2019).
9. Туристический портал Республики Крым [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.visitcrimea.guide/> (дата обращения: 12.04.2019).

10. Фонд президентских грантов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=E3B576CD-8385-43AF-B583-B82EBCB0BF13> (дата обращения : 09.04.2019).

УДК 338.48

**КУЛЬТУРНО-ПРИРОДНЫЕ ЛАНДШАФТЫ КРЫМА КАК ОБЪЕКТ
КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА**

**CULTURAL AND NATURAL LANDSCAPES OF CRIMEA AS OBJECT
OF CULTURAL TOURISM**

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Статья посвящена актуализации культурного туризма в Крыму. Крым имеет огромное число достопримечательностей, уникальна природа и мягкий климат. Рассмотрены некоторые объекты культурного наследия Бахчисарайского района. Раскрыта значимость изучения культурных ландшафтов как своеобразного объекта для культурного туризма на территории Республики Крым.

Annotation

The article is devoted to the actualization of cultural tourism in the Crimea. Crimea has a huge number of attractions, a unique nature and mild climate. Some objects of cultural heritage of Bakhchisaray district are considered. The importance of studying cultural landscapes as a kind of resource for the development of regulated tourism within the protected natural territories is revealed.

Ключевые слова: культурный туризм, рекреационные зоны, объекты культурного наследия, культурный ландшафт.

Keywords: cultural tourism, recreational zones, objects of cultural heritage, cultural landscape.

Введение. Культурный туризм является наиболее популярным и наиболее массовым видом туризма в Крыму. Это обусловлено тем, что в

Крым имеет огромное число достопримечательностей, уникальная природа и климат.

Цель исследования. Основное содержание исследования составляет анализ некоторых объектов культурного наследия Бахчисарайского района.

Результаты исследования. Исследуемые объекты заслуживают внимания со стороны туристов и могут считаться объектами культурного наследия. Благодаря специфике климата в Крыму посещение этих объектов возможно круглогодично.

Изучение культурных ландшафтов как своеобразного ресурса для развития регулируемого туризма в пределах охраняемых природных территорий очень актуально. В статье Веденина Ю.А. и Кулешовой М.Е. «Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия» дано понятие культурного ландшафта: «Общество все более осознает недостатки отраслевых принципов и подходов в области охраны окружающей среды и территориального управления и закономерно пытается компенсировать их возвратом к целостному, системному, комплексному и территориально гармоничному восприятию и устройению окружающего пространства, имя которому – культурный ландшафт» [1].

В Конвенции об охране Всемирного культурного и природного наследия дано также определение: «Культурный ландшафт представляет собой совместное творение человека и природы».

Культурный ландшафт представляет собой единое целое исторических, культурных и природных комплексов. Объекты как правило, включают в себя определенные территории, богатые древней историей. Это и памятники археологии, этнологии, архитектуры расположенные на определенной территории, которые предопределяют связь ландшафта с конкретными историческими событиями. Археологические памятники часто связывают нас с историей целых народов. В этом случае культурный ландшафт становится объектом наследия [4]. В Законе Республики Крым от 23.09.2014

№ 191 (5602) «Об объектах культурного наследия в Республике Крым» подробно описано, что может являться объектом культурного наследия.

Не простая история Крыма и множество природных достопримечательностей влекут туристов. В Крыму огромное количество исторических мест буквально в каждом районе. До сих пор ученые делают открытия. В мае–июне 2017 г. в Керчи в зоне строительства трассы «Таврида» обнаружены экспонаты датированные концом IV века до нашей эры. Исследования проводились в рамках проекта по сохранению памятников исторического наследия.

Очень интересными культурно-природными ландшафтами Крыма как объект культурного туризма могут служить средневековые городища Мангуп-Кале, Эски-Кермен Тепе-Кермен и многие другие, которые находятся в Бахчисарайском историко-культурном заповеднике.

Городище Мангуп-Кале находится на высоте около 600 м над уровнем моря, площадью около 100 гектаров. Почти со всех сторон плато ограничено отвесными обрывами. Сама природа создала такую крепость. Со временем под действием тектонических сил плато отсоединилось от горного массива Чардаклы-Баир. Образовалась Ходжа-Салинская долина. За долиной начинается плоскогорье.

Прошли десятки миллионов лет с тех пор, как под действием тектонических сил Мангупское плато отделилось от горного массива Чардаклы-Баир. Образовалась Ходжа-Салинская долина, а за нею — плоскогорье. На северном склоне горы просматриваются четыре мыса, они сильно выступают. Крайний восточный отрог Мангупа называют Тешкли-Бурун - Дырявый мыс. С дороги хорошо виден этот отрог.

Следующий мыс под названием Елли-Бурун — Мыс Ветров. Между ними образовалось ущелье — Капу-Дере — Воротный Овраг. На территории ущелья можно рассмотреть главные ворота крепости, правда они почти разрушены.

К западу просматривается мыс, с очень интересным названием — Чуфут-Чеарган-Бурун — Мыс Вызова Иудеев.

До настоящего времени на территории этого городища есть грот с очень чистым родником. В ущелье была раскопана турецкая баня, после этого ущелье получило название Гамам-Дере - Банный Овраг.

Западный мыс горы Мангуп-Кале очень массивный, покрыт сосновым лесом под названием Чамны-Бурун — Мыс Сосновый. Между двумя западными мысами находится очень красивое ущелье Табана-Дере — Овраг Кожевникова. В этом овраге были найдены при раскопках орудия труда из кремния и диорита.

Древний пещерный город Эски-Кермена (Старая крепость) очень хорошо сохранился. Туристам подниматься не трудно — всего около 250 м над уровнем моря. По площади городище почти такое, как и городище Мангуп-Кале 8,5 гектара. Городище привлекает множеством пещер, их насчитывают более 300. Эски-Кермен внешне напоминает «Стол-гору», созданную самой природой. Со всех сторон очень отвесные скалы. Эта крепость спасала обитателей от внешних врагов. Главная культовая достопримечательность этой крепости — таинственный Храм трёх всадников, который находится внутри каменной глыбы. Он стоит в начале пути при подъёме на плато. Город протяженностью полтора километра, даже есть каменная дорога. На территории множество построек, среди них храмы, зернохранилища, колодец, пещеры, оборонительные казематы. Вид очень красивый, виден Чатыр-Даг и вершины Внутренней горной гряды. У подножья горы, в западной балке бьет источник родниковой воды.

Бахчисарайский район самый богатый пещерными городищами. Каждый из них имеют свои «изюминки», раскрывают особенности разных эпох и народностей.

Бахчисарайский историко-культурный заповедник — это малая часть культурно-природных ландшафтов Крыма как объекта культурного

туризма. Культурно-природными ландшафтами в Крыму также являются знаменитые парки-памятники на Южном Берегу Крыма. Есть ландшафтный заказник гора Аю-Даг, который является как и Ласточкино гнездо, визитной карточкой Крыма. На Аю-Даге находятся многочисленные памятники археологии [4]. Судакскую крепость. Этот объект был предложен к внесению в предварительный Список Всемирного культурного наследия как раз в номинации «культурный ландшафт» [2]. Комплекс памятников на плато Ак-Кая в Белогорском районе, античные памятники на Тарханкутском полуострове (северо-западный Крым) и в Восточном Крыму.

Выводы. Рассмотрев некоторые объекты культурного туризма, можно с уверенностью сказать, что культурно-природные ландшафты Крыма очень разнообразны. Сохранение, рациональное использование и популяризация природного и национального культурного наследия должны стать приоритетными направлениями развития туризма в Республике Крым. Успех реализации данной программы позволит решить одну из важнейших проблем Крыма - проблему сезонного колебания спроса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Веденин Ю. А. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия / Ю. А. Веденин, М. Е. Кулешова // Известия А.Н. Серия географическая. — 2001. — № 1. — С. 7–14.

2. <http://studopedia.org/1-101305.html>.

3. <http://adonis-crimea.com.ua/dostoprimechatelnosti/307-tik-kuju-kolodets-na-chufut-kale.html>.

4. Веденин Ю. А. Культурные ландшафты как категория наследия / Ю. А. Веденин, М. Е. Кулешова // Культурный ландшафт как объект наследия. — М. : Институт Наследия ; СПб. : Дмитрий Буланин, 2004. — С. 13–36.

УДК 338.48

**ЭКСКУРСИОННО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК
ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА В КРЫМУ**

**EXCURSION TOURISM AS A PRIORITY DIRECTION
OF TOURISM IN CRIMEA**

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Семенченко И. В., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

I. V. Semenchenko, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В тезисах затронуты приоритетные направления экскурсионно-познавательного туризма на Крымском полуострове. Раскрыта сущность экскурсионно-познавательного туризма, приведены некоторые статистические данные.

Annotation

The theses touched upon the priority directions of excursion and sightseers tourism on the Crimean Peninsula. The essence of sightseeing tourism is revealed, some statistical data are given.

Ключевые слова: экскурсионно-познавательный туризм, туристско-ресурсный потенциал Крыма, дестинация, туристы и экскурсанты, рынок туристских услуг.

Keywords: excursion and educational tourism, tourism and resource potential of the Crimea, destination, tourists and sightseers, the market of tourist services.

Введение. Туризм является ведущей отраслью экономики Республики Крым. Основой для развития туризма является особое географическое положение, разнообразный климат. Экскурсионно-познавательный туризм — это приоритетное направление туризма в Крыму. Этот вид

туризма знакомит с культурой, историей, религиозными и духовными ценностями народов Крыма.

Цель исследования — исследовать экскурсионно-познавательный туризм и выявить приоритетные направления развития данного вида туризма в Крыму.

Результаты исследования. Познавательный-экскурсионный туризм - это одна из многих разновидностей отраслей туристской деятельности, путешествия с намерением ознакомиться с памятниками истории и культуры, природными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов на характерной территории [1].

Экскурсионно-познавательный туризм является одним из распространенных видов туризма в Крыму. По своему объему он занимает второе место, после пляжного. Этот вид туризма для всех любознательных туристов и экскурсантов. Люди, с разными национальностями, обычаями, религией, едут из разных стран в Крым для того, чтобы не только отдохнуть, оздоровиться, но и познать культуру народов Крымского полуострова, изучить объекты природы, познакомиться с многовековой историей полуострова [2].

Экскурсионно-познавательный туризм размещен в сфере ключевых мест на рынке туристических услуг. Каждый год созерцается пополнение количества туристских дестинаций в Крыму. В конечном счете, приумножается поток путешественников, использовавших именно этот вид активного отдыха. Туристские компании, проводя маркетинговые исследования, расширяют список экскурсионно-познавательных туров. Туров становится не только больше, но их программа становится все более многообразной и увлекательной [3].

Экскурсионно-познавательный туризм давно выдвинулся на первый план и стал самостоятельным видом туризма, среди других видов туризма. Его основой является историко-культурный потенциал Крыма, который

включает в себя всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности [4].

Крымский полуостров ежегодно посещается тысячами экскурсантов и туристов, это крупнейший курортный регион. На его территории собрано огромное архитектурно-историческое и природное наследие. Крымские экскурсионные маршруты отвечают требованиям самых придирчивых туристов. Каждый год экскурсионный туризм все больше развивается на полуострове. Культура и качество обслуживания совершенствуется, создаются комфортные условия для туристов. Это проявляется и через сферу сопутствующих услуг.

Экскурсионно-познавательный туризм в Крыму включает в себя поездки по культурно-историческим и природным достопримечательностям, театрам, музеям, а также ознакомление с традициями народов на полуострове.

Туристско-ресурсный потенциал Крыма включает свыше 3 000 объектов природного и антропогенного характера. Объекты экскурсионно-познавательного туризма в Крыму в основном сосредоточены в южной зоне полуострова, на их долю приходится 54 %. В других районах: в центральной зоне (Симферополь, Бахчисарайский и Белогорский районы) — 18 %, по 10 % — северной (Джанкой, Красногвардейский, Красноперекоский, Раздольненский, Первомайский и Нижнегорский районы) и восточной (Ленинский, Кировский и Советский районы) зонах, и на 8 % в западной зоне (Сакский и Черноморский районы) [5].

Выводы. Экскурсионно-познавательный туризм в Крыму очень актуален. Он прочно вошел в один из распространенных видов туризма в Крыму. Важно, что для развития этого вида туризма в Крыму создаются поблизости дополнительные объекты посещения: музейные экспозиции, организации по продаже сувениров. Это поможет привлечь больше туристов и экскурсантов, а также увеличить продолжительность их

пребывания на полуострове. Все это позволит повысить эффективность использования туристской инфраструктуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Экскурсионный туризм. Экскурсионно-познавательный туризм, виды, экскурсионный туризм в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/ekskursionnyy-turizm.html>.

2. Экскурсионно-познавательный туризм. Давайте путешествовать вместе [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://vita34.ru/nashi-uslugi/ekskursionno-poznavatelnyj-turizm.html>.

3. Экскурсионно-познавательный туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://5fan.ru/wievjob.php?id=26239>.

4. Основные понятия и особенности экскурсионно-познавательного туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://sport.bobrodobro.ru/10840>.

5. Экскурсионный туризм в Крыму [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://lovelyhotels.ru/excursiontourism>.

УДК 338.48

АВТОТУРИЗМ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ТУРИЗМА В КРЫМУ

TOURISM AS ONE OF THE PROMISING AREAS OF TOURISM IN CRIMEA

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Глушкова В. О., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. O. Glushkova, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрены факторы, способствующие развитию автотуризма. Дан анализ состояния автотуризма на сегодняшний день.

Annotation

This paper discusses the factors contributing to the development of auto-tourism. An analysis of the condition of caravans to date.

Ключевые слова: автотуризм, Крымский мост, ландшафт, туристы.

Keywords: caravanning, the Crimean bridge, landscape, tourists.

Введение. Из понятия автотуризм принято подразумевать путешествия людей в страну или местность, отличную от их постоянного места жительства, в котором основным средством передвижения выступает частный или арендованный автомобиль.

Цель исследования. Данная работа исследует автотуризм – как одно из перспективных направлений туризма в Республике Крым.

Результаты исследования. Исторически известно, что транспортная сеть Крыма начала свое формирование 25 веков назад. Каждая эпоха оставила определенные участки дорог во всех регионах Крымского полуострова. Так на Ай-Петри вручную была проложена дорога. Несмотря на свою извилистость, взору путешественника, достигшего вершины открывается замечательный вид на морские просторы берега Крыма. А для царских особ специально было построено Романовское шоссе, к которому в дальнейшем следовали первые лица Советского государства. Путешествие по этому шоссе знакомит с красотами Крымского природного заповедника: Косьмо-Дамиановский монастырь с целебным источником, форелевое хозяйство, Беседку ветров на обрывах Гурзуфской яйлы, ущелье Уч-Кош

над городом Ялта. Теперь мы плавно передвигаемся, несомненно, к главному достоинству Крыма — его ландшафту.

Каждый уголок Крыма имеет свои особенности: он прекрасен и уникален, в каждом месте можно найти нечто интересное для себя или вашей компании. Наиболее развиваемой областью в настоящем времени является Восточный Крым и стоит рассмотреть его более подробно. По словам главы комитета по санаторно-курортному комплексу и туризму парламента Крыма А. Черняка именно восток полуострова оказался в числе лидеров по популярности среди туристов, особенно среди тех, кто добирался в Крым через Крымский мост. [1]

В районе Судака и Феодосии имеет совершенно контрастный ландшафт по сравнению с горной частью полуострова. Здесь преобладают равнинные полупустынные просторы, которые придают этому региону особую неповторимость, вдохновляющую многих живописцев и художников на гениальные произведения. Стоит посетить такие заповедные места, как Новый свет, где можжевельные рожи источают изумительный аромат, излечивая этим многие болезни дыхательных органов. Из достопримечательностей достойна внимания Судакская крепость и великолепные ландшафты бухты Коктебеля. Все эти богатства Крыма легкодоступны автотуристу и многие из них являются бесплатными, что несомненно привлекает любителей новых впечатлений.

Однако, стоит помнить о сохранении этих уникальных памятников природы и культуры, поэтому туристу стоит протудировать Федеральный закон от 14.03.1995 г. № 33-ФЗ (ред. от 27.12.2009 г.) «Об особо охраняемых природных территориях» в котором прописаны все нюансы требований на особо охраняемых природных территориях и приводиться перечень наказаний за нарушение предписанных в данном документе требований, основанных на конституции Р.Ф. С экономической точки зрения поездка на авто для туристов является более выгодной. Этот вид туризма доступен для

туристов со средним уровнем достатка, который на сегодняшний день является основной прослойкой населения РФ [3] Для наглядности стоит привести пример: билеты на самолет до Симферополя из Москвы и обратно в пик летнего сезона стоит в среднем около двадцати тысячи рублей. Из этого следует, что только дорога на курорт и обратно семье из четырех человек выльется в достаточно приличную сумму. И хотя в 2018 году авиакомпания чуть умили аппетиты, все равно на машине получится дешевле. Допустим за паром нужно отдать 1700 рублей, плюс по 150 рублей за каждого пассажира. А если же двигаться через крымский мост, тогда не придется ни за что платить. Суммировав это в уме или при помощи калькулятора, то мы получим, что бензин для поездки на полуостров из Краснодара обойдется в 1 тысячу рублей, а из Москвы в 5 с небольшим тысяч. Поэтому, рассматривая данные, не удивительно, что огромный поток туристов в Крым составил именно автотурист.

Выводы. Перспективы развития автотуризма в Крыму весьма велики. Автотуризм для Крыма — это уникальный ключ, позволяющий открывать даже самые удаленные уголки Крыма, недоступные для туристов, путешествующих на других видах транспорта [4]. Автомобиль расширяет возможности туристов, дает свободу передвижения и свободу выбора этих передвижений. Также расширяют возможности более детального знакомства с полуостровом, позволяя сделать путешествие более содержательными, насыщенным разнообразными впечатлениями. Значительным фактором привлекательности для туристов является доступность данного вида путешествия: достаточно просто иметь машину и полный бензобак для осуществления путешествия в любую из точек прекрасного Крымского полуострова.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт <https://news.rambler.ru>.

2. Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 г. № 33-ФЗ (ред. от 27.12.2009 г., с изменениями).

3. Сайт <https://studfiles.net>.

4. Сайт <http://www.autoyug.ru>.

5. Сайт <http://worldturne.com>.

УДК 338.48

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ КАК ДВИГАТЕЛЬ
ПРОГРЕССА В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**ECOLOGICAL TOURISM IN CRIMEA AS THE ENGINE OF
PROGRESS IN THE FIELD OF TOURISM**

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Мысливец М. В., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

M. V. Mislivets, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрены факторы, способствующие развитию экологического туризма. Проанализированы факторы развития экологического туризма.

Annotation

In this paper, the factors contributing to the development of ecological tourism are considered. The factors of ecological tourism development are analyzed.

Ключевые слова: туризм, экология, экологический туризм.

Keywords: tourism, ecology, eco-tourism.

Введение. Под экологическим туризмом принято подразумевать путешествие с тактичным отношением к природе, которое позволяет изучить флору и фауну, а также защитить природу. Главной целью экологического туризма является бережное отношение к памятникам природы. Еще в XIX ст. в России были известны путешествия в природу. Крым становится престижным курортным регионом, занимающим не последнее место в горном туризме, одним из основных экскурсионных центров тогда в Российской империи.

Цель исследования — рассмотреть и проанализировать факторы, способствующие развитию экологического туризма в Крыму.

Результаты исследования. Экологический туризм в Крыму на данный момент на стадии развития и совершенствования. Территория Крыма имеет большой потенциал в сфере экологического туризма за счет значительного количества экологически природных зон.

Предпосылкой развития экологического туризма послужили последствия «жесткого» туризма, для которого основной целью является получение максимально возможной прибыли.

По словам А.В. Бабкина: «Экотуризм — это природный туризм, который включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде» [1].

На данный момент экологический туризм занимает десятую долю общей массы туристических поездок. В России в большинстве случаев национальные парки посещают жители близлежащих городов. Например, в США доходы от посещения национальных парков составляют \$ 36 млрд. Самый известный из них — Йеллоустонский национальный парк. Ежегодно этот парк посещает порядка 4–5 млн человек. На каждый доллар, вложенный государством, экотуризм дает \$ 10 прибыли. Для сравнения: российских заповедников «Столбы» каждый год принимает около 700 тыс. туристов. Значительное большинство из них приезжают из Красноярска. В

общем, природные парки и заповедники по всей стране посещают в среднем 6 млн. человек.

Постоянно увеличивается число туристов в Крымских заповедниках. По данным Ростуризма: «Природно-заповедный фонд включает 158 объектов и территорий (в том числе 46 общегосударственного значения). Основу заповедного фонда составляют 6 природных заповедников общей площадью 63,9 тыс. га: Крымский с филиалом «Лебяжьих островов», Ялтинский горно-лесной, Мыс Мартьян, Карадагский, Казантипский, Опукский» [6.]. С ростом популярности данной местности приходят и проблемы. Растут объемы оставляемого туристами мусора. И даже если мусор собирают в специальные контейнеры, его обилие создает опасный дисбаланс. Опасность засорения территорий существует в местах, где не испытывают трудностей с транспортной доступностью. Стараясь защитить природу от замусоривания, волонтеры чистят территории заповедников и парков регулярно.

Главная задача экологического туризма в Крыму — сохранить первородный вид полуострова. Прибывающие туристы способствуют потенциальному росту воздействия на экологию региона. За туристами нужен контроль. Если будет замечена деградация в экологии, то придется сократить число туристов в данный регион.

Для дающего положительные результаты развития экотуризма в Крыму необходимо создать подходящие условия. Следует улучшать транспортную доступность региона, активно продвигать туристические объекты и направления и отучать туристов от потребительского отношения к природе. Туристы в свою очередь требуют дополнительной инфраструктуры. Например, очистных сооружений и комфортабельного жилья. Местное общество зачастую не в состоянии на устойчивой основе предложить все необходимые условия, что за собой может понести вред. Многие специалисты туризма сомневаются, что развитие туризма

совместимо с защитой природы [5]. Однако правильный подход способен решить и этот вопрос. Этому способствует и Федеральный закон Российской Федерации «Об особо охраняемых природных территориях» от 14 марта 1995 г. N 33-ФЗ (с изменениями и дополнениями). Федеральный закон регулирует отношения в области организации, охраны и использования особо охраняемых природных территорий в РФ [3].

Факторы развития экологический туризм: процветание местной окружающей среды; благополучие местных жителей; высокий уровень опыта туриста [4]. При помощи экологического туризма можно решать задачу защиты и сохранения природы. Заповедники и парки должны приносить доход, а источником этого заработка должен быть именно экологический туризм. Задача сложная, но решаемая. На данный момент фиксируется увеличение доли туризма в ВВП России с 1,5 % до 3,5 %, и к 2025 году данный показатель может вырасти до 5 % [2].

По оценке иностранных специалистов, экологический туризм является механизмом защиты природы от бедственного воздействия человека, а не наоборот. Доходы, полученные от посещения национальных парков туристами, должны вкладываться в охрану природы.

Туристы, приезжающие в Крым хотят увидеть что-то особенное. Для того, чтобы природные объекты оставались на долго интересными, необходимы усилия и местного населения. Это должно выражаться в бережном отношении к памятникам природы, регулярной уборке территории, проведении разъяснительной работы среди туристов. Туристы должны быть заинтересованы в том, чтобы сохранять природу для будущих поколений. Экотуризм оказывает большое позитивное влияние не только на окружающую среду, но и общество в целом. Большое значение имеют правила поведения, которые должны являться образцом следования. Также необходимо обращать внимание на аспекты, которые отражают данное

состояние и внешние обстоятельства, новейшие возможности для усиления позиций экологического туризма и его сложностей.

Выводы. Экологический туризм на сегодняшний день — это комплексное направление, гарантирующее взаимосвязь туризма, культуры и экологии. Экологический туризм – феномен характеризующее начало XXI века, который способен демонстрировать положительное влияние не только на природу, но и на экономику Крыма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс] / А. В. Бабкин. — Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm.

2. Анализируй эко: поможет ли экологический туризм сохранить природу [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://iz.ru/803689/anastasiia-chepovskaia/analizirui-eko-pomozhet-li-ekologicheskii-turizm-sokhranit-prirodu>.

3. Федеральный закон Российской Федерации «Об особо охраняемых природных территориях» от 14 марта 1995 г. N 33-ФЗ (с изменениями на 30 ноября 2011 года).

4. Экологический туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://vipredprinimatel.ru/ekologicheskij-turizm.html>.

5. Статья: в чем заключаются суть и особенности экологического туризма? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://pinokkio.od.ua/index/2018/08/2011301140-v-chem-zaklyuchayutsya-sut-i-osobennosti-ekologicheskogo-turizma>

6. <https://www.russiatourism.ru/regions/?freg=114>

УДК 338.48

**КРЫМ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО
ТУРИЗМА**

**CRIMEA IN THE SYSTEM OF RUSSIAN AND INTERNATIONAL
TOURISM**

Гаврилова Е. А., студентка,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

E. A. Gavrilova, student,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрена проблема развития Республики Крым в системе российского и международного туризма. Выявлены приоритетно позиционируемые в сети Интернет виды туризма в отдельных районах Крыма.

Annotation

The article deals with the problem of development of the Republic of Crimea in the system of Russian and international tourism. Identified priority positioned on the Internet types of tourism in some areas of the Crimea.

Ключевые слова: туризм, экстремальный отдых, Крым, джиппинг, тур, экскурсии.

Keywords: tourism, extreme rest, Crimea, jeeping, tour, excursions.

Введение. Сегодняшний туризм — это крупная отрасль общественного производства, оказывающая влияние на развитие и деятельность других отраслей хозяйственного комплекса, расширяющая сферу приложения труда.

На долю туризма приходится около 10% мирового валового продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений.

Цель исследования состоит в рассмотрении Крыма относительно российского и международного туризма. Привлечение отдыхающих, путем экстремальных видов туризма.

Результаты исследования. В Крыму джиперство находится также на высоком уровне, и это именно та туристическая «фишка», которая может быть привлекательна для молодёжного туризма в Крым.

Интерес молодёжи к отдыху на полуострове сильно зависит от палитры предоставляемых туристических услуг как в ценовом сегменте, так и в событийном. Нельзя ориентироваться лишь на туристов, едущих за «оллинклюзивом». Молодёжь в основном выбирает более дешёвые и «подвижные» виды отдыха. Так, Крыму необходимо развивать сеть походных маршрутов, создавать площадки для кемпингов, не мешать развитию сегмента бюджетных хостелов. В Крыму также есть все необходимые условия и для зимнего отдыха. Развитие этого направления туризма может существенно снизить зависимость республики от сезонного фактора, поскольку позволит равномернее распределить количество отдыхающих по временам года.

Последний важный аспект, это использование молодёжного туризма в качестве инструмента «народной дипломатии». Приезжающие на отдых в Крым молодые люди увозят в свои страны впечатления не только о полуострове, но и о России в целом. Соответственно, хорошее впечатление о Крыме даст надёжную прививку от не совсем добросовестной пропаганды, которая, к сожалению, ведётся даже в дружественных России государствах.

Одним из видов экстремального отдыха, может являться джиппинг. Это вид экстремального отдыха, который с каждым годом набирает популярность.

Неизведанные маршруты, где не слоняются толпы туристов. Перводанная природа и заброшенные деревни. Все это вы увидите, если отправитесь в джип-туры по Крыму.

Стартовать в джиппинге можно:

В качестве водителя — если хотите «прокачать» навыки экстремального вождения по бездорожью;

В качестве пассажира, если вам по вкусу наблюдать красоты природы.

Цены на маршруты от 6000 руб. в Симферополе. Расписание на апрель 2019 — май 2019 года.

Основные маршруты джиппинга в Крыму, то это:

- пятичасовой джип-тур по Бахчисарайскому району;
- шестичасовое путешествие «Золотое кольцо» (с Ай-Петри);
- восьмичасовой тур «Крымская Швейцария»;
- десятичасовой джипинг через горы к ЮБК.

В Крыму так же присутствуют полеты на воздушном шаре (тепловом аэростате). Шары пилотируют пилоты-спортсмены, имеющие большой опыт в проведении полётов высокой сложности. В климатических условиях Крыма, лучше всего совершать полеты со второй половины апреля, до начала ноября. В этот период полёты могут выполняться утром, через 1–2 часа после восхода солнца, и вечером, за 2–3 часа до захода солнца. Программа ознакомительной воздушной прогулки рассчитана на 4–5 часов. Ограничениями для полетов являются ветер силой 4 м/сек, грозовой фронт, туман, осадки.

Осуществить полеты вы можете в таких городах Крыма, как Феодосия, Симферополь, Ялта, возле Белой скалы. Полет может быть как индивидуальный, так и групповой. Стоимость полета граничит от 7 000 тыс. рублей, до 22 000.

В стоимость полета на воздушном шаре входит: место в шаре, услуги пилота, топливо, навигация, разрешительная документация, инструктаж.

Велосипедный туризм (велотуризм) — один из видов туризма, в котором велосипед служит главным или единственным средством передвижения.

Опытный инструктор в течение одной-двух недель может сделать для начинающих доступным катание по выучным тропам Южного берега и Юго-западного Крыма, а также по грунтовым дорогам на Яйлах, на Тарханкуте и на Керченском полуострове.

Для спортсменов и продвинутых будут доступными (при серьезной инструкторской работе) дороги и тропы всех районов велотуризма Крыма. Например, подъем и спуск по дороге (но не по тропе!) на Мангуп (583 м). Подъем с севера на плато Караби (высоты 900–1000 м) и спуск мимо горы Каратау к селу Генеральское. Тропа Голицына в Новом Свете под Судаком.

Снорклинг, снорклинг — вид плавания под поверхностью воды с маской и дыхательной трубкой и обычно с ластами. Основой снорклинга является наблюдение за подводной жизнью в ее естественной среде. Это включает в себя наблюдение за коралловыми рифами и их обитателями: рыбами, моллюсками, морскими звездами, муренами, морскими черепахами и другими. Лучшие места для снорклинга в Крыму — это Севастополь, музей под открытым небом Херсонес Таврический, Дикие пляжи мыса Сарыч, бухта Ласпи, Мыс Тарханкут.

Выводы. Проведенный анализ позволяет выявить приоритетно позиционируемые в сети Интернет виды туризма в отдельных районах Крыма. К числу таковых входят джиппинг, воздушный туризм и дайвинг (снорклинг). Все эти виды активного отдыха помогают узнать туристу Крым с земли, воды и воздуха. Благодаря такому разнообразию, каждый турист может подобрать себе вид экстремального отдыха под свой вкус и финансовые возможности. Если развивать экстремальный вид туризма в Крыму, делать его доступнее и разнообразнее, можно повысить количество туристов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Информационный портал фонда «Русский мир». — Режим доступа : <https://www.ruskiymir.ru/publications/209562/>.
2. Российское государственное информационное агентство федерального уровня. — Режим доступа : <https://tass.ru/obschestvo/5996787>
3. ООО «Экскурс». — Режим доступа : <https://xcourse.me/simferopol/dzhipping-v-krymu>.
4. Федерация спортивного туризма России. — Режим доступа : www.tssr.ru.

УДК 911.3:316

ПАРКИ-ПАМЯТНИКИ САДОВО-ПАРКОВОГО ИСКУССТВА В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

PARKS-MONUMENTS OF LANDSCAPE ART IN THE SYSTEM OF ECOLOGICAL TOURISM IN CRIMEA

Дугаренко Н. Ю., старший преподаватель,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Клименко И. Ю., ассистент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

N. U. Dugarenko, Senior Lecturer,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

I. U. Klimenko, Assistant Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены вопросы развития туристической деятельности в парках-памятниках садово-паркового искусства на территории Республики Крым. Выделены

основные проблемы и перспективы данного процесса в аспекте сочетания рекреационной и природоохранной деятельности.

Annotation

The paper deals with the development of tourism activities within the parks-monuments of landscape art in the Republic of Crimea. The main problems and prospects of this process in the aspect of a combination of recreational and environmental activities are highlighted.

Ключевые слова: парки-памятники садово-паркового искусства, проблемы, перспективы, современное состояние, туризм, охрана природы.

Keywords: parks-monuments of landscape art, problems, prospects, current state, tourism, nature protection.

Введение. Парки-памятники садово-паркового искусства (ППСПИ) являются уникальной единицей системы особо охраняемых территорий в Республике Крым и представлены только в ее пределах. С юридической точки зрения существование парков-памятников, как уникальных охраняемых природных объектов закреплено в законе «Об особо охраняемых природных территориях Республики Крым» [1].

В условиях Крыма данные объекты являются не только уникальными природными комплексами, требующими безусловного сохранения, но и представляются, как одни из наиболее привлекательных рекреационных и туристических объектов популярных для отдыха среди туристов и местного населения.

Учитывая это, грань между необходимостью сохранения природных и исторических комплексов данных объектов и их рекреационного освоения представляется достаточно сложной и многоаспектной. Кроме того, каждый из данных объектов уникален сам по себе и развитие каждого из данных объектов требует уникального индивидуального подхода с пониманием сложности организации системы природопользования в пределах данных территорий.

Цель исследования состоит в рассмотрении современных проблем и перспектив развития туристической деятельности на территории парков-

памятников садово-паркового искусства в Республике Крым, как структурной составляющей системы экологического туризма.

Необходимо отметить, что несмотря на высокую популярность данных объектов, пониманию научной и экологической значимости данных природных комплексов в научных кругах, специальных исследований данных вопросов в аспекте сочетания экологических и туристических подходов, не так уж много. Здесь отметим ряд работ крымских авторов [2–5]. Справедливо подчеркивается и роль данных объектов в развитии, как туристической отрасли Крыма в целом [6], так и отдельных муниципальных образований, прежде все в пределах Южного берега [7].

Результаты исследования. Вопрос возможности и необходимости развития туристической деятельности в пределах ППСПИ закреплён в законе «Об особо охраняемых природных территориях Республики Крым», где в соответствующем разделе, посвященном целям и задачам данной категории ООПТ подчеркивается роль данных объектов при развитии рекреационной деятельности, а, так же предусматривается возможность рекреационного и природоохранного зонирования территории.

По сути, каждый конкретный ППСПИ изначально, создавался для реализации рекреационных потребностей населения своего времени, при этом обычно к территории парка приурочен либо объект культурного значения, такой, например, как Массандровский, Ливадийский, Воронцовский дворцы, либо крупные санатории различного профиля, такие, например, как Мисхорский, Гурзуфский парки. Это подчеркивает историческую и фактическую рекреационную специализацию данных объектов.

Одной из проблем в развитии туристической деятельности в ППСПИ в сочетании необходимости соблюдения природоохранных ограничений, является отсутствие устоявшихся методик расчета рекреационной емкости территорий данной категории и обоснованных подходов в их зонировании.

С одной стороны, сложность здесь состоит в уникальности каждого конкретного парка, природных комплексов, приуроченных к его территории и практическом отсутствии возможности типизации данных объектов с точки зрения применения методик расчета рекреационных нагрузок.

С другой стороны — возникает проблема завышения величин данных нагрузок, что приводит к возможным экологическим рискам в будущем для данных объектов и их природных комплексов. Особенно часто это касается возможности рекреационной застройки определенных функциональных зон парков, реконструкции существующих рекреационных объектов, объектов торговли и отдыха в пределах их территории.

Выводы. Поводя итог, отметим, что решение рассмотренных проблем требует научно-методического сопровождения вопроса, разработки новых научно обоснованных методик и подходов к развитию туристической деятельности в данной категории ООПТ, подходов к научно обоснованному зонированию территории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Закон Республики Крым от 10 ноября 2014 г. N 5-ЗРК/2014 «Об особо охраняемых природных территориях Республики Крым».

2. Воронина А. Б. Экономико-географические подходы к изучению функциональной организации территориальной рекреационной системы на особо охраняемых природных территориях [Электронный ресурс] / А. Б. Воронина // Современные научные исследования и инновации. — 2014. — № 12. — Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2014/12/41686> (дата обращения : 05.12.2014).

3. Воронина А. Б. Особенности организации территориальной рекреационной системы на особо охраняемых природных территориях Республики Крым / А. Б. Воронина // Современные проблемы сервиса и туризма. — Т. 8, № 1. — 2015. — С. 70–77.

4. Смирнов В. О. Опыт реконструкции старинных парков Юного берега Крыма на примере парка «Утес» / В. О. Смирнов, Е. С. Крайнюк // Субтропическое и декоративное садоводство : сб. науч. тр. / ГНУ ВНИИЦиСК Россельхозакадемии. — Сочи : ГНУ ВНИИЦиСК Россельхозакадемии, 2014. — Вып. 51. — 340 с.

5. Смирнов В. О. Геоэкологические аспекты разработки проектов содержания и реконструкции парков-памятников садово-паркового искусства / В. О. Смирнов // I Всероссийская междисциплинарная научно-практическая конференция «Крымская инициатива» — Экологическая безопасность регионов: концептуально-теоретические, практические, природоохранные и мировоззренческие аспекты», 5–7 октября 2017 г. — Симферополь. — 2017. — С. 54–55.

6. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма–2020 Ассоциация предпринимателей сферы гостеприимства Крыма. Немецкое товарищество технического сотрудничества (GTZ). Министерство курортов и туризма АР Крым. — Симферополь, 2011. — 75 с.

7. Яковенко И. М. Туристско-рекреационный паспорт городского округа Ялта Республик Крым / И. М. Яковенко, И. Б. Вахрушев // Туристско-рекреационные паспорта городских округов и районов Республики Крым и г. Севастополя. — Симферополь : Издательство Типография «Ариал». — 2017. — С. 245–256.

УДК 338.48

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО
ТУРИЗМА В КРЫМУ**

**PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF MILITARY-HISTORICAL
TOURISM IN THE CRIMEA**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Авдиль И. Э., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

I. E. Avdil, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается военно-исторический туризм в Крыму с точки зрения перспективного направления в индустрии туризма Крыма в целом. Определен потенциал развития военно – исторического туризма в Крыму.

Annotation

The article discusses the military history tourism in the Crimea from the perspective of the perspective directions in the tourism industry of the Crimea as a whole. The potential of development of military – historical tourism in Crimea is defined.

Ключевые слова: военно-исторический туризм, и перспективы развития, современная туристская инфраструктура Республики Крым, историко-культурное наследие.

Keywords: military-historical tourism, resources and prospects of development of military-historical tourism in the Crimea recreational areas, modern tourist infrastructure, historical-culture.

Введение. Современный период общественного развития знаменуется дальнейшим возрастанием роли туризма в мировой экономике.

Международный туризм для многих стран стал главным источником поступления иностранной валюты. Возникновение и развитие рынка туристских услуг напрямую связано с туристским потенциалом соответствующей дестинации.

История является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа. Идентичность путей исторической эволюции культуры и туризма предопределила общность новых методов подхода к их дальнейшему развитию. В большинстве стран мира происходит процесс демократизации культуры и туризма, которые составляют неотъемлемую часть жизни общества. Самосознание и познание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей немислимы без приобретения знаний в области культуры.

Российское военно-историческое общество сейчас рассматривает концепцию развития военно-исторического туризма в регионах страны. Развитие данного туризма в России может не только увеличить приток внутреннего туризма, но и сохранить разрушающиеся памятники и объекты истории.

Актуальность темы исследования заключается в перспективе развития военно-исторического туризма как наиболее востребованного на современном этапе в Республике Крым. Военно- исторический туризм таким образом, является важным средством развития культурных связей и международных сотрудничеств.

Цель исследования. Рассмотреть перспективы развития военно-исторического туризма в Крыму.

Результаты исследования. История военных лет — базисная основа туристского интереса людей, направляющихся в военно-исторические путешествия. Посещая объекты в рамках военно-исторического туризма, человек познает культуру, обычаи другого народа, его быт и особенности

жизни, сопрягая с военной историей страны. Это, в свою очередь, укрепляет культурные связи и международное сотрудничество.

Республика Крым полуостров уникален переплетением древних культур, цивилизаций и политических образований, которые оставили потомкам неповторимое архитектурно-градостроительное наследие, от античных памятников, средневековых крепостей и пещерных городов, до культовых сооружений разных мировых религий и дворцовых ансамблей.

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, за 2016 год в Крыму отдохнуло 5573,5 тыс. туристов, что на 21,2 % выше уровня за аналогичный период предыдущего года. Но стоит отметить, что за январь-ноябрь 2017 года в Крыму отдохнуло 5180,5 тыс. туристов, что на 3,7 % ниже уровня за аналогичный период прошлого года [19]. Наблюдаемое снижение показателей можно связывать с несовершенством инфраструктуры туризма Крыма, которое становится очевидным, когда снимается запрет на выезд на турецкие курорты, и турист имеет возможность выбора.

В данных условиях для привлечения туристов весомый вклад и положительное значение будет иметь историко-культурное наследие нашей страны, в частности богатый исторический потенциал Республики Крым. Несмотря на то, что более 80 % туристов основной целью приезда в которых является отдых на море, знакомство с архитектурным наследием минувших эпох, представленным на этой земле в такой многообразии, многие также считают для себя обязательным компонентом отдыха.

Республика Крым располагает всеми ресурсами, необходимыми для развития военно-исторического туризма. На данный момент насчитывается 28 государственных музейных учреждений, в т.ч. 21 музей и 7 заповедников, 4 музея зарегистрировано в г. Севастополе (около 1,2 % общего числа музеев в Российской Федерации). Кроме того, в ведении предприятий, учреждений, организаций, учебных заведений находится 332

музея с 329 тыс. музейных предметов [19]. В фондах государственных музеев хранится около 800 тыс. экспонатов.

В соответствии с Федеральной целевой программой «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» можно наблюдать постепенное формирование современного международного туристского центра Российской Федерации, который будет соответствовать критериям круглогодичности, востребованности и конкурентоспособности.

Для достижения цели Государственной программы предусмотрено решение следующих задач: обеспечение комплексного устойчивого развития доступной и комфортной туристской среды; диверсификация туристского продукта Республики Крым, ориентированного на различные сегменты туристского рынка; повышение качества туристских услуг, системное методическое кадровое обеспечение туристской отрасли, отвечающее запросу современного крымского туриста; продвижение туристского продукта Республики Крым на международном и внутреннем туристских рынках, развитие различных видов туризма, направленных на расширение рамок активного периода туристского сезона.

Выводы. Республика Крым полуостров имеет военно-исторический потенциал, но, по мнению, экспертов, он развит слабо, поскольку до сих пор крымский туризм основывается на тех объектах и маршрутах, которые использовались в советское время. Крымский полуостров имеет достаточное количество военно-исторических объектов для развития военно-исторического туризма. Но данные объекты недостаточно развиты, на сегодняшний день, согласно российской социальной и экономической программе по отношению к Республике Крым и городу Севастополя, данная ситуация должна скоро исправиться. Таким образом, Крым в перспективе может заявить о себе, как об одном из главных районов Российской Федерации развития военно-исторического туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М. А. Жукова. — М. : Финансы и статистика, 2002. — 200 с.
2. Зорин И. В. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 250с.
3. Зеленский В. А. Крыму необходима постоянная целенаправленная рекламная компания / В. А. Зеленский // Курорты туризм. — 2004. — № 1. — С. 65-74
4. Информация о состоянии и развитии туризма на Украине // Туризм: Право и Экономика. — 2003. — № 1. — С. 23–30.
5. Информация о состоянии и перспективах развития сотрудничества в области туризма между Украиной и Российской Федерацией // Туризм, Право и Экономика. — 2003. — № 1. — С. 45–50.

УДК 379.85

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM

DEVELOPMENT IN CRIMEA

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Ибрагимова Л. С., магистр,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

L. S. Ibragimova, master,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития туризма в Крыму. Проанализирован туристский потенциал Республики Крым. Дана рекомендации по повышению уровня развития туристской отрасли в Крыму.

Annotation

The article deals with the problems and prospects of tourism development in the Crimea. The tourist potential of the Republic of Crimea is analyzed. Recommendations to improve the level of development of the tourism industry in the Crimea.

Ключевые слова: туризм, Крым, туристы, крымский мост.

Keywords: tourism, Crimea, tourists, Crimean bridge.

Введение. Республика Крым является уникальным регионом Российской Федерации, в собственности которого редкое сочетание богатого историко-культурного, природного и климатического потенциала.

Цель исследования. Сочетание этих факторов является основой для развития туристической отрасли региона и служит отличной основой для формирования современного международного туристического центра, что является целью исследования в данной статье.

Результаты исследования. Описывая туристическую отрасль в Республике Крым, хотелось бы сказать об огромном потенциале санаторно-курортного направления в направлении области, преимуществах его расположения в районе более 40 соленых озер, общем запасе обработанного грунта в размере 28 млн. м³, количестве минеральных источников, количество которых превысило 100 и удивляет своим разнообразием [1]. В то же время, следует отметить, что использования этого потенциала недостаточно, например, эксплуатация минеральной воды осуществляется примерно на 20 источниках, преимущественно внутреннего и наружного использования [2]. Таким образом, санаторно-курортное направление является приоритетным для развития туризма в Республике Крым, основанного на использовании минеральных вод, лечебных грязей, морского воздуха и земельных ресурсов.

На основе данных, взятых с сайта Министерства курортов и туризма (май–август 2018–2019 гг.), в статье представлен анализ посещения полуострова [1].

16 мая 2018 года Крымский мост был введен в эксплуатацию. По этим причинам автомобильным транспортом в период с мая по август приток людей был:

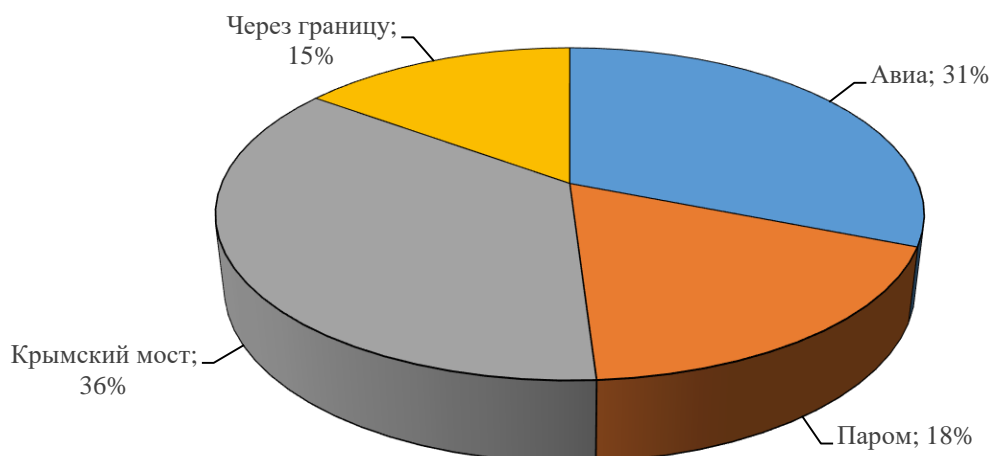


Рисунок 1 – Количество отдыхающих прибывших в Крым отдыхающих за май–август 2018 года [1]

Статистические данные прибывших в Крым отдыхающих май–август 2018 года составили:

- 31% прибыло авиатранспортом;
- 18% паромной переправой;
- 36% по Крымскому мосту;
- 15% через государственную границу РФ на участке: Армянск, Джанкой, Перекоп [1].

Благодаря Крымскому мосту, более удобному для посещения полуострова, улучшение транспортной доступности позволило увеличить количество туристов. Однако, при увеличении туристического потока на полуостров из-за Крымского моста, появились новые возможности для

Республики Крым в виде новых инвестиций, улучшение, промышленные зоны и т. д. [3].

Начало движения пригородных перевозок является определенным плюсом в РК, но это не решает проблему организации доставки грузов в Крым. Запустив грузоперевозки и железнодорожную часть моста, можно будет снабжать полуостров всем необходимым для большего объема, чем этот, и независимо от погодных условий [4].

Выводы: Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что благодаря улучшению логистики и в связи с вводом в эксплуатацию Крымского моста удалось увеличить количество посещаемости туристов, а в дальнейшем, при запуске железнодорожной части моста, рост посетивших полуостров будет только увеличиваться. Что положительно скажется на развитие экономики республики Крым.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Липсиц И. В. Экономика: учебник для вузов / И. В. Липсиц. — М. : Омега-Л, 2006. — 656 с.
2. <https://mtur.rk.gov.ru/ru/index>
3. Боголюбов В. С. Экономика туризма : учебное пособие / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. — М. : Академия, 2005. — 192 с.
4. Аникин Б. А. Логистика : учебник / Б. А. Аникин. — М. : Инфра-М, 2008. — 368 с.

УДК 338.48

**ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**PERSPECTIVES OF HEALTH TOURISM DEVELOPMENT AT THE
PRESENT STAGE IN THE REPUBLIC OF CRIMEA**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Костылева А. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Kostyleva, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы развития оздоровительного туризма на современном этапе на примере Республики Крым. Проанализировано состояние оздоровительного туризма в Крыму. Даны рекомендации по улучшению данной отрасли.

Annotation

The article deals with the problems of health tourism development at the present stage on the example of the Republic of Crimea. The state of health tourism in Crimea is analyzed. Recommendations for improving the industry are given.

Ключевые слова: оздоровительный туризм, Республика Крым, климат и природные особенности, лечение.

Keywords: health tourism, the Republic of Crimea, climate and natural features, treatment.

Введение. Оздоровительный туризм (лечебный) — одно из самых массовых и популярных направлений медицинского туризма. Своей популярностью этот вид туризма происходит со времен Древней Греции и

Древнего Рима. Уже в те времена существовали оздоровительные гостиницы и бани. С начала XVII века курортология получила активное развитие по всей Европе [3]. Однако существует ряд проблем, не решенных по наше время.

Цель исследования. Рассмотреть проблематику развития оздоровительного туризма на современном этапе в Республике Крым.

Результаты исследования. Причина стремительной популярности оздоровительного туризма заключается в своевременной моде на правильное питание и здоровое тело, а также популярность профилактического [1, с. 6]. Крымский полуостров славится своими рекреационными ресурсами. В Крым издавна съезжались знаменитые люди и не только из-за живописных мест. Во времена СССР со всех уголков в крымские санатории, здравницы и детские оздоровительные лагеря, приезжали на лечение граждане любого возраста и достатка. В постсоветский период популярность Крыма угасла. Однако в последние годы лечебный туризм возрождается и становится одним из самых популярных туристических направлений.

Климатические и природные особенности Крымского полуострова являются основой и фактором функционирования оздоровительного туризма: наличие гор и моря, субтропический климат на ЮБК, богатый растительный и животный мир.

Благодаря своему целебному воздуху здесь доступно лечение органов дыхания, таких как туберкулез и бронхолегочные заболевания. Предгорный воздух в сочетании с морским, дает положительный эффект и в период реабилитации.

Также Крым известен грязелечением. Грязевые озера сосредоточены в г. Саки. Первый санаторий специализирующийся на грязелечении был открыт в 1827 году. Считается, что местные грязи имеют целебные свойства, они улучшают иммунитет, обладают антисептическими и

противовоспалительными свойствами, а также помогают справиться с бесплодием, кожными заболеваниями и проблемами опорно-двигательной системы.

Также здесь развита бальнеология — лечение минеральными водами. На территории Крыма освоены не все минеральные источники. Их действует десять. Некоторые воды подходят для применения внутрь, а некоторые используются лишь для купания. Территория Востока Крымского полуострова располагает водолечебным потенциалом.

Лечение детей всегда было популярным в Крыму. Многочисленные детские лагеря сосредоточены в г. Евпатории, а мировую известность имел в свое время Артек на южном берегу Республики Крым. Методики, которые зародились здесь в советское время, продолжают применяться в настоящий момент [4].

В данное время предстоит проделать огромную работу, для популяризации оздоровительного туризма в РК. К сожалению, практически все санатории и детские оздоровительные лагеря нуждаются в капитальном ремонте, в закупке нового лечебного оборудования.

Однако существует ряд проблем, которые требуют внимания. Большинство местных здравниц, лагерей и санаториев имеют устаревшие методики лечения, а также несовременное оборудование. Многие здания требуют капитального ремонта и обновленного интерьера. Создание новых здравниц достаточно затратное и длительное мероприятие. Поэтому многие отели, основаны на базе советских пансионатов, прошли долгий этап модернизации. Вопрос обновления существующей инфраструктуры становится приоритетной задачей.

Привлечение высокопрофессиональных и местных специалистов или повышение их квалификации в области здравоохранения также выведет данную отрасль в Крыму на новый уровень. Оказание современных оздоровительных процедур и спа-ухода требует не только технического

оснащения, но и компетентного персонала с медицинским образованием высокого уровня.

Большинство проблем, с которыми столкнулся оздоровительный туризм в Крыму, связаны со слабым финансированием и инвестициями за последние 20 лет. Их привлечение на полуостров, является первоочередной задачей. Из-за сложной политической обстановки и наложенных санкций, инвестировать в Крым стало затруднительно [2]. Участие Крымского региона в государственных программах финансирования — перспектива будущего.

Еще одной проблемой для Крыма является слабая популяризация местного курорта, особенно среди молодежи. Важно не только рекламировать крымские санатории и здравницы, но и модернизировать их под современные требования потребителей. Только в этом случае можно рассчитывать, что вместо Турции россияне предпочтут Крым. Согласно современному представлению об лечебно-оздоровительном туризме, он должен максимально уйти от уровня клиник, в них должно совмещаться и лечение, и отдых.

Выводы. Благодаря своим природным ресурсам Крым считается достаточно конкурентоспособным курортом, здесь развиваются почти все виды туризма, но самыми перспективными являются культурно-познавательный и лечебный. Оздоровительный туризм столкнулся с множеством проблем: слабая инфраструктура, устаревшие методики лечения, ненадлежащий уровень обслуживания, недостаточная компетентность медицинского персонала, недостаточная популяризация Крыма как здравницы, слабое финансирование. Данный вид туризма требует должного развития и повышенного внимания со стороны государства и органов местного самоуправления, расширенного спектра предоставляемых услуг и улучшение их качества в соответствии с современными требованиями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Драчева Е. Л. Лечебный туризм / Е. Л. Драчева. — М., 2008. — С. 35.
2. Крым в мировых туристских рейтингах // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2015. — Т. 9, № 1. — С. 65–92.
3. Оздоровительный туризм [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Оздоровительный_туризм.
4. Как развивается лечебный туризм к Крыму [Электронный ресурс] // Tassru. — Режим доступа : <https://tass.ru/obschestvo/4735421>.

УДК 338.48

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

DEVELOPMENT TENDENCIES OF BIKE TOURISM IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Пукаsev М. О., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Степаненко Е. С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

M. O. Pukasev, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. S. Stepanenko, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В последние годы Республика Крым стала весьма привлекательным регионом для активного отдыха, в том числе и для велотуристов. Велотуризм неплохо развивается и требует поддержки для улучшения условий провидения туров, инфраструктуры и повышения квалификации кадров, задействованных в данном виде туризма.

Annotation

In recent years, the Republic of Crimea has become a very attractive region for outdoor activities, including for cyclists. Bicycle tourism is developing well and requires support to improve the conditions of providence tours, infrastructure and staff development involved in this type of tourism.

Ключевые слова: республика Крым, велосипедный туризм, велотуризм, туристская сфера, туризм, велотурист.

Keywords: Republic of Crimea, cycling tourism, cycling, tourism, tourism, cyclist.

Введение. Велосипедный туризм в республике Крым — это, набирающий популярность, вид активного отдыха, имеющий множество разновидностей: от прогулок и экскурсий до сложных велосипедных путешествий. Благодаря географическому положению, климатическим условиям, наличию естественных препятствий, удобным местам для стоянок и лагерей, а также развитой дорожной сети, велотуризм в Крыму весьма популярен.

Актуальность данной темы заключается в выявлении положительной динамики развития велосипедного туризма в Республике Крым.

Цель исследования — изучение тенденций развития велосипедного туризма в республике Крым.

Результаты исследования. Велосипедный туризм — это путешествия на дорожных, спортивных и горных (маунтинбайк) велосипедах по равнине, оврагам, пескам, горным тропам.

Регулирует данный вид туризма Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1].

Конец XIX — начало XX века характеризовались размахом развития спорта в России, и особую популярность завоевывал велосипедный спорт. Именно он стал одним из видов спорта, активно набирающих популярность в Крыму. На начало 1890-х годов в Симферополе и Севастополе было уже немало поклонников нового зрелищного и захватывающего вида спорта среди молодых рабочих, студентов и чиновников. При помощи мецената Головы Земской управы Серебрякова в Симферополе началось строительство велотрека (Симферопольского циклодрома), праздничное открытие которого состоялось в июне 1893 года [2].

На сегодняшний день, география распространения велопоходов по Крыму довольно разнообразна. Велосипедные походы для начинающих велотуристов отличаются более простыми маршрутами. Для начинающих велосипедистов подходят равнинный и предгорный Крым, Тарханкутский и Керченский полуостров. Для любителей скоростных спусков на велосипеде наиболее популярной является яйла Ай-Петри, а также пещерные города. Горный Крым имеет более пересеченный рельеф местности и меньшее количество стоянок, следовательно, маршруты в данном регионе совершают наиболее подготовленные велотуристы.

Особенностью Крымского полуострова является возможность усложнять нагрузки до любой степени практически на всех веломаршрутах Крыма и ставить перед собой все более сложные задачи.

На полуострове ежегодно проводятся соревнования по велоспорту, велоралли, слеты любителей езды на велосипеде на которых происходит непосредственный обмен информацией и полученным опытом.

Горный Крым — идеальное место для развития горного велосипедного туризма. Разветвленная сеть туристских троп, сельских дорог создает уникальные и захватывающие полигоны для любителей горного велосипеда [3].

Также, проложены маршруты по равнинному Крыму, в особенности по побережью Тарханкута, Казантипа и Керченского полуострова.

Как можно заметить, в Крыму возможен горный велотуризм любой сложности и для любого возраста.

Организацией велопутешествий в Крыму занимаются такие организации как: Клуб «Экс-VELO» в г. Симферополь, Крымвелоклуб, в г. Симферополь, Велоцентр, г. Симферополь, Турфирма «Турист», г. Симферополь, Крымский горный велоклуб, пос. Научный, Клуб туристов «Муссон», г. Севастополь, Турфирма «Торедо», г. Севастополь, «Севур Ферн», г. Севастополь, Турфирма «Мир приключений», г. Алушта [5].

Сегодня во многих странах мира велотуризм не только активно развивается субъектами туротрасли, но и поддерживается в рамках целенаправленной государственной политики. Необходимо использовать все ресурсы предоставляемые как природой, так и инвесторами для популяризации велотуризма в республике Крым.

На данный момент, ситуация в Крыму с велотуризмом такова, что имеется подходящая природная база для развития данного вида туризма, но нет хорошей инфраструктуры, которая является неотъемлемой частью комфортного активного отдыха.

Из плюсов инфраструктуры можно выделить:

- немалое количество пунктов проката велосипедов в городах и других населенных пунктах;
- активная информационная поддержка велотуризма (доступность подробных карт и схем веломаршрутов);
- немалое количество предложений турфирм по данному виду туризма.

Из минусов:

- в большинстве случаев, отсутствуют велодорожки в населенных пунктах. Туристам сложно соблюдать технику безопасности при пересечении городских улиц;

– малое количество объектов показа на пути следования велотуристов в горной и степной зоне Крыма;

– неразвитый местный рынок велотуров по региону. Большинство предложений поступает из фирм, находящихся на материке [4].

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что плюсов связанных с велотуризмом в республике столько же, сколько и минусов, которые должны быть решены для развития велотуризма в республике Крым.

В Крыму, по данным последних лет, велосипедный туризм развивается весьма активно (об этом свидетельствуют данные социологического опроса, проведенного в 2012 году Министерством курортов и туризма АРК и общественной организацией «Фрирайт») [6], однако носит явно выраженный выездной и при этом преимущественно самодельный характер. Это означает, что представители туриндустрии до сих пор не уделяют достаточно внимания разработке и продвижению велосипедных туров по Крыму.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Булгаков А. А. «Велосипедный туризм» / А. А. Булгаков. — М. : «Ключ», 2008. — 624 с.

3. Велотуризм в Крыму [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.allkrim.ru/veloturizm-v-krymu>.

4. Велотуризм в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.adrenalinetour.ru/travel-guide-russia/item_3827.html.

5. Велосипедный туризм: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://works.doklad.ru/view/T5yXVF8uTp4/7.htm>.

6. Крымское информационное агентство: Большинство велотуристов в Крыму – украинцы (опрос 2012 года) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.kianews.com.ua/node/46389>.

УДК 338.48

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО
ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА**

**IMPROVEMENT OF STRATEGIC MANAGEMENT AND
DEVELOPMENT OF TOURIST-RECREATIONAL POTENTIAL
OF THE REGION**

Каджаметова Т. Н., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет», г. Симферополь

T. N. Kadzhametova,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean Engineering and Pedagogical University,
Simferopol

Аннотация

В статье изучены тенденции развития туристско-рекреационного комплекса Крыма, выделены стратегические направления инновационного развития курортных территорий и регионального рынка туристско-рекреационных услуг, выявлены конкурентные преимущества, ограничения и препятствия в развитии курортных территорий. Изучены тенденции развития туристско-рекреационного комплекса с позиции ее влияния на региональную экономику. Предложены различные составляющие механизма управления туристско-рекреационного комплекса Крыма.

Annotation

The article examines the development trends of the tourist and recreational complex of the Crimea, highlights the strategic areas for the innovative performance of resort areas and the regional market for tourist and recreational services, identifies competitive advantages, restrictions and obstacles in the development of resort areas. The development trends of the tourist and recreational complex are examined from the standpoint of its influence on the regional economy. Various components of the control mechanism of the tourist and recreational complex of the Crimea are proposed.

Ключевые слова: туристско-рекреационный комплекс, организационный механизм, стратегическое управление, рынок туристско-рекреационных услуг.

Keywords: tourist and recreational complex, institutional mechanism, strategic management, market of tourist and recreational services.

Введение. Туристско-рекреационный комплекс Республики Крым выступает как сфера, повышающая степень финансово-экономической самодостаточности региона. Несмотря на имеющиеся предпосылки для эффективного функционирования и развития различных видов туризма в регионе, можно выделить множество актуальных проблем, оказывающих отрицательное влияние на развитие туристско-рекреационного комплекса Республики Крым и затрудняют выход на международный рынок туристско-рекреационных услуг: неудовлетворительное состояние инфраструктуры курортных территорий, неравномерность развития туристско-рекреационного потенциала, высокий уровень износа материально-технической базы организаций, сезонность их функционирования, дефицит высококвалифицированных кадров, повсеместное предоставление нелегальных услуг по размещению рекреантов и туристов и пр. Таким образом, низкий уровень эффективного использования существующего экономического потенциала тормозит развитие внутреннего рынка туристско-рекреационных услуг региона и ограничивает их экспортную ориентированность. Отсутствие целостной маркетинговой стратегии развития региона, не отработанный экономический механизм функционирования позволяют сделать вывод об острой необходимости модификации системы управления туристско-рекреационным комплексом региона.

Преодоление выделенных проблем диктует необходимость разработки эффективных мер по стимулированию преобразований в экономике региона. Признанные ключевыми для региона туристско-рекреационный, транспортно-логистический и сельскохозяйственный секторы экономики

определены как приоритетные сферы развития во всех странах Черноморского региона. Современные условия хозяйствования требуют формирования организационно-экономических механизмов, сочетающих в себе совокупность методов, форм, инструментов и рычагов государственного регулирования и рыночной саморегуляции, основанных на принципах устойчивости и сбалансированности и направленных на обеспечение жизнедеятельности человека. Для реализации государственной социально-экономической политики и региональной стратегии развития туристско-рекреационного комплекса считаем целесообразным эффективное использование комплекса организационно-экономических механизмов управления развитием регионального рынка туристско-рекреационных услуг.

Обозначенные проблемы развития и стратегического управления туристско-рекреационным потенциалом региона нашли отражение в трудах Бережной И.В., Бузни А.М., Ефремова А.В., Слепокурова А.С., Цехлы С.Ю. и др. Вместе с тем, некоторые региональные проблемы развития туристско-рекреационного комплекса требуют непрерывного изучения в динамично изменяющихся трендах и условиях функционирования. Отсюда вытекает необходимость трансформации механизма системного и комплексного развития туристско-рекреационного комплекса и формирования комплекса механизмов регулирования развития туристско-рекреационного комплекса региона.

Целью исследования является формирование механизма совершенствования управления и развития туристско-рекреационного потенциала региона.

Результаты исследования. Эффективное функционирование и развитие курортных территорий недостижимо без активного государственного и регионального регулирования. Воздействие государства на природоохранные, экономические и социальные факторы

обеспечивается посредством трансформации механизмов управления на государственном и региональном уровнях, внедрение стратегического планирования, достаточное финансовое, нормативно-правовое, институциональное, научно-методическое обеспечение и т.п. При этом стратегическое планирование туристско-рекреационного комплекса осуществляется на основе стратегии социально-экономического развития Республики Крым, обеспечивающей его целевую направленность на улучшение качества жизни населения, как основного показателя оценки устойчивого развития.

Для реализации национальной социально-экономической политики, а также региональной стратегии развития туристско-рекреационного комплекса необходимо эффективное использование комплекса организационно-экономических механизмов управления развитием туристско-рекреационного комплекса региона.

Нормативно-законодательный блок организационно-экономического механизма представлен Федеральными законами «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» [1], «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [2], «О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» [3], Стратегией социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г. [4], Инвестиционной декларацией Республики Крым [5], Налоговым кодексом и пр. Перечисленные нормативно-законодательные акты определяют основные принципы региональной и государственной политики, определяют порядок эффективного использования туристско-рекреационных ресурсов, порядок налогообложения данной деятельности и пр. Таким образом, степень регулирования различных аспектов туристско-рекреационной деятельности действующими законами можно считать достаточной.

Тем не менее, с целью повышения конкурентоспособности организаций туристско-рекреационного комплекса, успешного продвижения внутренних туристско-рекреационных услуг и расширения их спектра на наш взгляд необходимы разработка и принятие Стратегии развития туристско-рекреационных кластеров Крыма, которая определила бы направления развития кластеров в части инвестиционных проектов, инфраструктурного, кадрового, финансового обеспечения кластеров, маркетинговой политики продвижения туристско-рекреационных услуг и пр. Кроме того, необходимо приведение Стратегии социально-экономического развития Крыма в соответствие с Национальными и региональными проектами, разрабатываемыми по указу «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [6].

С целью обеспечения эффективного функционирования и развития туристско-рекреационного комплекса региона необходимо достижение высокого уровня конкурентоспособности туристско-рекреационных услуг в соответствии с мировым стандартами качества.

С целью формирования механизма обеспечения высокой конкурентоспособности туристско-рекреационных услуг региона необходимо выявление факторов влияния, определение направлений развития и стратегии повышения конкурентоспособности, а также реализация разработанных мероприятий. На наш взгляд, конкурентоспособность туристско-рекреационных услуг определяется следующими факторами: туристско-рекреационный потенциал региона; ценовая политика организаций; уровень сервиса; продвижение туристско-рекреационных услуг.

Особое внимание в стратегическом управлении развитием туристско-рекреационной инфраструктуры уделяется вопросам обеспечения материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами для оказания

планируемых туристско-рекреационных услуг. Ресурсное обеспечение региона определяется возможностями эффективного использования бюджетных средств Республики Крым и средств Федеральных целевых программ, а также дополнительных возможностей в виде частного инвестирования, дополнительных трансфертов. На данный момент в Крыму реализуется мировая практика государственно-частного партнерства, за счет федеральных средств организуются инвестиционные площадки с обеспеченной инфраструктурой под дальнейшее развитие территорий бизнесом. Причем каждый из 5 туристско-рекреационных кластеров, которые разработаны и реализуются в Крыму за счет Федеральной целевой программы, имеют свою специфику, основанную на историческом и природном развитии территории.

Конкурентное преимущество среди курортных территорий безусловно получает кластерная форма ее реализации за счет внедрения инноваций высокого уровня производительности, широкого спектра видов предоставляемых услуг. Это обусловлено прежде всего тем, что кластеры повышают конкурентоспособность, инновационность, рентабельность, высокую занятость и удовлетворенность услугами курортных территорий. Поэтому процесс стимуляции роста кластеров и кластерных инициатив должен осуществляться не только предпринимателями, общественными организациями, но и государством при формировании стратегий регионального развития.

Причем, на наш взгляд, в кластеры необходимо включать не только организации, оказывающие туристские услуги, но и организации, оказывающие санаторно-курортные услуги, что позволит снизить сезонность функционирования подобных организаций, поскольку санаторно-курортные организации работают круглогодично.

Необходимость развития именно санаторно-курортной отрасли определяется потребностью в ней населения региона для укрепления

здоровья, а также улучшения качества жизни. Санаторно-курортная отрасль региона должна привлекать как внутренних рекреантов, так и внешних. В этой связи необходимо обеспечить широкое использование новейших технологий в лечебно-диагностической работе персонала, расширение ассортимента лечебно-профилактических и сопутствующих услуг.

На наш взгляд, деятельность по поддержке кластеров должна быть направлена на ликвидацию барьеров для инноваций, стимулирование инвестиций в человеческий капитал и инфраструктуру, что обеспечит широкие возможности для достижения полной занятости местного населения и удовлетворения потребностей иностранных и отечественных граждан в туристско-рекреационных услугах. Внесение значительного вклада туристско-рекреационного комплекса в развитие экономики региона реализуется посредством налоговых поступлений в бюджет, увеличения количества рабочих мест, притока иностранной валюты, рационального использования и сохранения туристско-рекреационного потенциала.

Таким образом, в целях совершенствования механизма эффективного использования имеющегося ресурсного потенциала туристско-рекреационного комплекса необходимо развитие инфраструктуры курортных территорий, строительство новых и реконструкция существующей материальной базы комплекса, доведение их оснащения до современных международных требований; внедрение и модернизация экологически безопасных видов топлива, транспорта, производств и пр. Транспорт для курортных территорий является своеобразным мостом, соединяющим точку потребления и потребителей. В связи с этим, для развития круглогодичного туризма необходимо стимулирование развития транспортных связей для расширения географического охвата и продвижения туристско-рекреационных услуг на международный рынок. Чтобы увеличить туристско-рекреационный потенциал необходимо также

развитие инфраструктуры для захода круизных судов и развития яхтенного туризма.

Механизм формирования и эффективного использования финансового обеспечения управления развитием туристско-рекреационного комплекса включает упрощение и гармонизацию налогового, валютного, визового, таможенного и других видов регулирования в целях обеспечения государственного стимулирования въездного и внутреннего туризма, развития социальных форм туризма, содействия развитию курортных территорий; стимулирование благоприятного инвестиционного климата в Республике Крым, активизация среднего и малого бизнеса, развитие системы микрокредитования предпринимателей; субсидирование деятельности среднего и малого бизнеса для реализации инвестиционных проектов.

В процессе государственного регулирования туристско-рекреационной деятельности наиболее сложным является разработка и реализация инвестиционных программ, нацеленных на комплексное развитие курортных территорий. Функционирующий инвестиционный портал Республики Крым синтезирует в себе информацию об инвестиционных площадках, финансовой поддержке инвесторов, условиях вступления СЭЗ и пр., что дает полную информацию для инвесторов и содействует привлечению инвестиций в регион и в частности в его туристско-рекреационный комплекс.

Вместе с тем, основными факторами, сдерживающими инвестиционную активность, являются инвестиционные риски, инфляционная политика в стране, процент коммерческого кредита и пр. (рис. 1).



Рисунок 1 – Факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность региона в 2018 г., % (по данным опроса экспертов)

К факторам, стимулирующим инвестиционную деятельность, по мнению руководителей организаций, относятся спрос на услуги и продукцию организаций, количество квалифицированных работников и прибыльность инвестиций (по 50 %), состояние технической базы организации (39 %).

На наш взгляд, основными путями улучшения инвестиционного климата в регионе являются: достижение достаточного уровня прибыльности инвестированного капитала; способствование внедрению высокоэффективных технологий, модернизация инфраструктурных объектов, доступность природных ресурсов во всех районах Крыма; предоставление налоговых льгот и финансовой поддержки, повышение

эффективности и модернизация системы подготовки кадров, создание инновационной инфраструктуры с высокой эффективностью и т. д.

С целью достижения высокой доходности инвестиций требуется формирование программы финансового обеспечения туристско-рекреационного комплекса Республики Крым, задачами которой является финансовое обеспечение, оптимизация распределения финансовых ресурсов и повышения эффективности их использования посредством симбиоза действий организаций, оказывающих туристско-рекреационные услуги, коммерческих банков, органов власти государственного и регионального уровня.

Одним из инструментов государственного регулирования финансово-хозяйственной деятельности организаций туристско-рекреационного комплекса является система налогообложения. Налоговые поступления в бюджет Крыма от санаторно-курортной отрасли в 2018 г. выросли на треть и превысили 3,2 млрд руб. (рис. 2).

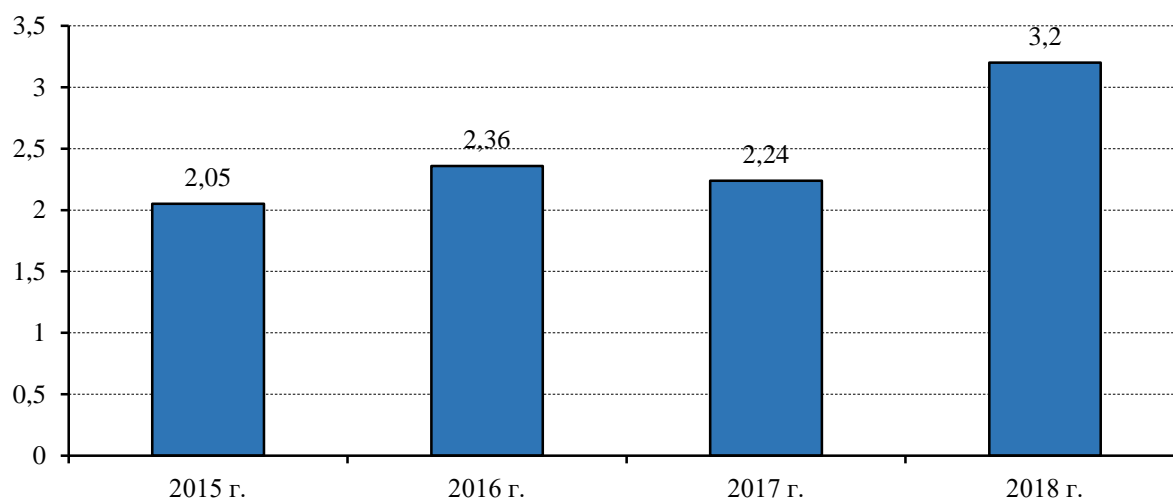


Рисунок 2 – Налоговые поступления в бюджет Крыма от санаторно-курортной отрасли в 2018 г., млрд. руб.

Таким образом, к основным направлениям моделирования государственного регулирования финансового обеспечения туристско-

рекреационного комплекса Республики Крым можно отнести: согласование усилий всех субъектов финансовой системы; привлечение иностранных инвестиций с помощью косвенных методов государственного регулирования; стабилизация финансовых потоков за счет применения индивидуальных графиков погашения кредитов и сглаживания отрицательного влияния фактора сезонности, предоставление льгот по уплате региональных налогов и сборов, дифференциация ставок налогообложения в зависимости от приоритетов развития, что будет способствовать увеличению притока собственных финансовых ресурсов, а также стимулированию развития курортных территорий; содействие вхождения в СЭЗ, бюджетное кредитование посредством субсидирования ставок, предоставления госгарантий и пр.

Механизм эффективного использования и развития трудового потенциала туристско-рекреационного комплекса региона направлен на непрерывное обучение и повышение квалификации персонала, создание новых специальностей и повышение качества подготовки специалистов в соответствии с потребностями, достижение эффективной трудовой мотивации, обоснование экономической целесообразности капиталовложений, связанных с развитием работника и пр.

Совершенствование механизма институционального обеспечения туристско-рекреационного комплекса крымского региона требует упорядочения деятельности имеющихся специализированных институтов по отдельным приоритетным направлениям развития (информационное сопровождение, безопасность, качество и пр.). Это выдвигает необходимость развития международного сотрудничества и интеграционных процессов в данной сфере, а также улучшение туристско-рекреационного имиджа региона и государства в целом.

Решение комплекса обозначенных экономических, организационных и правовых проблем безусловно должно способствовать развитию рынка

туристско-рекреационных услуг Республики Крым, увеличению его вклада в экономику региона, повышению рейтинга в мировых показателях.

Выводы. Таким образом, Республика Крым, несмотря на имеющийся богатый туристско-рекреационный потенциал, мало известен на мировом рынке туристическо-рекреационных услуг, занимая менее 0,5 % от мирового объема услуг. Эффективное государственное и региональное управление развитием туристско-рекреационного комплекса Республики Крым подразумевает стимулирование массового спроса на туристско-рекреационные услуги со стороны как отечественного, так и зарубежного потребителя, а также обеспечение благоприятных условий развития курортных территорий региона. Проблема увеличения емкости рынка туристско-рекреационных неразрешима без весомой финансовой поддержки государства, устранения барьеров на пути развития крупного и малого бизнеса; снижения уровня экономического и инвестиционного риска при расширении спектра туристско-рекреационных услуг; внедрения прогрессивных методов управления региональным развитием.

Основными задачами дальнейшего развития туристско-рекреационного комплекса являются улучшение инфраструктуры курортных территорий и улучшение материально-технического обеспечения организаций; развитие различных видов туризма и санаторно-курортного лечения и расширение спектра оказываемых услуг, ориентированных на разные сегменты рынка; развитие новых видов туризма и санаторно-курортного лечения с целью достижения круглогодичного функционирования туристско-рекреационного комплекса и сглаживание сезонности функционирования организаций комплекса; создание благоприятного инвестиционного климата в регионе; изменение ценовой политики, приведение в соответствие качества рекреационных услуг их цене, введение системы скидок в период межсезонья, а также для отдельных категорий граждан; государственная поддержка среднего и

малого бизнеса; детенизация деятельности организаций и самозанятых лиц, реализация эффективной маркетинговой стратегии и брендинг Республики Крым на международном и внутреннем рынках; повышение эффективности управления в отрасли, а также непрерывное развитие трудового потенциала, как фактора эффективности функционирования туристско-рекреационного комплекса региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах: федер. закон Рос. Федерации от 23.02.1995 № 26-ФЗ [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Консультант Плюс». — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001/.

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федер. закон Рос. Федерации от 24.11.1996 N 132-ФЗ [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/.

3. О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя : Федер. закон Рос. Федерации от 29.11.2014 № 377-ФЗ [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_171495/.

4. О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года: закон Республики Крым принят государственным советом РК 28.12.2016 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Крым. — Режим доступа : <https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-fullvers.pdf>.

5. Об инвестиционной декларации Республики Крым : указ Главы Республики Крым № 272-У от 11.09.2014 г. [Электронный ресурс] // Государственный Совет Республики Крым. — Режим доступа : <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/140z.pdf>.

6. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 [Электронный ресурс] // Официальные сетевые ресурсы Президента России. — Режим доступа : <http://kremlin.ru/acts/news/57425>.

УДК 338.48:910.1

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF HEALTH TOURISM IN CRIMEA

Лазницкая Н. Ф., к. г. н., доцент,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

Землянская А. В., магистр,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал), ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

N. F. Lazickaya,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

A. V. Zemlyansky, master,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

Аннотация

В данной статье рассматриваются особенности организации лечебно-оздоровительного туризма в Крыму и его перспективы развития.

Крым — это уникальный природно-климатический регион, который располагает существенными возможностями, в основе которых лежат выгодное географическое

положение полуострова, уникальные природные лечебные ресурсы и богатое историческое наследие.

Лечебно-оздоровительный отдых — это всесторонняя помощь для тех, кто желает поправить свое здоровье, получить медицинскую консультацию у специалистов мирового уровня, отдохнуть, похудеть и изменить внешность на минеральных курортах и в центрах талассотерапии. Современные люди, живущие в больших городах, ежедневно подвергаются стрессам, неблагоприятной экологической обстановке, а также несбалансированному питанию. Сейчас модно вести здоровый образ жизни и все большее количество людей стремятся к этому. Во всем мире имеется множество ресурсов, способствующих развитию лечебно-оздоровительного туризма, в связи с этим развивается большое количество новых методов лечения и оздоровления.

Annotation

This article discusses the features of the organization of health tourism in the Crimea and its development prospects.

Crimea is a unique natural and climatic region, which has significant opportunities, based on the favorable geographical position of the peninsula, unique natural healing resources and rich historical heritage.

Health and recreation is a comprehensive help for those who wish to improve their health, get medical advice from world-class specialists, relax, lose weight and change the appearance at mineral resorts and in thalassotherapy centers. Modern people living in big cities are daily exposed to stress, an unfavorable ecological situation, as well as unbalanced nutrition. Now it is very fashionable to lead a healthy lifestyle and more and more people are striving for it. There are a lot of resources around the world contributing to the development of health tourism, in connection with this a large number of new methods of treatment and recovery are developing.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный, туризм, лечение, отдых.

Keywords: therapeutic, tourism, treatment, rest.

Введение. Важным сегментом туристского рынка России является Крым, вошедший в состав Российской Федерации в 2014 г. Для развития туризма на полуострове была разработана «Государственная программа развития курортов и туризма в республике Крым на 2017-2020 годы».

В связи с перспективами развития региона при поддержке правительства Российской Федерации Западный рекреационный район Крыма (в состав которого входит Сакский район, а также городские округа Саки и Евпатория) с целебными грязями и минеральными водами — становится одним из главных инвестиционных регионов полуострова. Лечебно-оздоровительный туризм на данной территории — бизнес ориентированная сфера деятельности прошлого, настоящего и будущего.

Актуальность данного исследования очень значима и обусловлена рядом обстоятельств:

- спрос на оздоровительные услуги не сформирован;
- сохранение трудового потенциала является задачей государственного масштаба;
- развитие лечебно-оздоровительного туризма на территории Западного рекреационного района Крыма может оказать существенное влияние на поднятие уровня экономики Крыма и предоставить достаточное количество рабочих мест для населения [1].

Цель исследования. Изучение особенностей и развития организации лечебно-оздоровительного туризма как направления туристической деятельности.

Результаты исследования. Под туризмом понимают временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан, а также лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, лечебно-оздоровительных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания. Таким образом, в зависимости от цели поездки выделяют познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, профессионально-деловой, религиозный и иные виды туризма [5].

Бесспорно, все виды туристической деятельности являются увлекательными, но нужно остановиться на лечебно-оздоровительном туризме, потому что это не только забота о своем здоровье, посредством вмешательства медицины и таких природных факторов, как: минеральные воды, лечебно-оздоровительные источники, и так далее [3].

Оздоровительный туризм — путешествия с целью лечения и отдыха в какую-либо местность с природно-климатическими условиями, благоприятными для здоровья [2].

Лечебно-оздоровительный туризм предусматривает перемещение резидентов и нерезидентов в пределах государственных границ и за пределы государственных границ на срок не менее 20 ч и не более 6 мес. в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека. Лечебно-оздоровительный туризм основан на курортологии [7].

Программы лечебно-оздоровительных туров разнообразны, однако существуют общие специфические требования к организации именно таких туров. Подготавливая туристский продукт, необходимо помнить, что это делается для людей, желающих отдохнуть и поправить свое здоровье. Поэтому необходимо спланировать и создать такой маркетинг-микс туристского продукта, который позволит наиболее успешно удовлетворить нужды и запросы туристов во время оздоровительного отдыха [6].

Экскурсионная программа не должна быть слишком насыщенной. При организации досуговых программ необходимо отдавать предпочтение более здоровым мероприятиям типа конкурсов, вечеров, викторин и т.д., а также занятиям по интересам, позволяющим разнообразить досуг. Допускаются спортивные программы в виде необременительных прогулок-походов по окрестностям, несложных спортивных соревнований, занятий по аэробике, шейпингу, плаванию в море или бассейне. При этом рекомендуется создавать в курортных местностях, тяготеющих к семейному отдыху, курортно-туристские комплексы, позволяющие здоровым членам семьи заниматься спортом, туризмом, а нуждающимся в лечении лечиться и отдыхать [4].

Лечебный туризм в наше время стал одним из наиболее популярных у туристов видов отдыха. Ранее люди чаще отправлялись в отпуск исключительно за тем, чтобы побывать на море, а также солнечных курортах, увидеть различные достопримечательности и исторические места, теперь же многие стали больше внимания уделять собственному здоровью.

Развитие лечебно-оздоровительного туризма, который базируется на санаторно-курортном комплексе Крыма является на сегодняшний день одним из стратегических направлений и основывается на пользовании лечебными грязями (около 22,4 млн м³), минеральными водами (23 источника), имеет 573 пляжей, климатические и ландшафтные ресурсы, значительное культурное и историческое наследие, то есть обеспечен огромным туристско-рекреационным потенциалом. А для тех людей, которые едут на полуостров, чтоб пройти курс лечения и реабилитации, построены санатории, дома отдыха и пансионаты с лечебными отделениями [8]. Санаторно-курортный комплекс Крыма насчитывает 825 учреждений:

- 151 учреждение — санаторно-курортное лечение и другие медицинские услуги;
- 224 — оздоровительные услуги;
- 92 — детские оздоровительные учреждения;
- 358 — гостиницы и отели, предоставляющие только временное размещение.

Однако не всех устраивает тот набор услуг, которые предлагают санатории. Многим хочется не просто отдыхать на пляже, но и узнавать что-то новое, активно проводить время. Для таких людей оздоровительный туризм Крыма предлагает различные тематические экскурсии, которые не только позволят лучше узнать историю Крыма, но и получить незабываемые впечатления от изучения его красот.

Для многих людей лечебно-оздоровительный туризм в Крыму до сих пор ассоциируется с санаториями и разнообразными лечебными мероприятиями. Однако на самом деле оздоровительный туризм Крыма основывается на самой природе, которая справляется с лечением намного лучше, чем самые искусные врачи. Главное вовремя определить, что лучше всего подходит: чистый горный воздух или соленый морской. [5].

Вывод. Комплексный характер санаторно-курортной отрасли, а также особенности ее функционирования в современных экономических условиях, мобильная структура систем дополнительных платных услуг, разнообразие форм собственности, высокий уровень конкуренции на рынке рекреационных услуг, стабильно увеличивающийся спрос на рекреационные услуги, — все эти и другие особенности современной региональной санаторно-курортной отрасли определяют необходимость решения проблемы обоснования рациональных мероприятий по его развитию как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Лечебно-оздоровительный туризм в Крыму всегда был одним из самых востребованных направлений. Причин тому множество: это и относительно невысокие цены, и морской воздух, оказывающий самое благотворное влияние, и сама климатическая зона, в которой Крым расположен.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лечебно-оздоровительный туризм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ppt-online.org/373370/> (дата обращения : 14.03.2019).
2. Боев Г. А. Обзор современных подходов к формированию стратегии развития предприятия / Боев Г. А., Воронин С. И. // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. — 2015. — № 1. — С. 110–114.
3. Браймер Р. А. «Основы управления в индустрии гостеприимства» / Р. А. Браймер. — М., 2015. — 179 с.
4. Брашнов Д. Г. Гостиничный сервис и туризм : учебное пособие / Д. Г. Брашнов. — 2016. — 128 с.
5. Калужский М. Л. Практический маркетинг / М. Л. Калужский. — СПб. : Питер, 2013. — 168 с.
6. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / О. Т. Лойко. — Томск : ТПУ, 2016. — 121 с.

7. Синяева И. М. Интегрированные-маркетинговые коммуникации / И. М. Синяева. — М. : ЮНИТИ, 2015. — 504 с.

8. Соловьёв А. А. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму / А. А. Соловьёв, Е. В. Гарбуз // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2015. — Т. 1 (11). — Вып. 1. — 58 с.

УДК 338.48-6:001.891+338.48-6:005(292.471)

РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО НАУЧНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

SCIENTIFIC DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN CRIMEA

Логвина Е. В., к. э. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Лобас К. В., ассистент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

E. V. Logvina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

K. V. Lobas, Assistant Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы развития делового научного туризма в Крыму. Дано определение научному туризму. Рассмотрены три категории научных организаций. Приведены статистические данные по категориям научных сотрудников. Сделаны выводы о возможностях развития делового научного туризма Крыма.

Annotation

The article deals with the development of business scientific tourism in the Crimea. The definition of scientific tourism is given. Three categories of scientific organizations are considered. The statistical data on the categories of researchers are given. Conclusions are drawn about the possibilities of development of business scientific tourism of Crimea.

Ключевые слова: научный туризм, ЮНЕСКО, сегмент рынка, спрос и предложение, ресурсы научного туризма, научный туризм, Республика Крым.

Keywords: scientific tourism, UNESCO, the segment of the market, supply and demand, resources, scientific tourism, scientific tourism, Republic of Crimea.

Введение. В наши дни происходит активное развитие международного делового научного туризма. По оценкам ЮНЕСКО и ВТО его доля на международном рынке туристских услуг может достигнуть 25 %. При этом прогнозируется появление новых центров развития научного туризма, освоение новых регионов. Все больше крупных международных агентств и туристических операторов уделяют внимание в своей деятельности научному туризму. Это связано, скорее всего с достаточно устоявшейся целевой аудиторией данного сегмента рынка, стабильным спросом и растущим, как итог, предложением на рынке. Важное значение имеет признание научного туризма, как вида туризма на уровне ЮНЕСКО. Научный туризм в соответствии с классификацией видов туризма, предложенной Всемирной туристической организацией (ВТО) относится к специальным видам туризма.

Научный туризм — это такой вид туристической деятельности основной целью которого является сочетание осуществления научной деятельности и отдыха [1]. Развитие научного туризма в Российской Федерации и Республике Крым, в том числе, во многом обеспечивается традиционно высоким уровнем науки, а, так же наличием крупных научных центров со сложившимися научными школами в различных отраслях науки.

Цель исследования. рассмотреть ресурсы делового научного туризма в Крыму.

Результаты исследования. История делового научного туризма, в отличии от многих современных и распространенных видов туризма имеет глубокие корни и яркие исторические аспекты проявления. Зарождение научного туризма связано с географическими открытиями человечества и

своими конями уходи в разные эпохи — античность, период Великих географических открытий [2]. По состоянию на 2018 год на территории Республики Крым насчитывается 45 научных организаций, разного ранга и подчинения. Их можно разделить на 3 крупные категории:

1. Крупные научно-исследовательские организации в структуре Российской академии (Национальный научный центр — Никитский ботанический сад, Институт биологии южных морей им. А.П. Ковалевского. Морской гидрофизический институт и т. д);

2. Научные организации, входящие в состав Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского;

3. Научно-исследовательские учреждения среднего и малого масштаба ведомственного и регионального подчинения, коммерческие образования. Данные организации осуществляют региональные научные исследования, коммерческие исследования в регионе на разнообразные тематики.

Если рассматривать пространственную дифференциацию научных учреждений Крыма, то на первое место можно отнести г. Симферополь — 12 учреждений; второе место занимает г. Севастополь — 8; на третьем месте г. Ялта — 6; в остальных городах Керчь, Феодосия и Алушта — 2 учреждения. Что касается районов Крыма то наибольшее число предприятий — 3 в Бахчисарайском районе, в других по 1-му учреждению.

Республика Крым всегда занимала достаточно сильные позиции по числу научных сотрудников и наличных научных кадров (табл. 1).

Таблица 1

Научные кадры в Республике Крым [3–6]

Годы	1995	2000	2005	2007	2008	2017	2018
количество сотрудников научных организаций	6212	4040	3823	3794	3449	3177	3038
количество специалистов, выполняющих научные и научно-технические работы	3316	2996	2780	2697	2472	2297	2187
среди них							

Годы	1995	2000	2005	2007	2008	2017	2018
со степенью доктора	79	76	69	75	87	82	79
со степенью кандидата наук	498	420	357	381	384	348	340
количество сотрудников, выполняющих научно- исследовательскую работу по совместительству	627	1089	1428	1697	1753	1648	1572
со степенью доктора	99	106	120	142	140	138	147
со степенью кандидата наук	233	435	521	646	614	605	640

Как видно из таблицы рассматриваемые показатели достаточно стабильны, что свидетельствует о сохранении научного кадрового потенциала, как в целом и интеллектуального потенциала Республики Крым. Кроме того, данные специалисты могут рассматриваться, как потенциальные деловые научные туристы регионального туристического рынка, так или иначе участвующие в различных научных мероприятиях на полуострове.

Отметим, что за последние 5 лет происходит техническое переоснащение науки в Республике Крым в соответствии с федеральными и региональными научными программами, а, так же при поддержке различных национальных и международных научно-исследовательских проектов, грантовой поддержке, результатов инновационных проектов и целевого отраслевого финансирования. Все это явно увеличивает привлекательность научных организаций Крыма с точки зрения развития науки и научного делового туризма в том числе. Развитие и пространственная дифференциация делового научного туризма напрямую зависит от степени дифференциации социально-экономического развития регионов. Научный туризм тяготеет к центрам развития науки, которые в большинстве случаев совпадают с центрами или регионами, в которых наиболее высокие показатели социально-экономического развития. В условиях Крыма данная тенденция явно сохраняется. Кроме того, рекреационная специализация Крыма обуславливает возникновение

центров научного туризма и в рекреационных районах (г. Ялта, г. Алушта, г. Судак, г. Евпатория, которые, так же являются одними из наиболее социально-экономически развитых районов Крыма). Привлекательными выступают и рекреационные ресурсы, которые позволяют совмещать научную деятельность и отдых.

Выводы. Научный туризм, как таковой является уникальным явлением и может рассматриваться во многих регионах, как определенный элемент туристической деятельности, однако по своим масштабам и коммерческой прибыли вряд ли может сравниться с классическим массовыми видами туризма. Республика Крым имеет явно благоприятные факторы для развития событийного научного туризма. Сам же научный туризм уже занял определенную нишу среди туристических потоков в Крыму, которая к сожалению, по своим количественных характеристикам существенно уступает показателям других видов туризма. С другой стороны возможности ресурсов научного туризма в Крыму могут иметь дальнейшее развитие и выступать в качестве одного из вариантов диверсификации туристического продукта, преодоления проблемы сезонности отдыха, так же развития отдельных регионов Крыма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Петрова Т. В. Роль и тенденции развития делового туризма в мире / Т. В. Петрова // Современные аспекты экономики. — №26 (93). — СПб: Инфо-да, 2005. — С. 15–20.
2. Александрова А. Ю. Международный туризм : учебник для вузов / А. Ю. Александрова. — М. : Норма, 2008. — 450 с.
3. Статистический ежегодник Республики Крым. 2014 : Стат. сб. / Крымстат. — Симферополь, 2015. — 310 с.
4. Статистический ежегодник Республики Крым. 2015 : Стат. сб. / Крымстат. — Симферополь, 2016. — 218 с.

5. Статистический ежегодник Республики Крым. 2016 : Стат. сб. / Крымстат. — Симферополь, 2017. — 228 с.

6. Статистический ежегодник Республики Крым. 2018 : Стат. сб. / Крымстат. — Симферополь, 2018. — 270с.

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БАЛЬНЕОТЕРАПИИ В КРЫМУ

FEATURES OF DEVELOPMENT OF BALNEOTHERAPY IN THE CRIMEA

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Богатова С. М., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

S. M. Bogatova, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрены основные бальнеологические ресурсы Крыма, определены наиболее эффективные процедуры бальнеотерапии. Проанализирован природно-ресурсный потенциал Крымского полуострова. На основе проведенного исследования предлагается развивать инфраструктуру в бальнеологических курортах и привлекать инвесторов.

Annotation

In this work the main balneological resources of the Crimea are considered, the most effective procedures of balneotherapy are defined. The natural resource potential of the Crimean Peninsula is analyzed. Based on the study, it is proposed to develop infrastructure in balneological resorts and attract investors.

Ключевые слова: бальнеология, минеральные воды, лечебная грязь, туризм, курорты.

Keywords: balneology, mineral water, mud, tourism, resorts.

Введение. Необходимой составляющей природно-ресурсного рекреационного потенциала Крыма считаются бальнеологические ресурсы. Минеральные лечебные воды многообразны по газовому, химическому составу и температуре. На полуострове популярны 120 источников и больше 30 перспективных площадей проявления минеральных вод. Актуальность темы — развитие бальнеокурортов является перспективным и актуальным направлением: курорты предлагают исцеление природными факторами, что эффективнее, чем стационарное исцеление пользующееся растущим спросом.

Целью исследования является выявление бальнеологических ресурсов Крыма и способности их использования; исследование способа предоставления целительных процедур.

Результаты исследования. Использование минеральных вод в Крыму составляет 2,2 млн м³ в год, а концентрированных рассолов соленых озер — 15 тыс. м³. Запасы целительных грязей в Крыму оцениваются в 32,3 млн м³. Больше 40 грязевых месторождений относятся к 5 группам соленых озер — Евпаторийской, Тарханкутской, Перекопкой, Чонгаро-Арабатской, Керченской. Предельная пропускная дееспособность грязелечебных ресурсов достигает 20 млн человек в год. Однако настоящий объем применения лечебных грязей в Крыму не выше 15–17 тыс. тонн (т. е. около 2 % к фактическим запасам). Воды двух морей, лечебные грязи и рапа озер, воздух, наполненный фитонцидами южных растений, ультрафиолет и минеральная вода — все эти моменты делают Крым одним из наилучших мест лечения и оздоровления в РФ.

Бальнеология — раздел курортологии, который изучает появление и физико-химические свойства минеральных вод, способы их использования с лечебно-профилактической целью при внутреннем и внешнем применении. Бальнеологические процедуры оказывают влияние на функции

органов и систем человеческого тела и на большое количество процессов, протекающих в организме человека. Минеральная вода при наружном применении действует на кожу, тем самым ее проницаемость изменяется. Она также воздействует на нервные окончания и рецепторы слизистых. При внутреннем применении минеральная вода воздействует своей температурой, газовым и минеральным составом на слизистую оболочку разных отделов желудочно-кишечного тракта, что и объясняет эффект применения минеральной воды. Проникая, вода осуществляет преобразования в кислотно-щелочном равновесии и претерпевает изменения.

К основным видам бальнеотерапии относят ванны, ингаляции, орошения и промывания, купания, питьевое лечение. Наиболее широко используемым видом процедур наружного применения являются ванны. Самый популярный метод внутреннего приема минеральных вод — питьевое лечение минеральной водой. Минеральные воды имеют уникальные лечебные свойства благодаря тому, что в них имеется больше пятидесяти химических элементов. Они содержатся в виде нерастворенных солей и простых ионов, в различных соединениях. Из этого следует, что минеральная вода при питьевом лечении способствует возобновлению нарушенной жизнедеятельности разных отделов желудочно-кишечного тракта и приводит в норму обмен веществ.

Благодаря лечебным грязям Крым известен как лечебное место еще со времен античности. Определено, что в античную эпоху на Керченском полуострове существовали лечебницы, располагавшиеся на побережье озер Тоберчик, Чокрак, Чурбаш. В настоящее время в Крыму исследованы и используются 26 месторождений лечебных грязей и высокоминерализованных рассолов(рапы) соляных озер морского и материкового происхождения. Наиболее известны приморские озера: Сакское (курорт Саки), Мойнакское (Евпатория) и Чокракское (Феодосия).

Также бальнеологическим потенциалом обладает залив Сиваш, где находятся запасы рапы и ценных грязей.

На сегодняшний день минеральные воды занимают важное место в лечебном арсенале крымских курортов. Источников минеральных вод более сотни, но используются в целях лечения не все — около десяти. Они находятся в районах Керчи, Бахчисарая, Нижнегорска, Белогорска, Старого Крыма, Джанкоя и на Азовском побережье мыса Казантип. Для бальнеолечения минеральные воды применяют на курортах степной зоны: Евпатория, Саки и Феодосия. Сфера лечебного применения крымских минеральных вод широко используется. Наиболее известные бальнеологические курорты — Ялта, Алушта, Евпатория, Саки, Феодосия и Керчь.

На основе проведенного исследования можно сделать **выводы**:

1. Бальнеологические ресурсы являются важной составной частью природно-ресурсного рекреационного потенциала для Крыма.

2. Для успешного развития курортов в Крыму необходимо шире внедрять в практику работы крымских здравниц европейские стандарты оказания основных и дополнительных услуг.

3. Первоочередной задачей в развитии бальнеотерапии является создание благоприятного инвестиционного климата, который способствует притоку инвестиций в санаторно-курортное строительство, реконструкцию и модернизацию здравниц.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кусков А. С. Рекреационная география. Учебно-методический комплекс / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. — М. : МПСИ, Флинта, 2005. — 496 с.

2. Маньшина Н. В. Лечение на курортах Крыма / Н. В. Маньшина, Н. И. Шейко. — М : Вече, 2005. — 286 с.

3. Яковенко И. М. Здравницы Крыма / И. М. Яковенко. — Симферополь : Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2010.

4. Водолечение и бальнеология в санаториях Крыма. Информационный сервер. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.likar.info/zdorovye-vsey-semyi/article-65655-vodolechenie-i-balneologiya-v-sanatoriyah-kryma/> (дата обращения : 11.04.2019).

5. Курорты Крыма: история, минеральные воды, грязи, лечение и отдых в Крыму. Информационный сервер [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.sankurtur.ru/russia/region/563/> (дата обращения : 11.04.2019).

УДК 338.48

ПОТЕНЦИАЛ УСАДЕБНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

POTENTIAL OF MANOR TOURISM IN CRIMEA

Страчкова Н. В., к. г. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Лукьяненко Е. А., к. г. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

N. V. Strachkova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

E. A. Lukyanenko,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Проанализирован потенциал усадебного туризма в Крыму, выявлены территориальные особенности размещения различных типов усадеб в регионах Крыма

Annotation

The potential of homestead tourism in Crimea is analyzed, territorial features of accommodation of various types of estates in the regions of Crimea are revealed

Ключевые слова: туризм, усадьба, усадебный туризм, типы усадеб, потенциал усадебного туризма

Keywords: tourism, manor, manor tourism, types of estates, potential of manor tourism

Введение. Особый интерес современных исследователей вызывают многие актуальные аспекты туризма, но еще в большей мере — его скрытые, потенциальные возможности. Привлекательность территории при разработке турпродукта — одна из главных характеристик. Она представлена историко-культурным потенциалом, историческими памятниками, мемориальными местами, народными промыслами, музеями, усадьбами. На протяжении многих веков усадьба являлась важным компонентом отечественной культуры. Свообразные исторически сложившиеся предпосылки возникновения и развития русской усадьбы сделали ее ярко выраженным национальным явлением. Ведь история страны — это сумма историй различных регионов. Особое место занимает изучение дворянских усадеб, т.к. они долгое время являлись культурными, экономическими, образовательными и воспитательными центрами.

Цель исследования является изучение туристского потенциала усадебного туризма в Республике Крым как одного из направлений диверсификации туристского предложения региона.

Результаты исследования. Важнейшим конкурентным преимуществом туристской отрасли Российской Федерации является историко-культурное наследие. На поездки с культурно-познавательными целями приходится около 20 % внутреннего туристского потока. Усадебный туризм как подвид культурно-познавательного туризма имеет огромное

значение не только в области развития туризма и продвижения Российской Федерации на мировом туристском рынке, но и в области охраны, сохранения и восстановления объектов историко-культурного наследия страны.

Усадебный туризм представляет собой особый вид экскурсионно-познавательного туризма, нацеленный на посещение музеев-усадоб и музеев-заповедников, изучение их истории и культуры, а также на духовно-нравственное обогащение туристов.

Главной особенностью развития русской усадьбы является ее многопрофильность: она представляла собой социально-культурный, хозяйственно-экономический, архитектурно-парковый и культурный центр.

По данным национального фонда «Возрождение русской усадьбы», в России на конец 2016 года насчитывалось около 7 тыс. усадеб, являющихся памятниками истории и архитектуры, причём около двух третей из них находятся в разрушенном состоянии [1]. Ведущее место по количеству усадеб в России занимает Центральный федеральный округ, на территории которого расположена 1491 усадьба, при этом 425 находятся в Московской области. Среди типов усадеб характерно преобладание дворянских, среди которых наиболее известными являются «Ясная поляна» Л.Н. Толстого, «Архангельское», «Гатчина», «Карабиха» Н.А. Некрасова и пр. Среди иных типов представлены купеческие усадьбы («Абрамцево», «Дача Башенина»), великокняжеские и императорские, а также усадьбы интеллигенции («Болдино», «Музей-усадьба художника М.Н. Ярошенко», «Музей-усадьба М.И. Глинки») и пр.

Истоки усадебного туризма в Крыму берут начало с 19 века и связаны с именем М.С. Воронцова, который на Южном берегу Крыма приобрел землю для строительства имений, что стало причиной появления аристократических усадеб [2]. Почти одновременно с Алушкой возник Кореиз — имения княгини А.С. Голицыной, поместье «Софиевка» Л.А. Нарышника в Мисхоре, имение И.А. Мальцова в Симеизе. Позже

возникают поместье «Александрия» обер-прокурора Св. Синода А.Н. Голицына в Гаспре, «Ливадия» Л.С. Потоцкого и др. Основными видами хозяйства в южнобережных усадьбах стали садоводство, виноградарство и виноделие.

Архитектура усадеб Южного берега свидетельствует о преобладании нескольких архитектурных направлений - «азиатский стиль» («Кореиз», «Софиевка»), «готический стиль» (церковь в Кореизе, дворец и капелла в имении Л.А. Нарышникова, а также их объединение в архитектуре дворца Воронцова в Алушке. Несколько позже распространилось «эллинистическое» направление, отраженное в архитектурных решениях императорского дворца в Ореанде. Рядом с усадьбами и дворцами появляются роскошные парки, соседствующие с естественной южнобережной растительностью и пейзажным разнообразием крымских гор [3].



Рисунок 1 – Потенциал усадебного туризма Крыма. Страчкова Н.В.,
Лукияненко Е.А., Болтян А.А., 2016 г.

Анализ географии усадеб Крыма позволил выделить два основных региона их концентрации:

– Южный рекреационный район (Ялта, Алушта, Гаспра и Кореиз) с практически всеми видами усадеб, причем только для данного региона характерны великокняжеские и императорские усадьбы;

– Юго-Восточный рекреационный район (Судак, Феодосия) с преобладанием дворянских усадеб (табл. 2).

Таблица 2

Усадьбы Крыма

Регион	Название	Владельцы	Тип имения
Ялта	1. Сельбиляр	Н.А. Барятинская	Дворянское
	2. Уч-Чам	М.В. Барятинская	Дворянское
	3. Массандра	Николай II	Императорское
	4. Ливадия	Николай II	Императорское
	5. Дом Чехова	А.П.Чехов	Интеллигенция
	22. Гурзуф	Дюк Ришелье	Купеческое
Гаспра	6. Кичкинэ	Д.К. Романов	Великокняжеское
	7. Харакс	Г.М. Романов	Великокняжеское
	8. «Александрия»	С.В. Панина	Дворянское
	9. Мисхор	Л.А. Нарышкин	Дворянское
Кореиз	10. Дюльбер	П.Н. Романов	Великокняжеское
	11. Юсуповское	Ф.Ф. Юсупов	Дворянское
Алупка	12. Алупка	М.С. Воронцов	Дворянское
Меллас	13. Меллас	Перовские	Дворянское
Форос	14. Форос	А.Г.Кузнецов	Купеческое
Алушта	15. Сергеева-Ценского	С.Н. Сергеев –Ценский	Дворянское
	16. Бекетова	А.Н. Бекетов	Интеллигенция
	17. Стахеева	Н.Д. Стахеев	Купеческое
	18. «Рай»	М.Д. Сарибан	Купеческое
	19. Романовка	Токмаков и Молотков	Купеческое
	20. м. Плака	Гагарины	Дворянское
	21. Карасан	Раевские	Дворянское
Малореченское	23. Княжевичей	В.Д. Княжевич	Дворянское
Феодосия	24. Страмболи	И. Страмболи	Купеческое
	25. д. Айвазовского	И.К. Айвазовский	Дворянское
Старый Крым	26. Дом Грина	А. Грин	
Коктебель	27. Волошина	М. Волошин	Дворянское
Керчь	28. Месаксуди	К.И. Месаксуди	Купеческое
Евпатория	29. Кафель-Приморский	А.Е. Голубев	Дворянское
Черноморское	30. Оленевка	В.С. Попов	Дворянское
Бахчисарай	31. Бахчисарай	Гирей	Дворянское

Анализ и систематизация основных проблем развития усадебного туризма выявили основные факторы, препятствующие увеличению спроса как на внутренний туризм в целом, так и на усадебный туризм в частности.

– невысокий уровень развития туристской инфраструктуры в регионе, положительная динамика развития наблюдается только в крупных городах;

– невысокое качество обслуживания вследствие недостатка профессиональных кадров;

– отсутствие полной и актуальной информационной базы по усадебному наследию страны и отдельных регионов;

– недостаточное продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках;

– несоблюдение законодательства в области охраны и использования объектов культурного наследия.

К возможным направлениям решения указанных проблем является развитие туристской инфраструктуры, обеспечивающей доступность усадебных объектов; анализ усадебного наследия Республики Крым и создание информационной базы по усадьбам, а также мониторинг их состояния, привлечение внебюджетных средств финансирования программ усадебного туризма, а также создание благоприятных условий для развития частных музеев-усадоб.

Выводы. Диверсифицированному использованию потенциала и культурно-исторических ресурсов территорий способствует формирование усадебных комплексов, пригодных для использования резидентами и нерезидентами с целью отдыха и ознакомления с историей, культурой и традициями регионов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный фонд «Возрождение русской усадьбы» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.fondus.ru/manors> (дата обращения : 10.04.2018).

2. Брагина Т. А. Путешествие по дворянским имениям ЮБК / Т. А. Брагина, Н. В. Васильева. — Симферополь : Изд-во «Доля». — 2005. — 255 с.

3. Галиченко А. Г. Старинные усадьбы Крыма / А. Г. Галиченко. — М. : Бизнес-Информ, 2008. — 416 с.

УДК 338.48

**РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КРЫМСКОГО
РЕГИОНА КАК ВАЖНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИСТСКОЙ
СФЕРЫ ПОЛУОСТРОВА**

**THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST INFRASTRUCTURE OF
THE CRIMEA REGION AS AN IMPORTANT COMPONENT OF THE
TOURISM INDUSTRY OF THE PENINSULA**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной статье обозначено значение развития туристской инфраструктуры на функционирование туристской деятельности. Дана характеристика современного состояния туристской инфраструктуры Республики Крым. Обозначены тенденции развития туризма в регионе. Даны рекомендации по совершенствованию туристской инфраструктуры.

Annotation

In this article, the importance of development of tourist infrastructure on functioning of tourist activity is designated. The characteristic of the modern state of tourist infrastructure of the Republic of Crimea is given. The tendencies of tourism development in the region are indicated. Recommendations on improvement of tourist infrastructure are given.

Ключевые слова: туризм, туристская сфера, туристская инфраструктура, рекреационные ресурсы, Республика Крым.

Keywords: tourism, tourist sphere, tourist infrastructure, recreational resources, Republic of Crimea.

Введение. Надлежащая туристическая инфраструктура является ключевым показателем для измерения экологических, социальных и экономических последствий в местах пребывания. Она может являться либо стимулятором роста туристических направлений, если ее разумно развивать и поддерживать, либо сдерживающим фактором, если ей пренебрегать. Соответствующая инфраструктура, включая высококачественное жилье, нестандартные туристические пакеты и достопримечательности, а также транспортная инфраструктура, включающая автомобильные дороги, железнодорожные рельсы, воздушные и морские порты, все это служат для облегчения путешествий как внутренних, так и международных туристов.

Цель исследования — определить значение туристской инфраструктуры для развития сферы туризма в Крымском регионе.

Результаты исследования. Инфраструктура дестинации является важным компонентом, который охватывает большую часть туристической деятельности. Это связано с разнообразием отраслей, которые тесно связаны с туризмом, в частности, жилье, питание, транспорт и сектор развлечений. Каждое общество должно принимать оптимальные решения для обеспечения благополучия и качества жизни своих граждан. Даже когда инфраструктура развивается исключительно в целях туризма, она играет более широкую социальную роль, что приносит пользу местному населению и повышает качество его жизни. В этом контексте «доступность» — это проблема, в которой наша инфраструктура имеет недостатки, и это, очевидно, отражается и на туристском секторе. Именно поэтому важно рассмотреть инфраструктуру во всех областях, чтобы создать больше возможностей и преимуществ для туристов и общества в целом.

Имидж и ресурсы туристского региона строятся на восприятии инфраструктурного обеспечения в конкретном месте назначения. Таким образом, ни одна страна не может думать об имидже и увеличивать туристский приток без адекватного обеспечения инфраструктурных объектов.

Развитие новой туристической инфраструктуры и совершенствование существующей инфраструктуры имеют жизненно важное значение и для Республики Крым. Эти изменения могут принести пользу местному населению, обеспечив его удобствами, которыми можно будет пользоваться.

Каждое развитие относительно места зависит от потребности посетителей. Посетители пользуются различными удобствами в зависимости от приоритета. Путем надлежащего анализа плана возможностей можно определить необходимые объекты, которые необходимо реализовать. К ним, как правило, относятся транспортные средства, медицинские учреждения, объекты управления водными ресурсами, рекреационные объекты и т.д. Доступность вышеуказанных объектов является ключевым элементом в создании впечатления у туристов. Удовлетворенность программой тура измеряется этими объектами.

Население места и туристы, посещающие это место, могут оказать существенное влияние на развитие инфраструктуры. Предвидение спроса, который может возникнуть в течение сезона, имеет решающее значение в определении того, сколько денег следует инвестировать в развитие места назначения.

Развитие места для туризма также может помочь в стимулировании экономики населенного пункта. Несмотря на то, что такого рода развитие не легко заметить, фактор вклада сектора туризма в экономику выше.

Туристская инфраструктура является катализатором торговли, инвестиций и роста в туристической и других отраслях. Туристская

инфраструктура включает в себя четыре основных компонента - транспортную инфраструктуру, инфраструктуру средств размещения, коммуникационную инфраструктуру, а также коммунальную инфраструктуру.

Транспортная инфраструктура касается дорог, железных дорог, аэропортов / взлетно-посадочных полос, транспортных средств (транспортные средства, вагоны, самолеты и воздушные шары). Легкий доступ к туристическим дестинациям с точки зрения международного транспорта и удобства для легкого передвижения по дестинациям, как правило, считаются предпосылками для развития туризма. Транспортная инфраструктура позволяет не только туристам добраться до какого-либо туристского объекта и вернуться к месту назначения, но и помогает транспортировать огромные объемы товаров на туристические курорты, а значит, снизить стоимость услуг для туристических курортов [1].

В настоящее время Крым получил серьезное развитие, связанное с запуском ряда крупных транспортно-инфраструктурных объектов. 16 апреля 2018 года состоялось открытие нового аэровокзального комплекса Симферополя под названием «Крымская волна», в мае 2018 года началось движение автотранспорта по Крымскому мосту, а в конце 2019 года завершится строительство первой очереди федеральной трассы «Таврида». Всё это оказывает положительное влияние на развитие туристской деятельности в регионе.

Хорошая туристическая инфраструктура определяет продолжительность пребывания туристов в том или ином районе. Хорошая инфраструктура делает доступность товаров и услуг для туристов дешевле. В результате наблюдения исследователя за услугами, предлагаемыми в Республике Крым можно сделать вывод, что большинство услуг, предлагаемых туристам, особенно на туристических курортах, являются

очень дорогими из-за трудностей в транспортировке этих услуг на курорты [2].

Инфраструктура размещения включает в себя гостиницы, отели и кемпинги. Хорошие услуги размещения для туристов привлекают их, чтобы дольше оставаться в парке, следовательно, увеличить национальный доход отеля или кемпинга и всей страны. Отсутствие качественной еды, качественных номеров, обслуживания клиентов и отдыха в отелях не способствует притоку туристов в определенный районе туристского назначения.

Инфраструктура систем связи. К ним относятся сети связи через интернет и телекоммуникационные системы. Надежное подключение к интернету, использование онлайн-платежей, а также хорошие телефонные сети являются ключевым вопросом для привлечения туристов в пределах области. Большинство международных туристов оплачивают свои счета с помощью онлайн-методов, таких как мастер-карты, а также Онлайн-Чеки, наличие сетевой системы заставит туристов не путешествовать с наличными деньгами, как это происходит в настоящее время, и это очень рискованно для туристов.

Коммунальная инфраструктура. Эта коммунальная инфраструктура включает в себя водоснабжение и электроснабжение. Адекватная подача электроэнергии, а также чистой воды в туристические объекты имеет жизненно важное значение для развития туризма, потому что большинство туристов ожидают получить все услуги, как в своих странах, такие вещи, как теплые бассейны, прачечная, химчистка, освещение, развлечения, включая видео, телевидение, радио, ночные клубы и лифты требует хорошего потока электроэнергии в туристическом направлении. Хорошее и чистое водоснабжение является одним из важнейших требований для развития туристических объектов — это адекватное и непрерывное снабжение безопасной водой как для питьевых целей, так и для бытового и

рекреационного использования. Не только это, но и хорошие методы утилизации отходов являются важным для туристов.

Инфраструктура Крыма сильно отстает от сегодняшних требований. Большинство основных фондов изношены на 70-90%, очистных сооружений мало, не хватает современного медицинского оборудования здравниц, дорожная сеть в большинстве своем сильно изношена, инфраструктурные ограничения не позволяют вводить новые объекты.

Выводы. Путешественники часто выбирают направления, основываясь на качестве туристической инфраструктуры. Категории, на которые путешественники обращают внимание в этом отношении - это эффективная сеть аэропортов, отелей и компаний по прокату автомобилей, а также стабильная экономика, на которую туристы могут положиться. Новый аэровокзал, мост и скоростная трасса радикально преобразуют всю транспортно-инфраструктурную систему Крыма. Эти объекты станут катализаторами туристского развития полуострова.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Транспортная инфраструктура Крыма на пороге больших перемен. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://zen.yandex.ru/media/ritmeurasia/transportnaia-infrastruktura-kryma-na-poroge-bolshih-peremen-5adfaf9a77d0e68a8790f067> (дата обращения : 10.05.2019).

2. Туристическая инфраструктура Крыма. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://primechaniya.ru/home/news/aprel-2019/turisticheskaya-infrastruktura-kryma-iznoshena-na-90-procentov/> (дата обращения : 10.06.2019).

УДК 338.48

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО
ТУРИЗМА В КРЫМУ**

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN CRIMEA

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Ганичева Э., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. Ganicheva, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Развитость событийного туризма в регионе является важной частью его общей туристической привлекательности. Крым имеет богатый рекреационный потенциал, но современному туристу этого мало. Сегодня востребованный курорт должен отвечать всем социокультурным запросам отдыхающего. Развитие в Крыму событийного туризма — путь повышения популярности курортов полуострова.

Annotation

The development of event tourism in the region is an important part of its overall tourist attractiveness. Crimea has a rich recreational potential, but it is not enough for a modern tourist. Today, the popular resort should meet all the socio-cultural needs of the vacationer. The development of event tourism in Crimea is a way to increase the popularity of the resorts of the Peninsula.

Ключевые слова: рекреационная зона, событийный туризм, фестиваль.

Keywords: recreational areas, event tourism, festival.

Введение. Со времен «развитого социализма» за Крымом закрепилось почетное звание «всесоюзной здравницы»: здесь строились профильные санаторно-курортные учреждения, базы отдыха, детские пионерлагеря.

Однако, если ранее трудовой народ нуждался, прежде всего в отдыхе и лечении, структура потребностей современного туриста несколько иная. Уставшие от рутины и повседневности, сегодняшние отдыхающие едут за праздником, за особой атмосферой. Для того, чтобы быть туристически привлекательным регионом, сегодня уже мало просто иметь хорошую рекреационную базу, необходимо в полной мере отвечать всем актуальным социокультурным запросам современности.

Цель исследования — охарактеризовать туристический потенциал Крыма как региона, привлекательного для развития событийного туризма.

Результаты исследования. Крым хорошо известен и в нашей стране, и за ее рубежом как регион, имеющий значительный рекреационный потенциал. Свежий воздух, море, галечные и песчаные пляжи, бальнеологические курорты, целебная минеральная вода — вот лишь краткий список того, что привлекает на полуостров людей, желающих отдохнуть, набраться сил и поправить свое здоровье. «Крым является регионом с высоким рекреационным потенциалом, где следует развивать индустрию туризма и отдыха. Для этого имеется богатый историко-культурный фонд, неповторимые природно-ландшафтные и биологические особенности, что позволяет выявить определенные закономерности и наметить пути дальнейшего совершенствования данной сферы деятельности», — пишут по этому поводу крымские исследователи [1].

Привлекают туристов в Крым и уникальные объекты культурного наследия: Древний Херсонес Таврический, Ханский дворец в Бахчисарае, Массандровский и Ливадийский дворцы, манящие и таинственные пещерные города, памятники древнегреческой, скифской, караимской, крымско-татарской и христианской культуры. Щедро одарен полуостров и природными памятниками: комплекс пещер у села Мраморное, потухший вулкан Карадаг, причудливые фигуры «Долины приведений», живописные

водопады. Все эти места хорошо известны российским и зарубежным туристам и ежегодно привлекают десятки тысяч посетителей.

Не так давно (всего около двух десятков лет назад) в Крыму стало активно развиваться еще одно перспективное туристическое направление, пользующееся широкой популярностью в мире — это событийный туризм. Как правило, с середины весны и до середины осени в Крыму проходят разнообразные яркие и познавательные мероприятия, многие из которых успели стать традиционными. Жителям и гостям полуострова уже хорошо известны рыцарский фестиваль «Генуэзский шлем» (г. Судак), масштабные и зрелищные байкерские слеты у горы Гасфорта (г. Севастополь), международный джазовый фестиваль «Koktebel Jazz Party» (г. Феодосия), международный фестиваль античного искусства «Боспорские агоны» (г. Керчь), «Парад хризантем» в Никитском ботаническом саду (Большая Ялта), военно-исторический фестиваль «Федюхины высоты» (г. Севастополь) [3].

К сожалению, еще в 2014 году, прекратил свое существование на территории Крыма крупнейший международный фестиваль клубной и электронной музыки «KaZантип», или «Республика Z» (в 7 км от г. Щелкино, Судак, с. Поповка), отмечавшийся еще с 1992 года и собиравший десятки тысяч любителей электронной музыки, спорта и свободы самовыражения. «KaZантип» и его приемник фестиваль «Бифуз» были названы «фестивалями пронаркотических молодежных субкультур» и запрещены в Крыму [5, с. 230].

На смену дискредитировавшим себя фестивалям приходят новые. Так, возможно, новой визитной карточкой курортной Евпатории станет тематический танцевальный фестиваль «AQUAtoria», запланированный на 21–23 июня 2019 года. Его целью является популяризация танцевальных направлений «хастл» и «бачата», встреча единомышленников, обмен опытом [6].

Выводы. Проведение подобных мероприятий в Крыму — хороший способ заявить о полуострове как о месте, привлекательном и перспективном не только для традиционного пассивного санаторно-курортного отдыха и оздоровления, но и для эмоционально наполненного и атмосферного событийного туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амельченко Т. В. Развитие пешеходного туризма в сфере услуг рекреационного комплекса АРК / Т. В. Амельченко, О. С. Витковский // Культура народов Причерноморья. — 2012. — № 220. — С.10–12.

2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. — 252 с.

3. Жилин И. «Запрещать навсегда — глобальная глупость» [Электронный ресурс] / И. Жилин // Новая газета. — 11.03.2016. — № 25. — Режим доступа : <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/03/07/67689-171-zapreschat-navsegda-8212-globalnaya-glupost-187>.

4. Остапчук А. В. Перспективы развития культурного туризма в Республике Крым / А. В. Остапчук. — Библиограф, 2014.

5. Чеглазова М. Е. Особенности развития и становления событийного туризма в Крыму. / Чеглазова М. Е., Яцюк Д. А. // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: сборник материалов I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26–27 апреля 2018 г. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2018. — С. 229–233.

6. Событийный туризм в Крыму: яркие фестивали и интересные мероприятия 2019 года [Электронный ресурс] // Туристический портал Азур.Ру. — Режим доступа : <https://zen.yandex.ru/media/id/5c3f79f3e0f88a00afe824d7/sobytiinyi-turizm-v-krymu-i-arkie-festivali-i-interesnye-meropriiatiia-2019-goda-5c84de957d35ca00b53916fd>.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

**PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN
THE REPUBLIC OF CRIMEA**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Глухоедов Д. И., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

D. I. Glukhoedov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье обозначены основные проблемы, которые замедляют в развитие туристской сферы Республики Крым.

Annotation

These materials identify the main problems that cause a noticeable slowdown in the development of the Republic of Crimea.

Ключевые слова: туризм, проблемы, ресурсы, модернизация, потенциал, направления развития, текущее состояние.

Keywords: tourism, problems, resources, modernization, potential, directions of development, current state.

Введение. Республика Крым — уникальный регион с богатейшим природным потенциалом, а также культурно-исторической базой. Все это в свою очередь является беспрекословной основой для поддержания и дальнейшего развития туристско-рекреационного кластера. Однако, Крым на данном этапе своего становления в рамках Российского и международного туризма не может стать альтернативным направлениям

центрам массового зарубежного туризма. Данную ситуацию обуславливает ряд проблем, которые рассматриваются очень медленно и неэффективно [3, с. 215].

Цель исследования. Основной целью исследования является выявление основных проблемных вопросов в развитии туристско-рекреационного потенциала, а также поиск решения этих проблем с перспективой возможной модернизации туризма.

Результаты исследования. В настоящее время развитие туристской сферы в Республики Крым тормозят следующие элементы:

1. Транспортная инфраструктура:

- некачественное покрытие дорожного полотна;
- не очень удобные подъезды к объектам размещения.

2. Средства размещения:

- низкое качество размещения;
- несоответствие уровня общепринятым стандартам;
- несоответствие цены и качества;
- непостоянство работы коммунальной отрасли.

3. Пляжи:

- необустроенность;
- загрязненность;
- отсутствие сервиса.

4. Природа и окружающая среда:

- много мусора;
- пожары;
- несознательность местного населения и туристов.

5. Отсутствие квалифицированных кадров.

6. Устаревшие подходы развития во всех сферах туризма.

7. Нежелание инвестирования в сферу туризма Республики Крым.

8. Сезонность.

9. Отсутствие имиджевой политики в целом.
10. Слабая информационная подача.
11. Теневой рынок, частная аренда [1, с. 170].

Рекомендации для сложившейся ситуации:

1. Переквалификация имеющихся кадров, а также поиск новых, привлечение их к работе в сфере не только продаж, но и разработок новейших подходов развития.

2. Поиск новых турпродуктов и услуг, избавляясь тем самым от привязанности к сезону.

3. Привлечение инвесторов.

4. Создание имиджа Республики Крым.

5. Создание единой информационной базы.

6. Новый подход к экскурсионной деятельности (внедрение новых технологий).

7. Обеспечение соответствующего уровня чистоты, устранение загрязненности природных и культурных объектов.

8. Создание новых туристских маршрутов.

9. Устранение теневого рынка и создание достаточной прозрачности.

10. Монополизация отдельных видов туризма.

11. Переход к мировым стандартам в гостиничной сфере и сфере размещения в целом.

12. Улучшение качества сферы услуг.

13. Прививание в сотрудниках туристской сферы культуры общения.

14. Проводить в образовательных учреждениях политинформацию касаяемо туризма [2, с. 210].

Стоит отметить, что Крым не стоит на месте в плане развития, ряд мероприятий по улучшению инфраструктуры полуострова проводится. Некоторые из них существенно заметны, а именно решение проблем в транспортной области:

- построен мост, соединяющий Кубань с Республикой Крым;
- в Крыму построен новый аэропорт, позволяющий принимать намного больше гостей полуострова;
- строится трасса Таврида, что в свою очередь облегчает передвижение по территории Крыма [4].

Также существуют и реализовываются множество федеральных программ по строительству, реконструкциям набережных, парков, зон отдыха.

Все это в целом благоприятно сказывается на общей картине развития туризма в Республике Крым, как в практическом понимании, так и в дальнейшей перспективности развития туристско-рекреационного потенциала, а также имиджевой политике полуострова [5].

Выводы. Известный факт, что Крым исторически и природно обусловлен жить туризмом, жить ради туризма. Это неотъемлемая часть жизни этого региона, и жители Республики Крым, и государство должны это понимать, чтобы развивать, и ни в чем не уступать другим странам в этой области, все составляющие для этого имеются.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чеглазова М. Е. Рекреационный потенциал Крыма, как ведущий фактор привлечения туристического потока в регион. / М. Е. Чеглазова, С. Д. Черкашин, К. С. Ломохова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Материалы II Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Казань, 13–14 декабря 2018. — Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2018. — С. 169–175.

2. Чеглазова М. Е. Развитие культуры гостеприимства в Крымском регионе. / М. Е. Чеглазова, М. А. Андриевская // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма

в России: сборник материалов I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26–27 апреля 2018г. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2018. — С. 208–212.

3. Чеглазова М. Е. Современное состояние культурно-познавательного туризма в Крыму / М. Е. Чеглазова, Л. М. Арзуманян // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: сборник материалов I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26–27 апреля 2018г. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2018. — С. 212–216.

4. Официальный сайт Министерства курортов и туризма Крыма [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://mtur.rk.gov.ru/> (дата обращения : 16.04.2019).

5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения : 16.04.2019).

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ РЕЛИГИОЗНОГО И ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

DEVELOPMENT OF RELIGIOUS AND PILGRIM TOURISM IN THE CRIMEA

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Филиппова Т. Е., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

T. E. Filippova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе проанализировано современное состояние и тенденции внутреннего религиозного туризма на территории полуострова Крым. Определены основные характеристики предлагаемых паломнических туров, сделаны выводы о наиболее освоенных направлениях и предложены методы развития религиозного туризма в Крыму.

Annotation

The paper analyzes the current state and trends of domestic religious tourism in the Crimea peninsula. The main characteristics of the proposed pilgrimage tours are determined, conclusions are drawn on the most developed directions and methods for the development of religious tourism in the Crimea are proposed.

Ключевые слова: паломнические, религиозный туризм, Республика Крым, современное состояние, тенденции.

Keywords: pilgrim tours, religious tourism, Republic of Crimea, current state, trends.

Введение. Крымский полуостров отличается полиэтническим и поликультурным составом населения. Все этносы, проживавшие здесь, создавали разного рода культурные памятники, в том числе религиозно-культового характера. Степень концентрации такого рода объектов в Крыму чрезвычайно велика и выделяет его в числе других регионов постсоветского пространства. Благодаря этому полуостров представляет собой дестинацию, привлекающую и удовлетворяющую широкие целевые группы пользователей услуг религиозного туризма. Последний делится на две разновидности: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности [5, с. 217].

Цель исследования — изучить развитие религиозного и паломнического туризма в Крыму.

Результаты исследования. Религиозный туризм в целом мы понимаем, как вид туристической деятельности, связанный с оказанием услуг потребителям, стремящимся к посещению религиозных центров, расположенных вне привычной для них среды.

Паломнический туризм как вид религиозного туризма предполагает то, что рекреанты посещают объекты, носящие сакральный характер именно для их конфессии, для совершения религиозных обрядов и духовного самосовершенствования.

Религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности не предполагает обязательного совпадения вероисповедания туриста с принадлежностью посещаемого объекта конкретной конфессии и участия в религиозных обрядах. Целями такого туризма могут быть ознакомление с духовными ценностями различных религий и общее культурное развитие экскурсанта.

Потенциальные возможности Крыма как региона, до предела, насыщенного культурными памятниками различных религий, чрезвычайно высоки. Однако они могут быть в полной мере использованы лишь при грамотном использовании операторами рекреационного бизнеса технологий организации туров.

Существует значительное количество работ, посвящённых общим характеристикам религиозного, в том числе паломнического и экскурсионно-познавательного туризма. Имеются и исследования в области разработки конкретных технологий организации туров. В этой связи могут быть названы работы А.В. Бабкина, Ю.А. Баева, Д.В. Бондаренко, В.П. Орловской, А.С. Скобельцыной, А.П. Шарухина, Т.Т. Христова и др.

Однако исследований, в которых бы проблемы технологии проектирования религиозных туров рассматривались применительно к региональным особенностям Крыма, нет.

Таблица 1

**Основные характеристики наиболее популярных
паломнических туров в Крыму, 2018 г.**

Название тура	Продолжительность	Транспорт	Контингент	Религия	Стоимость за 1 чел./руб.
Паломническая программа с проживанием в Алуште	10 дней	Автобус	Взрослые, семьи с детьми	Православие	18000
Паломнический тур в Андреевке	10 дней	Автобус	Взрослые, семьи с детьми	Православие	12500 – 14500
Паломнический тур в Новофедоровке в пансионате «Поломник»	10 дней	Автобус	Взрослые, семьи с детьми	Православие	12500 – 16500
Паломнический тур с размещением в Алушке	10 дней	Автобус	взрослые, семьи с детьми	Православие	13500 – 16000
Рождество 2019 в Алуште на базе санатория	8 дней	Автобус	Взрослые, семьи с детьми	Православие	14900 + дополнительные услуги
Рождество в Форосе 2019	8 дней	Авиаперелёт, автобус	Взрослые	Православие	14900 + дополнительные услуги
Рождество Христово в Феодосии	10 дней	Авиаперелёт, автобус	Взрослые	Православие	17500
Православный лагерь для детей с родителями «Юный паломник» в пгт. Новофедоровка	12 дней	Автобус	Взрослые, семьи с детьми	Православие	13500 – 18000
Тур «Малый Иерусалим»	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие, ислам, караимизм	1200 + дополнительные услуги
«Челтер-Мармара. Храм Саввы Освященного»	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие	100 руб/чел, но не менее 1200 с гр.
«Святые источники и обители в	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие	100 руб/чел, но не менее

Название тура	Продолжительность	Транспорт	Контингент	Религия	Стоимость за 1 чел./руб.
окрестностях Севастополя»					1200 руб с группы
«К святителю Луке»	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие	120 руб/чел, но не менее 1500 руб с группы
«Свято-Успенский пещерный монастырь»	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие	100 руб/чел, но не менее 1200 руб с группы
«Святое место Качи-Кальон»	1 день	Автобус	Взрослые, дети	Православие	100 руб/чел, но не менее 1200 руб с группы

Как видно из табл. 1, среди популярных паломнических туров по Крымскому полуострову присутствуют как достаточно продолжительные (8–12 дней), так и однодневные туры. Наибольшей популярностью, как это следует из рис. 1, пользуются программы, длительность которых составляет 10 дней (9 ночей).

Основным средством передвижения, как видно из табл. 1, во всех случаях выступает автобус, что несколько снижает вариативность паломнического туризма в Крыму и объясняется, прежде всего, расположением объектов паломничества. Также, подавляющее большинство предлагаемых религиозных туров не предполагают трансфер до полуострова, а включают в себя только передвижение непосредственно по Крыму.

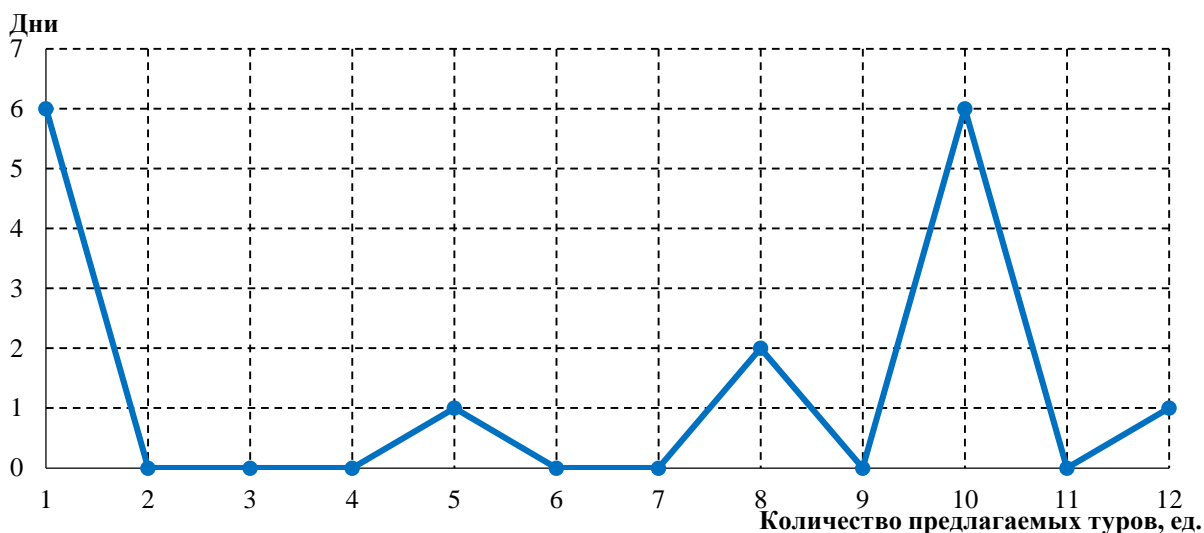


Рисунок 1 – Продолжительность наиболее популярных паломнических туров по Крымскому полуострову, 2018г.

Из табл. 1 также следует, что популярные религиозные туры Крыма в 2018 – 2019 гг. полностью ориентированы на объекты православия, и лишь один из них посвящен осмотру мест ислама, и еще один является комбинированным: тур «Малый Иерусалим», в рамках которого предполагается посещение святых мест православия, ислама и караимизма. В то же время, как упоминалось выше, на территории Крыма существует большое количество мест паломничества и других религий. Их низкая популярность у клиентов туристических фирм объясняется неполнотой предлагаемых программ, отсутствием рекламы, а также малым количеством информации по подобным объектам

Выводы. Религиозный туризм как паломнического, так и познавательного характера — быстро развивающаяся отрасль с позитивными тенденциями развития. В России перспективность религиозного туризма именно в его паломнической форме обусловлена следующими факторами:

- наличие давней традиции паломничества в святые места за пределами страны и существование наработанных веками канонов повествования о такого рода поездках;

– богатый организационный опыт предшествующих поколений, в частности опыт работы Императорского православного палестинского общества (ИППО);

– насыщенность самой России памятниками православия, что позволяет развивать не только выездной, но и внутренний паломнический туризм.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аблякимов А. Д. Географические аспекты изучения религиозного туризма в Крыму [Электронный ресурс] / А. Д. Аблякимов. — Режим доступа : <https://infourok.ru/geograficheskie-aspekti-izucheniya-religioznogo-turizma-v-krimu-2485098.html>.

2. Алексей II, Патриарх Московский и всея Руси. Приветствие участникам Четвертой общецерковной конференции «Православное паломничество: традиции и современность» // Православный паломник. — 2008. — № 1 (38). — С. 2–4.

3. Аманжолова М. Б. Сборник текстов и упражнений по профессиональному русскому языку для студентов специальности «Туризм»: учебно-методическое пособие / М. Б. Аманжолова, М. К. Тленбекова. — Павлодар : Кереку, 2008. — 54 с.

4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2012. — 252 с.

5. Чеглазова М. Е. Этнографическая составляющая туристской сферы Крыма / М. Е. Чеглазова, А. Д. Бажанова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: сборник материалов I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26–27 апреля 2018 г. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2018. — С. 217–221.

**СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

УДК 338.48

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО
ТУРИЗМА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT
OF CULTURAL-COGNITIVE TOURISM IN KALININGRAD
REGION IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Карась А. В., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. V. Karas, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В тезисах рассматриваются проблемы развития культурно-познавательного туризма в Калининградской области. На основании изученных факторов, замедляющих развитие культурно-познавательного туризма, сформулированы основные рекомендации по развитию этого вида туризма в данном регионе.

Annotation

The theses consider the problems of cultural and educational tourism development in the Kaliningrad region. On the basis of the studied factors that slow down the development of cultural and educational tourism, to form the main recommendations for the development of this type of tourism in the region.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, Калининградская область, проблемы развития.

Keywords: cultural and educational tourism, Kaliningrad region, development problems.

Введение. Культурно-познавательный туризм является разновидностью путешествия, который приобщает к культуре, знакомит с историей и искусством посещаемого места. Этот вид туризма является одним из самых востребованных. Калининградская область — самая маленькая административная единица Российской Федерации. Малоразвитая туристская инфраструктура, а также удаленность от материка создают проблемы в развитии культурно-познавательного туризма.

Цель исследования. Изучить проблемы развития культурно-познавательного туризма в Калининградской области на современном этапе.

Результаты исследования. Под культурно-познавательным туризмом понимаются различные виды путешествий, отвечающие потребности духовного освоения и духовного присвоения культуры мира через его посещение, непосредственное постижение и переживание в различных местах и протекающие в форме организованного отдыха и экскурсионной деятельности.

Калининградская область является самой западной на территории России. В области насчитывается около 1748 памятников культуры, истории, а также архитектуры. Однако зона является по-прежнему среднеосвоенной в туристическом плане. Основные потоки туристов формируются в Москве и Санкт-Петербурге, а также в Литве и Белоруссии [2, с. 38].

Калининградская область — достаточно перспективный регион с уникальной историей. Регион очень привлекателен для туристов за счет морского климата, хвойных лесов, бальнеологических курортов и оздоровительных центров, немецкой архитектуры, нестандартной кухни, а также отсутствия языкового барьера. Именно в этом регионе плотность исторических достопримечательностей самая высокая по России [3].

Одной из причин, создающих трудности развития культурно-познавательного туризма является так называемое удаленное полуэкславное положение. Территория Калининградской области полностью окруженная территорией другого государства. А вхождение Литвы и Польши в Евро союз в 2004 году привело к трудностям пересечения границ на территорию остальной России [4].

В результате исследования можно выделить основные проблемы, негативно сказывающиеся на развитии данного вида туризма в Калининградской области:

- удаленность от материка и трудности въезда;
- обостренные внешнеполитические связи со странами Европы;
- высокая конкуренция с другими регионами Российской Федерации;
- скудный спектр предлагаемых экскурсионных маршрутов и туристских услуг;
- слабо развитая туристическая инфраструктура;
- требующие реставрации многие исторические, культурные и архитектурные памятники;
- недостаточное продвижение и популяризация Калининградской области.

С целью развития туризма необходимо активизировать деятельность по этим направлениям. Необходимо создавать новые турпродукты по направлению «культурно-познавательный туризм», искусственные аттракции. Организовать рекламное продвижение Калининграда, как родину известного философа И. Канта. Большинство из этих проблем решит должное финансирование сторонних инвесторов, заинтересованных в развитии туризма в данном регионе.

Уникальное географическое расположение и тесное соседство со странами Европы перспективно не только для направлений экономики, но и для туризма, а также само правительство сходятся во мнении, что именно

туризм может стать для Калининграда отправной точкой экономического развития [1, с. 223].

Калининградская область уникальна своей историей, привлекательна своими памятниками архитектуры, культуры и истории, интересна своим расположением и близостью к странам Европы, она остается привлекательной не только для жителей России, но и для иностранцев.

Выводы. Проанализировав основные проблемы развития культурно-познавательного туризма в Калининградской области и ее потенциал, можно подвести итог, что стремительное развитие данного вида туризма возможно при инвестировании средств в развитие города, а также урегулирование внешнеполитических связей с соседними странами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Актуальные проблемы физической культуры, спорта, туризма и рекреации: материалы V Всероссийской с международным участием научно-практической конференции студентов и аспирантов, г. Томск, 20 апреля 2017 г. / под ред. канд. биол. наук А. В. Кабачковой. — Томск : STT, 2017. — 340 с.

2. Вострова А. П. Туризм: теоретические основы и управление процессами / А. П. Вострова, М. М. Киреева. — Иваново: Scientificmagazine Kontsep, 2018. — 278 с.

3. <https://cvet-progulki.ru/pochemu-kaliningrad/>

4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Калининград>

УДК 338.48

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**FEATURES OF DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM
IN THE RUSSIAN FEDERATION AT THE PRESENT STAGE**

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Коваленко В. С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. S. Kovalenko, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Статья посвящена краткому анализу особенностей развития бизнес-туризма в Российской Федерации на современном этапе развития.

Annotation

The article is devoted to a brief analysis of the features of business tourism development in the Russian Federation at the present stage of development.

Ключевые слова: туризм, бизнес-туризм, WTO, инсентив туризм, современность, особенности развития.

Keywords: tourism, business tourism, Russian Federation, modernity, features of development.

Введение. Бизнес-туризм, как вид туризма, закрепил за собой позиции ведущего в развитии и наиболее динамичного в мировой практике. Свою популярность бизнес-путешествия получили в 90 гг. XX века. Согласно статистическим данным, ежедневные расходы населения, совершающего

деловые поездки, в 3 раза превышают траты туристов, предпочитающих культурный туризм [2, с. 34]. Исходя из оценки Всемирной Туристской Организации доля, приходящаяся на бизнес-туризм в мире составляет 20 % [1, с. 115]. В Российской Федерации деловой туризм начинает набирать обороты.

Цель исследования. Рассмотреть особенности развития бизнес-туризма в России.

Результаты исследования. Согласно определению, «бизнес-туризм» (иначе «деловой туризм») — понятие достаточно новое и включает в себя не только поездки по работе, но и обмен накопленной информацией, профессиональным опытом, технологиями, создание новых партнерских связей, изучение передовых методик, проведение пиар-акций. Деловой туризм бывает внешним и внутренним. Развитие бизнес-путешествий отражает уровень экономического развития страны [5, с. 32].

На Западе деловой туризм достаточно популярен, и превратился в одно из самых высокодоходных отраслей, в России же он только начал получать должное развитие.

Составить точную статистику деловых выездов за границу российских граждан не представляется возможным, так как большинство выезжает по туристической визе, а не по деловой. Также дела обстоят и с командировочными поездками российских работников внутри страны. Однако на основе имеющихся данных можно утверждать, что все больше и больше российских специалистов вовлечены в данный вид туризма.

Хорошим знаком является то, что во многих отелях создаются или достраиваются большие конференц-залы, организовываются места для приема больших групп. Рынок делового туризма России в основном сосредоточен в Москве и Санкт-Петербурге, а значит — специализированные турфирмы и клиенты тоже находятся там [6].

Неплохое развитие на территории России получил инсентив-туризм (поощрение для сотрудников) из-за подорожания туров за рубеж. Исходя из целей, существуют не только поощрительные и мотивационные инсентив-программы, но и направленные на создание команды. Благодаря этой разновидности делового туризма, выезды на Волгу, в Крым, Санкт-Петербург, в пансионаты за чертой Москвы и путешествия по Золотому кольцу стали очень популярны [4].

Хотелось бы отметить, что в Крыму, активно развивается деловой туризм, проводятся туристские форумы. В этом году, в начале апреля был проведён VIII Международный туристский форум "Открытый Крым", в котором ключевыми темами стали: ценообразование, логистика, конкурентные возможности и точки роста крымской туристской отрасли. Форум показал открытость власти в решении вопросов бизнеса, стратегическом планировании и консолидации усилий в развитии Крыма. В рамках форума были заключены договоры о туристическом сотрудничестве с иностранными коллегами.

Уникальная природа Крыма и Краснодарского края позволяет бизнес-работникам не только плодотворно поработать, но и отдохнуть, что, несомненно, приводит к повышению работоспособности и эффективности труда, а также послужит дальнейшей мотивацией.

Мировая практика показывает, что именно экономические кризисы и накаленная политическая обстановка значительно увеличивают количество деловых поездок, так как конфликты и проблемы требуют решения, а значит и деловых встреч [3, с. 55].

Дальнейшее развитие делового туризма в России улучшит экономическое развитие страны, поспособствует ее интеграции в мировой рынок. Независимость бизнес-поездок от сезонности станет большим плюсом для России, где достаточно разнообразные климатические условия.

Огромным преимуществом делового туризма является его меньшее влияние на загрязнение окружающей среды.

К особенностям развития можно отнести не только уникальный и разнообразный климат России, но и культурные обычаи и традиции, отличающиеся в каждом регионе. Новейшие технологии, которые постепенно появляются в России, повышенное внимание к комфорту, обеспечение безопасности и разумные цены — вот то, что при должном развитии на территории нашего государства поднимет деловой туризм на высокий уровень.

Выводы. Можно подвести итог, что бизнес-туризм быстро развивающийся и достаточно прибыльный сегмент экономики, а внимание к этому виду туризма значительно улучшит состояние экономики в России, станет мотивацией в развитии инфраструктуры, повысит квалификацию персонала, приведет к упрощению визового режима. Для дальнейшего развития Россия имеет достаточно предпосылок, однако это не исключает необходимости опираться на опыт развитых стран в организации и стратегии развития данного вида туризма. Бизнес-туризм — это перспективная высокодоходная возможность для туристического рынка на территории России. В целом, прогнозы на развитие делового туризма в Российской Федерации утешительные, ведь рынок туризма находится на стадии становления и имеет потенциал.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вострова А. П. Туризм: теоретические основы и управление процессами / А. П. Вострова, М. М. Киреева. — Иваново : Scientific magazine Kontsep, 2018. — 278 с.
2. Дурович А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — СПб. : Питер, 2012. — 320 с.

3. Побирченко В. В. Тенденции развития международного туризма / В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева // Инновационная наука. — 2016. — № 10-1. — 103 с.

4. Алгафри М. А. Деловой туризм в России [Электронный ресурс] / М. А. Алгафри, М. А. Мохаммад. — Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/114/30198/> (дата обращения : 05.04.2019).

5. Прохоров С. Туры для бизнеса [Электронный ресурс] / С. Прохоров. — 2009. — № 11. — Режим доступа : <http://b-mag.ru/> (дата обращения : 01.04.2019).

6. Серёгина В. В. Развитие делового туризма в России [Электронный ресурс] / В. В. Серёгина. — Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/seregina.htm (дата обращения : 05.04.2019).

УДК 338.48

ДРЕВНИЙ БУЛГАР КАК ЦЕНТР СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН¹

THE ANCIENT BULGARS AS A CENTER OF EVENT TOURISM OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Булатова Г. Н., к. г. н., доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

Биктимиров Н. М., к. г. н., доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

Мустафин М. Р., к. г. н., доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и Республики Татарстан, проект «Сегментирование туристского рынка Республики Татарстан по психографическим критериям для совершенствования управления региональным туризмом» №18-410-160015.

G. N. Bulatova,

Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

N. M. Biktimirov,

Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

M. R. Mustafin,

Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

В работе рассматриваются проблемы событийного туризма. Показана их роль в развитии регионального туризма, в создании и продвижении имиджа региона. Дается описание одного из событийных мероприятий, проходящих на территории Древнего города Булгар.

Annotation

The paper deals with the problems of event tourism. Their role in the development of regional tourism, in creating and promoting the image of the region is shown. A description of one of the events taking place on the territory of the Ancient city of Bulgar is given.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, Древний Булгар, фестиваль средневекового боя, гастрономический фестиваль.

Keywords tourism, event tourism, Ancient Bulgar, festival of medieval battle, gastronomic festival.

Введение. Событийный туризм является одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений в индустрии мирового туризма. Его доля ежегодно увеличивается. «Современный турист» все больше интересуется не только традиционными достопримечательностями, но и событиями, которыми живет та или иная территория, стилем и укладом жизни. Событийный туризм — это череда событий и мероприятий культурно-исторической, спортивной, этнографической, выставочной направленности, которые могут сочетать в себе как традиционные мероприятия, шоу, так и познавательные этнографические интерактивы [1; 2].

С исторической точки зрения событийный туризм еще достаточно молод, что позволяет выделять еще незанятые ниши как в индустрии

туризма, так и в отдельно взятых регионах. Это способствует формированию местной инфраструктуры, созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов местного населения и бюджета [3].

Основным толчком развития событийного туризма в Татарстане послужило проведение Универсиады-2013. После проведения этого масштабного мероприятия, Казань стала одним из городов, которые приобрели новый имидж. Теперь в Казани ежегодно проводятся различными знаковые мероприятия — чемпионат мира по водным видам спорта, Кубок Конфедераций, Чемпионат мира по футболу и другие [4].

Многие туристы, выбирающие данный вид туризма, выбирают крупные событийные зрелищные мероприятия [5]. В настоящее время в республике ежегодно проводятся разнообразные событийные мероприятия (национальные праздники, исторические реконструкции, демонстрация этнических традиций народов Республики Татарстан, мероприятия, посвященные знаковым событиям и датам), а спортивные и конкурсные мероприятия мирового масштаба ежегодно привлекают тысячи туристов не только со всей России, но и из-за рубежа [6; 7]. В ежегодный календарь событийных мероприятий РТ включает самые разнообразные мероприятия и события, которые могут вызвать интерес у туристов и позволяют повысить туристскую привлекательность региона. Такой календарь позволяет эффективно и адекватно оценить ожидаемый турпоток [4].

Цель исследования. Оценка современного состояния и определение перспектив развития событийного туризма в Республике Татарстан (на примере Древнего Булгара).

Результаты исследования. Одним из крупных культурно-исторических центров в Республике Татарстан является Древний Булгар. Здесь сочетаются разнообразные направления туризма — религиозный, паломнический, историко-познавательный, событийный и др. Булгар расположен в юго-западной части республики в 140 км к югу от Казани.

Болгарский историко-архитектурный комплекс является объектом Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Он является самым северным в мире памятником средневекового мусульманского зодчества, уникальным и единственным образцом болгаро-татарской архитектуры середины XIII–XIV вв., не имеет аналогов в мире как ценный исторический памятник, свидетельствующий об исчезнувших государствах (Волжская Болгария, Золотая Орда), исчезнувшей культуре, жизненном укладе, оказавший значительное влияние на развитие региона.

На его территории ежегодно проводятся разнообразные исторические фестивали и праздники.

Международный фестиваль средневекового боя «Великий Болгар» включает в себя обязательную турнирную составляющую в виде 8 форматов боев (как пеших, так и конных). Помимо этого, на фестивале бывают представлены разнообразные фестивальные зоны (ярмарка древних ремесел, средневековый детский мир, площадка боевых машин и лучно-арбалетная площадка, исторический лагерь Волжской Булгарии, площадка средневековой музыки и танцев).

В течение нескольких дней на территории музея-заповедника царит атмосфера жизни и быта XIV–XV вв. К наиболее зрелищным мероприятиям следует отнести исторический средневековый бой, битва дворов (пешее сражение между свитами двух высокопоставленных особ), поединки среди женских команд (битва троек), Бугурт — массовое сражение пеших бойцов, конный турнир.

Украшением праздника являются различные мастер-классы. Главное сокровище здесь сами мастера, в чьих руках прямо на фестивале рождаются уникальные вещи, также участники ярмарки готовы поделиться знаниями с гостями фестиваля: оружейная и гончарная мастерские, кузница и традиционная кухня, мастер-классы набойке по ткани, тиснению по коже, ткачеству, изготовлению веревок, луков и стрел, ювелирных и валяных

изделий, создание средневековых бусин в пламени горелки, чеканка болгарских монет и др.

Для детей создается площадка — средневековый детский мир, на которой «Великий Болгар» предстанет в миниатюре. Здесь проводятся мастер-классы, которые будут интересны и малышам, и подросткам. Можно почувствовать себя настоящим археологом, правильно извлекая древности из слоя почвы, сплести волшебную обережную куклу, с удовольствием лепить из глины, изучать арабскую вязь или чеканить настоящие средневековые монеты. На любительском ристалище разгорятся нешуточные бои. Ведь с каждым годом современный мечевой бой, на мягком оружии (тямбарах) набирает все большую популярность.

На площадке средневековой музыки и танцев вас встретят прекрасные дамы и научат старинным танцам, лицедеи продекламируют отрывки из произведений прошлого. А музыканты поразят вас всеми гранями средневековой музыки от аутентичных инструментов до исторических мелодий в современной обработке.

Также на территории города проходит приуроченный к официальному открытию туристического сезона новый гастрономический фестиваль «Чак-Чай», который объединяет две традиции: традиционное медовое угощение чак-чак и особый травяной болгарский чай. Конечно же, во главе стола — чак-чак, самовар и другие сладкие блюда традиционной кухни. Зрителей также ожидают традиционные мастер-классы, музыкальные и танцевальные интерактивы, детская площадка.

Выводы. Таким образом, событийный туризм является новым и перспективным и уникальным направлением. События встраиваются в существующий социально-культурный ландшафт и являются катализаторами процесса интеграции, популяризации ценностей, важным инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов. Развитие событийного туризма можно

рассматривать как действенный механизм в создании и продвижении положительного имиджа регионов.

Знаковые международные событийные мероприятия, которые привлекают огромное количество туристов со всего мира, позволяют значительно повысить узнаваемость региона и его туристскую привлекательность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Булганина С. В. Событийный туризм: история и перспективы развития / С. В. Булганина, Н. В. Лопаткина // Наукоедение: интернет-журн. — 2015. — № 3.

2. Зиновьева А. А. Событийный туризм в контексте повышения туристской привлекательности Республики Татарстан / А. А. Зиновьева // Событийный туризм как главный фактор развития территории : сб. тр. VIII междунар. науч.-практ. конф. «ТУР-ФАКТОР-2018». — Казань : Рокета Союз, 2018. — С. 36–40.

3. Осипова Х. А. Событийный туризм как важнейший фактор развития туристского центра / Х. А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 137 с.

4. Влияние событийных мероприятий на повышение туристской привлекательности территории / В. А. Рубцов, А. А. Зиновьева, Е. Е. Михеева, В. П. Сидоров // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. — 2018. — Т. 28, Вып. 4. — С. 466–472.

5. Леонидова Е. Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка / Е. Г. Леонидова. — М. : Эксмо, 2015. — 326 с.

6. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. — Режим доступ : <http://tourism.tatarstan.ru/rus/> (дата обращения : 10.09.2018).

7. Рубцов В. А. Роль событийного туризма в повышении туристической привлекательности территории (на примере г. Лаишево и

Лаишевского муниципального района Республики Татарстан) / В. А. Рубцов, М. Р. Мустафин, Н. М. Биктимиров // Событийный туризм как главный фактор развития территории : сб. тр. VIII междунар. науч.-практ. конф. «ТУР-ФАКТОР 2018». — Казань : Рокета Союз, 2018. — С. 78–82.

УДК 338.48

**ТУРИЗМ В СОЧИ: ОПЫТ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И
ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ**

**TOURISM IN SOCHI: EXPERIENCE, CURRENT STATUS
AND PROSPECTS ASSESSMENT OF**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Самойлова Е. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. A. Samoilova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы развития туризма в г. Сочи. Проанализировано современное состояние туризма в Сочи. Даны рекомендации по развитию современного состояния Сочи — как туристской дестинации.

Annotation

The article deals with the problems of tourism development in Sochi. The current state of tourism in Sochi is analyzed. Recommendations for the development of the modern state of Sochi as a tourist destination are given.

Ключевые слова: туризм, современное состояние, оценка перспектив, развитие.

Keywords: tourism, current state, assessment of prospects, development.

Введение. Сегодня Сочи является приморским, бальнеологическим, предгорным курортом с климатом влажных субтропиков и уникальной растительностью. В Сочи происходит развитие городского развлекательного (в основном), оздоровительного, делового, событийного и горнолыжного туризма.

Цель исследования — изучить состояние туризма в г. Сочи, и оценить перспективы развития данной территории — как туристского центра.

Результаты исследования. В 2018 году в городе побывало 3,8 млн человек, большинство из которых были: по половозрастным критериям — мужчины среднего возраста; по профессиональным стандартам — госслужащие и предприниматели; по уровням доходов — люди со средним доходом [2]. Основные конкурентные преимущества Сочи [1]:

- многопрофильность, предоставление широкого выбора места размещения (269 вариантов коллективного размещения, разнообразие предложений средств индивидуального размещения);

- ориентированность на внутренний и внешний туризм;

- высокий инвестиционный потенциал — в рейтинге инвестиционной привлекательности Краснодарский край входит в группу IC3 (высокий уровень);

- имидж Сочи как элитарного российского курорта.

Наиболее слабые места:

- высокая сезонность туристического спроса;

- высокая стоимость отдыха в сочетании с невысоким качеством обслуживания — одна из причин проигрыша таким направлениям, как Турция, Египет и другие страны Средиземноморья;

- существующий дефицит гостиничных мест;

- несоответствие предложения спросу на рынке делового туризма.

Многие из слабых мест курорта являются отголосками кризиса.

Направления развития туризма в Сочи тесно связывают с постолимпийским развитием Сочи и использованием наследия Олимпийских игр. Многие спортивные сооружения для Олимпиады используются круглый год в будущих тренировочных комплексах, а также культурно-развлекательный и бизнес-центр, который призван привлечь больше туристов (в том числе деловых) и выйти из сезонности курорта. Строительство 40 новых отелей высшей категории, 14 из которых было проведено для подготовки к Олимпиаде, поможет решить проблему нехватки гостиничного жилья, но все же есть необходимость умерить размер отеля. Звучат предложения о превращении Сочи в игровую зону, создании наукограда, развитии города в Центре детского спорта. При этом он подчеркнул, что Министерство регионального развития России не собирается включать Сочи в программу "Развитие внутреннего туризма", поскольку, по словам главы государства, Олимпийская столица уже получила достаточно денег [3].

Вместе с тем, иностранные туристы (в том числе англичане и немцы) пока что не находят Сочи привлекательным. Немалую роль здесь играет освещение курорта в зарубежных СМИ. На данный момент иностранцы воспринимают Сочи исключительно в качестве города-организатора Зимних Олимпийских игр.

Выводы. Решение проблем Сочи-курорта должно быть комплексным. Необходимо повысить качество номерного фонда, добиться обслуживания по низким тарифам, разработать соответствующие маркетинговые инструменты для привлечения как российских, так и иностранных туристов. Ожидается, что в новом сезоне 2019 года поток туристов в Сочи увеличится на 30 % [4]. Тенденция роста должна быть усилена для решения существующих на тот момент проблем за счет концентрации на накопленном опыте и использования конкурентных преимуществ, которые Сочи удалось получить в отношении Олимпийских игр.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Говоров Б. В. Развитие индустрии туризма в условиях кризиса / Б. В. Говоров // Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», 8–10 июня 2010 г. — Петрозаводск : КарНЦ РАН. — 2010. — С. 57–61.

2. Обзор «Курорты России: основные тенденции и перспективы развития. Сочи» Департамента консалтинга, аналитики и исследований компании Blackwood. — 2018. — Режим доступа : http://megaresearch.ru/files/demo_file/4160.pdf.

3. Аналитическая статья «Почему инвесторы не спешат в Сочи?» на сайте ежедневной электронной газеты Российского союза индустрии. — Режим доступа : <http://www.accordmg.ru/novosti/pochemu-investory-ne-speshat-v-sochi.html>.

4. Аналитическая статья «Олимпиада оставила Сочи без туристов» на сайте «БлогСочи.ру». — Режим доступа : <http://www.blogsochi.ru/content/olimpiada-ostavila-sochi-bez-turistov>.

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ВЕЛОТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

THE DEVELOPMENT OF CYCLING IN THE KRASNODAR REGION AT THE PRESENT STAGE

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Стукальский А. А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Е. Е. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Stukalsky, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы развития велотуризма в Краснодарском крае. Проанализированы проблемы и наличие ресурсов по данному виду туризма. Определены перспективы развития велотуризма Краснодарского края и его влияние на социальную сферу данного региона.

Annotation

The article deals with the problem of Cycling tourism in the Krasnodar region. Analyzed the problems and the availability of resources for this type of tourism. Identified prospects for the development of Cycling tourism in the Krasnodar region and its impact on the social sphere of the region.

Ключевые слова: велотуризм, Краснодарский край, велоспорт, велопрогулки.

Keywords: cycling, Krasnodar region, sport, bicycle rides.

Введение. Краснодарский край значимый, достаточно развитый и перспективный регион в Российской Федерации. Уникальная природа и климат способствуют развитию практически всех видов туризма, в том числе и велотуризма. Велотуризм — это активный отдых, который заключается в преодолении на велосипеде пути, содержащий общетуристические и отличительные объекты экскурсионного характера [2]. Преимущество этого вида туризма в том, что он доступен в финансовом и возрастном плане абсолютно каждому. Такие прогулки положительно отражаются на здоровье, развивают выносливость, способствуют сбросу лишнего веса. Благодаря длинным маршрутам и высокой скорости передвижения, велосипедный туризм занимает лидирующие позиции среди других видов активного отдыха [1, с. 18].

Цель исследования. Рассмотреть перспективы развития велотуризма в Краснодарском крае.

Результаты исследования. Популярность велотуризм получил не только благодаря положительному влиянию на здоровье и экономичность, но и за экологичность и маневренность велосипеда, в отличие от автомобиля.

Благодаря живописной природе Краснодарского края и теплему климату доступно большое количество маршрутов: Анапа (Супсех, Сукко, Утриш), Геленджик, Лаго-Наки-Мезмай, Тамань-Веселовка, Домбай-Архыз и многое другое. Такие велотуры подразумевают маршруты вдоль побережья и рек, через крутые горные дороги, леса, заповедные зоны, различные спуски, долины, пригорки [5].

Можно выделить самые популярные и безопасные места для катания — это Красная поляна и Геленджик. Красная Поляна — прекрасное место для обучения новичков, трассы позволяют отработать торможение, входы в поворот, плавные спуски. Геленджик славится природными трассами, их примерно девять, и они отличительны по уровням сложности. Маркотхский хребет в Геленджике — излюбленное место для поклонников фрирайда (свободная езда). Ну а для людей, профессионально занимающихся велоспортом, интересным и перспективным будет участие в чемпионатах по скоростному спуску, проходящих в городе Новороссийске [4].

Можно подобрать трассу как для новичков, (например, вдоль набережной) так и для профессионалов (экстремальные). Такое обилие маршрутов способствовало открытию многих прокатных центров, где можно подобрать велосипед с учетом индивидуальных возможностей и потребностей, а также всю необходимую экипировку. Инструкторы рекомендуют не пренебрегать защитой даже если это опытный велотурист: шлем на голову, щитки на руки и ноги и перчатки обязательны [3].

Если турист впервые на велопрогулке, для поиска инструктора достаточно посетить специальные форумы и сайты.

Обратившись за услугами в туристическую компанию, не придется заниматься организацией путешествия, там предложат оптимальный велотур. Также к услугам туристов всегда доступен трансфер в места сбора и к точкам отъезда обратно, что является достаточно удобно. Самостоятельное планирование маршрута требует отличного знания местности и большей ответственности, это не всегда безопасно.

Данный вид туризма с каждым годом привлекает большое количество туристов, что оказывает хоть и незначительное, но положительное влияние на экономическую и социальную сферу региона.

Выводы. Популярность этого вида туризма обусловлена его положительным влиянием на психическое и физическое здоровье человека, а также благодаря ощущению свободы, близости к природе, экологичности и доступности. На территории России наибольшее развитие велотуризм получил в Краснодарском крае, где для комфорта и с учетом пожеланий туристов продуманы всевозможные маршруты, созданы трассы, пункты проката велосипедов и экипировки, а также работают квалифицированные инструкторы и проводятся чемпионаты. В связи с активной пропагандой здорового образа жизни, данный вид туризма активно развивается, и является достаточно перспективным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Тронбицкий Г. Ф. Велотуризм (велошариат) / Г. Ф. Тронбицкий. — Рига, 1983. — 48 с.
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Велосипедный_туризм.
3. <http://www.platan-yug.ru/blog/veloturizm-v-krasnodarskom-krae/>.
4. <https://otdih.nakubani.ru/veloturizm-rasskazyi-byivalyih/velosipednyie-tropyi/>.
5. <http://www.tssr.ru/main/news/367/>.

УДК 338.48

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО
ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АДЫГЕЯ**

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF CULTURAL-COGNITIVE
TOURISM IN THE REPUBLIC OF ADYGEA**

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Трусова Т. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

T. A. Trusova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы развития культурно-познавательного туризма в Республике Адыгея. Рассмотрены направления и состояние культурно-познавательного туризма на территории, его рекреационные возможности и дальнейшие развитие. Проанализирован процесс развития культурно-познавательного туризма в Республике Адыгея. Предложены перспективы эффективного развития культурно-познавательного туризма с целью увеличения туристского потока.

Annotation

The article deals with the problems of cultural and educational tourism development in the Republic of Adygea. The directions and the state of cultural and educational tourism in the territory, its recreational opportunities and further development are considered. The process of cultural and educational tourism development in the Republic of Adygea is analyzed. The prospects of effective development of cultural and educational tourism in order to increase the tourist flow are proposed.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, виды, Республика Адыгея, перспективное развитие, инфраструктура.

Keywords: cultural and educational tourism, species, Republic of Adygea, promising development, infrastructure.

Введение. В экономике различных стран, а также регионов в частности, данный вид туризма несёт за собой важное значение так как в Мире постоянно растет спрос на различные виды культурно-познавательного туризма. Республика Адыгея является тем самым регионом, где имеются благоприятные условия для его развития. Всё же стоит взять во внимание тот факт, что Адыгея не смотря на свои возможности и обширный выбор ресурсов, использует их не в полной мере. Следует учесть, что при надлежащих инвестициях культурно-познавательные виды туризма могут частично решить проблему сезонности функционирования рекреационного комплекса Республики Адыгея.

Цель исследования. Выявить и выделить основные проблемы развития культурно-познавательного туризма в Республике Адыгея.

Результаты исследования. Республика Адыгея имеет богатые ресурсы, способные увеличить интерес туристов и тем самым развитие туризма в целом. Они определяются наличием исторических, культурных, эстетических, природных ценностей.

В предгорной и горной части Республики преобладает множество природных памятников и уникальных природных территорий. В Адыгее находится значительная часть Кавказского государственного биосферного природного заповедника (98 тыс. га из 263,5 тыс. га).

Республика стала пятой территорией России наряду с золотыми горами Алтая, вулканами и гейзерами Камчатки, лесами республики Коми и озером Байкал, которая включена в список Всемирного природного наследия.

Сочетание неповторимых ландшафтов, климата, минеральных источников, флоры и фауны, экзотических природных зон, заповедников – благоприятно влияют на туризм и вместе с этим, все это создает уникальные условия для активного отдыха и лечения. В Адыгее присутствует неплохая санаторно-курортная база, есть хорошие условия для развития туризма.

Лагонакское нагорье достаточно долгое время (более четверти века) привлекает горнолыжников и туристов многих городов. Снежный покров здесь сохраняется до июня. лыжные и санные трассы, трамплины, катки — занимают особое место на левобережье реки Курджипис, что дает возможность создать здесь многочисленные развлекательные зоны. Верховья реки Белой давно привлекают любителей водных путешествий. Туристы-водники начали осваивать эту стремительную реку в 70-е годы. Река привлекает и поклонников сплава высшей категории сложности, и начинающих.

На территории развит спелеотуризм — местные горы привлекают и дельтопланеристов. В 1991 году в республике состоялся первый чемпионат Российской Федерации по дельтопланерному спорту.

К наиболее посещаемым туристами природным памятникам и природным территориям относятся — Хаджохская теснина, водопады ручья Руфабго, Большая Азишская пещера, Фишт-Оштеновский горный массив, природный парк Большой Тхач и др. Здесь проходит большинство троп, которыми пользуются туристы: любители конного, вело-, пешеходного туризма, туристы-спелеологи, изучающие пещеры различного типа, имеющиеся здесь в изобилии.

На территории развивается порядка 20 турфирм различных организационно-правовых форм с различным характером деятельности: от экскурсионного обслуживания до выездного туризма.

Достаточно много внимания уделяют таким немаловажным вопросам как: становления и дальнейшего развития туристической отрасли, непосредственно занимаются Президент и Кабинет Министров Республики Адыгея. В республике принят и действует закон Республики Адыгея «О туризме», который является основным документом в этой сфере и обеспечивает регулирование отношений в области организации и развития туризма в Адыгее. Кабинет Министров Республики Адыгея принял

постановление «О нормировании рекреационных нагрузок на особо охраняемые и уникальные природные территории Республики Адыгея» для дальнейшего использования их в целях туризма.

Как и многие регионы, Республика Адыгея богата своим историческим прошлым, по этой причине здесь сосредоточено множество различных культурных и исторических памятников, что делает данный регион интересным для культурно-познавательного туризма. Здесь располагается знаменитая картинная галерея, музей в Майкопе, водопады и пещеры с интересной историей, а также Адыгея интересна и для паломнического туризма, например, Свято-Михайло-Афонский монастырь, на месте которого располагается множество соборов, церквей и монастырей, а также имеется свое хозяйство и пещеры, которые так влекут внимание туриста.

Несмотря на свои природные и культурные богатства, туристская инфраструктура развита на среднем уровне. Наиболее развиты предприятия для проживания, но они не предлагают для клиента весь спектр услуг, менее развиты предприятия для питания. Следует отметить, что здесь плохо развита транспортная инфраструктура, на этой указывает отсутствие аэропорта и большая плотность дорог, особенно в равнинной части Республики.

Однако существует ряд проблем в развитии культурно-познавательного туризма на территории Республики Адыгея. К таким проблемам относятся:

1. Отсутствие развитой инфраструктуры для данного вида туризма;
2. Недостаточно совершенная логистика;
3. Удаленность регионов культурно-познавательного туризма от основных туристских потоков;
4. Недостаточный уровень маркетинга.

Для решения этих проблем предлагается: разработать программы по развитию культурно-познавательного туризма на территории Республики

Адыгея, тем самым урегулировать процессы, связанные с активными видами спорта. А также проработать возможные маршруты прогулочных трасс, используемых стоянок, мест отдыха, пешеходных маршрутов.

Исходя из проделанной работы, можно осуществить следующие выводы. В Республике Адыгея, культурно-познавательный вид туризма развит на среднем уровне. Главными факторами, которые сдерживают развитие данный вид туризма, можно отметить: значительная удаленность регионов культурно-познавательного туризма от основных туристских потоков; недостаточный уровень информативности туристов; слабое развитие туристской инфраструктуры; финансовая нестабильность сказывающиеся на возможностях населения России участвовать в туристских путешествиях, а также политическая нестабильность которая так же влияет на туризм в целом.

Из положительных факторов можно выделить, что культурно-познавательный туризм требует сравнительно небольших капиталовложений для развития собственной инфраструктуры, а также не является затратным видом отдыха и тем самым способствует развитию молодежного туризма. На мой взгляд, молодежный туризм, способствует зарождению новых туристических направлений, а также усовершенствованию ранее существующих видов туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм : учебное пособие / М. Б. Биржаков. — СПб : Герда, 2014. — 250 с.

2. Бормотов И. В. В край легенд и преданий / И. В. Бормотов. — Майкоп : Республиканское местное издательство, 2014. — 137 с.

3. Бочкарева И. В. Моя Адыгея: Краеведческое пособие / И. В. Бочкарева, Л. Д. Шербашина. — Майкоп, 2014. — 78 с.

4. География Республики Адыгея / А. Ш. Бузаров и др. — Майкоп : Адыг. республ. кн. изд-во, 2015. — 200 с.

5. Дерзиян Г. Г. О состоянии дел в туристском комплексе Республики Адыгея и перспективах его дальнейшего развития / Г. Г. Дерзиян, С. К. Дерзиян // Туризм в горных районах: Матер. Междунар. науч.-практ. конф. / Под ред. В. В. Ковалева и др. — Майкоп, 2018. — 174с.

УДК 338.48

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ЭФФЕКТИВНОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО
КОМПЛЕКСА**

**FORMATION OF EFFECTIVE MANAGEMENT MECHANISM
ENTERPRISES OF SANATORIUM AND RESORT COMPLEX**

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Гаджиев М. М., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

M. M. Hajiyev, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В исследовании обоснована необходимость уточнить понятийный аппарат исследования процессов функционирования, развития и управления предприятиями санаторно-курортной сферы. Определить основные компоненты эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса. Оценить механизм эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса.

Annotation

The study substantiates the need to clarify the conceptual apparatus of the study of the processes of functioning, development and management of enterprises of the sanatorium-resort sphere. Identify the main components of the effective management of the sanatorium-resort enterprises. To evaluate the mechanism of effective management of enterprises of the sanatorium complex.

Ключевые слова: потенциал, механизм, предприятия санаторно-курортной сферы, лечебно-оздоровительные услуги, эффективное управление.

Keywords: potential, mechanism, sanatorium-resort enterprises, medical and health services, effective management.

Введение. Новые глобальные вызовы актуализируют проблематику развития инновационной деятельности в экономике. Мощной движущей силой этого выступает частное предпринимательство. В последние годы в Российской Федерации поставлена цель перехода к инновационной экономике и в этом контексте усиливается поддержка инновационной деятельности всех видов предприятий, включая малые.

Стимулирование инноваций и предпринимательства постепенно смещается на региональный уровень. В связи с этим увеличивается внимание к расширению роли регионов в управлении экономическими процессами, а региональное пространство начинает рассматриваться как основа для обеспечения развития инновационной деятельности, особенно малых предприятий.

Курортно-рекреационная сфера традиционно выступает одной из стратегических сфер в регионе, развитие которой обуславливает устойчивую конкурентную позицию территории, ее высокий имидж и авторитет на национальном и международном рынке.

Цель исследования — изучение методических положений, связанных с формированием, оценкой и реализацией организационно-экономического механизма, эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса.

Результаты исследования. Развитие инновационной деятельности МП становится обязательной предпосылкой превращения его в реальную продуктивную и созидательную силу экономики в отличие от распространения спекулятивного и непродуктивного предпринимательства.

Инновационная функция малого предпринимательства. Малое предпринимательство (малый бизнес) — принятое название совокупности небольших частных предприятий (критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства устанавливаются законодательно). Сущность малого предпринимательства целесообразно понимать на основе таких подходов: нормативно-правовой, экономической, институциональный, структурный, социальный, ресурсный.

Предприятия санаторно-курортного комплекса республики функционируют в условиях противоречивых тенденций, обусловленных процессами интеграции в экономику Российской Федерации. Занимая второе место по вкладу в региональный валовый продукт (10,2 %), профильные предприятия, оказывающие лечебно-оздоровительные услуги, показывают рост по экономическим показателям на основе значительных инвестиций и комплексного подхода к модернизации экономики территории, который замедляется структурными проблемами и недостаточным уровнем технологического развития. Преодоление негативных последствий развития курортно-рекреационной сферы зависит напрямую от качества управления на всех уровнях власти в республике [1].

Трансформация организационно-экономического механизма управления предприятиями санаторно-курортного комплекса должна быть направлена на преодоление сложившейся ситуации за счет современных технологий, методов и форм деятельности, активизации вертикально-горизонтального сотрудничества не только внутри региона, но и с субъектами России. Поэтому формирование эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса, оценка показателей их

деятельности на предмет соответствия стратегическим целям являются основой реализации предлагаемого инновационного сценария развития предприятий санаторно-курортного комплекса Республики Крым. Организационно-экономический механизм является ключевой связью управленческих процессов, направленных на модернизацию профильных предприятий и достижение положительного результата для населения территории республики, поэтому формирование структуры его функционирования на основе сетевого взаимодействия и представляет актуальную научную и практическую задачу [2].

Структура и содержание механизма определяют направления развитие системы управления предприятиями санаторно-курортного комплекса региона. На основе инструментов и технологий, обеспечивающих достижение желаемого состояния объекта управления, предложен концептуальный подход к формированию организационно-экономического механизма эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса, согласно Федеральному Закону № 6-ФКЗ период с момента вхождения республики в состав РФ до 01.01. 2019 г. определен как переходный [3].

Выводы. Эффективное управление предполагает формирование организационно экономического механизма, соответствующего требованиям развития объекта, рационализации текущей деятельности, адаптации к внешней среде, параметры которой определяются уровнем социально-экономического состояния санаторно-курортного комплекса России.

Структура организационно-экономического механизма эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса включает: уровни, инструменты, функциональные элементы и показатели эффективного управления. Каждому уровню управления соответствуют

инструменты, способствующие достижению запланированных значений по группам показателей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Оборин М. С. Особенности развития и оценки механизма управления предприятиями санаторно-курортного комплекса Республики Крым на этапе интеграции в экономику России / М. С. Оборин, О. В. Прохорова // Российское предпринимательство. — 2018. — Том 19. — № 2. — С. 555–576.

2. Тхор Д. А. Вопросы формирования комплексной оценки эффективности деятельности санаторно-курортных учреждений / Д. А. Тхор // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 2009. — № 3.

3. Федеральный конституционный закон от 25.12.2018 N 3-ФКЗ «О внесении изменений в статью 12.1 Федерального конституционного закона «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов — Республики Крым и города федерального значения Севастополя»

УДК 338.48

ПРИНЦИПЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНОГО И ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

PRINCIPLES OF DEVELOPMENT OF MEDICAL AND HEALTH TOURISM IN THE STAVROPOL TERRITORY

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Ганиева В. С., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

V. S. Ganieva, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрено понятие оздоровительного, туризма. Определены переменные для дальнейшего анализа потенциального воздействия медицинского туризма на системы здравоохранения. В работе сформулировано универсальное определение лечебного туризма и туристов.

Annotation

This paper discusses the concept of health, tourism. Variables have been identified to further analyze the potential impact of medical tourism on health systems. The paper formulates a universal definition of medical tourism and tourists.

Ключевые слова: оздоровительный, лечебный туризм, медицинский принципы, климатотерапия.

Keywords: health, medical tourism, medical principles, climatotherapy.

Введение. Оздоровительный, лечебный туризм является растущим явлением, имеющим политические последствия для воздействия медицинского туризма на системы здравоохранения. Эффективное функционирование и развитие курортных территорий недостижимо без активного государственного и регионального регулирования. Воздействие государства на природоохранные, экономические и социальные факторы обеспечивается посредством трансформации механизмов управления на государственном и региональном уровнях, внедрение стратегического планирования, достаточное финансовое, нормативно-правовое, институциональное, научно-методическое обеспечение и т. п. При этом стратегическое планирование туристско-рекреационного комплекса осуществляется на основе стратегии социально-экономического развития Республики Крым, обеспечивающей его целевую направленность на

улучшение качества жизни населения, как основного показателя оценки устойчивого развития.

Для реализации национальной социально-экономической политики, а также региональной стратегии развития туристско-рекреационного комплекса необходимо эффективное использование комплекса организационно-экономических механизмов управления развитием туристско-рекреационного комплекса региона.

Цель исследования. Исследование принципов туризма как системы организации и обслуживания путешественников, осуществляющих свои поездки с целью оздоровления.

Результаты исследования. Важнейшими социально-экономическими функциями туризма являются: оздоровительная, экономическая и внешнеэкономическая, содействия занятости населения, системообразующая.

В соответствии с Приказом Министерства культуры Ставропольского края «Об утверждении стратегии развития туризма в ставропольском крае до 2030 года» одним из главных направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны является создание условий для улучшения качества жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности туристических услуг в России [1].

Лечебно-оздоровительный туризм — самый массовый и популярный вид медицинского туризма в регионе. На многих курортах задействованы wellness-программы (оздоровительные, антистрессовые, косметологические), которые подойдут и абсолютно здоровым людям. Лечебно-оздоровительный туризм остается одним из самых перспективных направлений туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края. По своим природно-лечебным ресурсам регион КМВ не имеют аналога на

Евро-Азиатском континенте. Климат здесь обладает высокими оздоровительными свойствами, которые широко используются в качестве самостоятельного и высокоэффективного метода лечения — климатотерапии [2].

Выводы. Таким образом, Ставропольской край, несмотря на имеющийся богатый туристско-рекреационный потенциал, известность на мировом рынке туристическо-рекреационных услуг, занимая менее 0,5 % от мирового объема услуг. Эффективное государственное и региональное управление развитием туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края подразумевает стимулирование массового спроса на туристско-рекреационные услуги со стороны как отечественного, так и зарубежного потребителя, а также обеспечение благоприятных условий развития курортных территорий региона. Основными задачами дальнейшего развития туристско-рекреационного комплекса являются улучшение инфраструктуры курортных территорий и улучшение материально-технического обеспечения организаций; развитие различных видов туризма и санаторно-курортного лечения и расширение спектра оказываемых услуг, ориентированных на разные сегменты рынка; развитие новых видов туризма и санаторно-курортного лечения с целью достижения круглогодичного функционирования туристско-рекреационного комплекса и сглаживание сезонности функционирования организаций комплекса; создание благоприятного инвестиционного климата в регионе; изменение ценовой политики, приведение в соответствие качества рекреационных услуг их цене, введение системы скидок в период межсезонья, а также для отдельных категорий граждан; государственная поддержка среднего и малого бизнеса; детенизация деятельности организаций и самозанятых лиц, реализация эффективной маркетинговой стратегии и брендинг Ставропольского края на международном и внутреннем рынках; повышение эффективности управления в отрасли, а также непрерывное развитие

трудового потенциала, как фактора эффективности функционирования туристско-рекреационного комплекса региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Приказ Министерства культуры Ставропольского края «Об утверждении стратегии развития туризма в Ставропольском крае до 2030 года» (с изменениями на: 09.09.2016).

2. Морозенко Н. В. Потенциал развития туристической сферы Ставропольского края и направления его государственной поддержки / Н. В. Морозенко // Молодой ученый. — 2015. — № 23. — С. 607–612. — Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/103/24079/> (дата обращения : 19.05.2019).

УДК 338.48

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ — АЛАНИЯ

MODERN CONDITION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF NORTH OSSETIA — ALANIA

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Голымбиевская Ю. И., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

U. I. Golymbiyevskaya, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрено современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Северная Осетия — Алания. Проанализирована государственная программа по развитию туристско-рекреационного комплекса республики.

Annotation

The paper considers the current state and prospects for the development of tourism in the Republic of North Ossetia-Alania. Analyzed the state program for the development of tourist and recreational complex of the republic.

Ключевые слова: туризм, стратегия, туристическая модель, туристско-рекреационный комплекс.

Keywords: tourism, strategy, tourist model, tourist and recreational complex.

Введение. Индустрия досуга сегодня является важной отраслью экономики в мире. Туризм вносит эффективный вклад в валовой национальный продукт (ВВП) многих стран мира в силу своей роли в развитии национальных ресурсов и обеспечении занятости, а также своей социальной и культурной значимости.

С момента своего развития Республика Северная Осетия — Алания добилась огромного прогресса в секторе туризма во многих других сферах. Для того чтобы полностью осуществить свои прогнозы в развитии его структуры и составляющих, потребовалось широкое участие всех соответствующих институтов общества [3].

Большинство вопросов, связанных с туризмом и культурным наследием в регионе решает правительство, а также и роль в системе, которая берет на себя ответственность за развитие этого перспективного сектора экономики.

Цель исследования изучить программу формирования целостного эффективного туристско-рекреационного комплекса Республики Северная Осетия-Алания.

Результаты исследования. Фундаментальными основами туризма в Республике Северная Осетия — Алания является ряд подлинно множественных факторов, прежде всего связанных с его богатыми

культурными ценностями, географическим разнообразием, историей и наследием, в дополнение к абсолютной вере в то, что туризм приведет к активному движению в сторону открытости и развитию туристической культуры в регионе.

Туризм является одним из средств культурной коммуникации в широком смысле и как уникальное средство, разнообразить страну по их местоположению и их культуре, а также открыть их для внешнего мира [2].

Республика Северная Осетия — Алания наделена глубокими культурными, историческими, религиозными и экономическими составляющими. Территория региона была связующим звеном Великого шёлкового пути, торговых караванов и путешественников со всего мира.

Цели туризма не ограничиваются только аспектами развлечений, хотя это является одной из важных целей. Новая концепция туризма, принятая Постановление Правительства РСО-Алания, рассматривает туризм как сектор многочисленных выгод, включая экономические, культурные, социальные экологические выгоды, связанные с различными сегментами общества. Очевидно, что этот сектор имеет набор вложенных мероприятий и устремлений, которые служат индивиду и обществу [1; 2].

Туристическая модель в регионе принимает множество форм, включая спортивный, горный, приключенческий туризм. Правительства РСО-Алания предлагает ряд программ и мероприятий по стимулированию разнообразия.

Правительство региона определило перспективные цели, стратегии и достижения прогресса в области туризма. Поставленные стратегические цели достигаются постепенно и систематически расширяются возможности концепции туризма, в социальной ответственности отдельных лиц и действующих организаций. Соответственно, систематически организуются новые туристские мероприятия и программы, основанные на институциональном видении и перспективных исследованиях с участием

правительства и частных институтов, которые прямо или косвенно связаны с туристической отраслью [1].

Выводы. Государственная поддержка туризма в Республике Северная Осетия — Аланя заключается в учредительном постановлении Правительства РСО-Алания, которое наделило его полномочиями уполномоченного органа, ответственного за управление туристической деятельностью в регионе. Выделяются ежегодные бюджеты на туризм, реализующим совместные мероприятия и программы. Государственные органы в сотрудничестве со своими партнерами реализовала ряд программ финансовой поддержки и регулирования для стимулирования роста туризма в районах региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Правительства Республики Северная Осетия — Алания «О государственной программе Республики Северная Осетия-Алания «Развитие туристско-рекреационного комплекса Республики Северная Осетия-Алания» на 2014–2020 годы (с изменениями на 2 апреля 2019 года)». — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/460229831>.

2. Балабанов И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.

3. Гуриева Л. К. Туристический кластер региона: проблемы и перспективы создания / Л. К. Гуриева, З. И. Созиева // Региональная экономика: теория и практика. — 2009. — № 22 (115). — С. 72–84.

УДК 338.48

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО
ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ВОЛГОГРАД**

**PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF MILITARY-HISTORICAL
TOURISM IN THE CITY OF VOLGOGRAD**

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Мандрик Е. Л., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. L. Mandrik, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследован ресурсный потенциал военно-исторического туризма в городе Волгоград. Проанализировано современное состояние, проблемы и перспективы развития военно-исторического туризма в регионе.

Annotation

The article explores the resource potential of military history tourism in the city of Volgograd. The current state, problems and prospects for the development of military-historical tourism in the region are analyzed.

Ключевые слова: Военно-исторический туризм, Российское военно-историческое общество, Город-герой Волгоград, Сталинградское направление, Сталинградская битва.

Keywords: Military history tourism, Russian Military History Society, Hero City Volgograd, Stalingrad Direction, Battle of Stalingrad.

Введение. Некоторые исследователи рассматривают туризм как процесс, создающий зависимость и приводящий к потере социально-экономического и экологического контроля, наносящий вред

традиционным социокультурным структурам. Для других это явная возможность для развития и сближения обществ. Туризм различных направлений меняет экономические, социокультурные и социально-экологические аспекты в жизнедеятельности населения дестинаций. С помощью тематических исследований и теоретических разработок ученые пытаются представить методы, направленные на минимизацию воздействия туризма и стимулирование его положительных эффектов.

Успешное и эффективное управление развитием в военно-историческом туризме может объединить местное сообщество, укрепить историческую память и способствовать признанию того, что историческое, культурное наследие является достойным сохранения.

Цель исследования — рассмотреть основные тенденции развития военно-исторического туризма в городе Волгоград, раскрыть сущность военно-исторического туризма, определить проблемы развития военно-исторического туризма в е

Результаты исследования. Становление военно-исторического туризма берет свое начало с середины XIX века. На современном этапе интерес к объектам военно-исторического туризма в России растет и самым активным считается послевоенный период (время восстановления промышленности, городов, экономики СССР), последствия событий Великой Отечественной Войны.

Направление военно-исторического туризма в Российской Федерации регулирует следующая законодательная база РФ:

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1].

2. Постановление Правительства РФ «О военно-патриотических молодежных и детских объединениях» [2].

Появление военно-исторического туризма на рынке произошло совершенно недавно, но он довольно быстро набрал популярность среди

населения. Подобного рода путешествия чаще только нравятся людям, в которых немало нерастраченной энергии или огромное желание узнать всю суть военного ремесла, ознакомиться с прошедшими временами, ведь конкретно военные действия как нельзя лучше информируют о прошедшем народа, его быте и манифестации силы воли перед наступающим врагом. Любой человек желает провести время с пользой и научиться военному делу у профессионалов [3, с. 112].

Военно-исторический туризм представляет собой специализированный вид туристской деятельности, реализуемый с помощью различной военной техники, который нацелен на удовлетворение интересов по разнообразной военной тематике и может включать спортивно-туристские программы по обучению поведения туристов в чрезвычайной ситуации [4].

Объекты и военно-исторические места города Волгограда, отнесенные к категории культурного наследия, являются элементом содействия развитию различных форм туризма. Военно-исторический туризм помогает людям познать свою страну с точки зрения военной мощи, а также невероятных человеческих взаимоотношений и моделей поведения в трудных ситуациях, угрожающих суверенитету нашей Родины — России. Изучая современный ландшафт России, наблюдается огромное количество оборонительных сооружений, полей сражений и военных кладбищ, которые являются свидетельством множества трагических событий двадцатого века. Вечная память о прошедших событиях и героических личностях вписаны в историю страны и имеют символическую природу, которая придает пространству города Волгограда особое значение.

Наибольшие проблемы в развитии военно-исторического туризма в городе Волгоград имеют поврежденные, разрушенные и малоизвестные объекты. Соответственно возможный, допустимый и желательный вариант решения подобных проблем заключается в том, чтобы включить их в

качестве исторических объектов в туристический маршрут (тур), для привлечения потенциала туристов.

Выводы. Город Волгоград с прилегающими территориями насыщен военными и историческими достопримечательностями, что позволяет в полном масштабе развивать военно-исторический туризм, используя ресурсы коммерческих структур и государственных органов власти. Военно-исторический туризм, в перспективе, может стать одним из самых востребованных видов в Российской Федерации, что позволит увеличить долю туризма в экономике страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ.

2. Постановление Правительства РФ от 24.07.2000 N 551 (ред. от 24.12.2014) «О военно-патриотических молодежных и детских объединениях».

3. Бушуев В. О. Индустрия туризма / В. О. Бушуев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 178 с.

4. Дурович А. П. Организация туризма: учебное пособие. — Минск, 2006. — 640 с.

УДК 338.48

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО
ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН¹**

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SPA TOURISM
IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN**

Рубцов В. А., д. г. н., профессор,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

Байбаков Э. И., к. б. н., доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

Рожко М. В., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

V. A. Rubtsov,
Doctor of Geographic Sciences, Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

E. I. Baibakov,
Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

M. V. Rozhko, Senior Lecturer
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

В работе рассматриваются вопросы развития санаторно-курортного туризма в Республике Татарстан. Дается оценка рекреационных ресурсов и возможностей их применения в лечебных целях. Анализируются проблемы, затрудняющие развитие санаторно-курортного туризма в республике и предлагаются некоторые мероприятия по их решению.

Annotation

The paper deals with the development of health resort tourism in the Republic of Tatarstan. Provides an assessment of recreation resources and opportunities of their use for medicinal purposes. The problems hindering the development of sanatorium and resort tourism in the Republic are analyzed and some measures are proposed to solve them.

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и Республики Татарстан, проект «Сегментирование туристского рынка Республики Татарстан по психографическим критериям для совершенствования управления региональным туризмом» №18-410-160015.

Ключевые слова: туризм, санаторно-оздоровительный туризм, рекреационные ресурсы, санатории, курорты.

Keywords: tourism, health tourism, recreational resources, sanatoriums, resorts.

Введение. Республика Татарстан (РТ) обладает богатым природно-лечебным потенциалом для полноценной организации курортно-санаторной деятельности на своей территории. Основу потенциала составляют природно-лечебные ресурсы республики, современная санаторно-курортная инфраструктура, современное оборудование и специалисты. Благодаря этим факторам санатории Татарстана не уступают по популярности санаторно-курортным учреждениям других республик, областей и краев.

Цель исследования. Оценка современного состояния и определение перспектив развития санаторно-курортного туризма в РТ.

Результаты исследования. В настоящее время в республике действуют 45 санаторно-курортных учреждений, вместимость составляет 8847 койко-мест. В санаторно-курортных учреждениях работает более 4000 специалистов разных профилей. В 2018 г. количество отдыхающих в санаторно-курортных организациях Татарстана составило 104807 человек. Среди посетителей санаториев Татарстана наблюдается рост числа иностранных граждан [1]. В республике действует ассоциация Санатории Татарстана, которая занимается улучшением качества предлагаемых услуг, повышением привлекательности санаторно-курортных учреждений республики [2; 3].

Санатории РТ предлагают лечение и профилактику широкого спектра заболеваний.

Ключевыми факторами для развития санаторно-курортного туризма являются климатические и природные, а именно, илово-торфяные сероводородные грязи, сульфатно-хлоридно-натриевые минеральные воды, йодо-бор- и бромсодержащие минеральные воды [4].

На территории РТ имеется большое количество минеральных источников, среди которых особо следует отметить минеральные источники Лениногорского и Альметьевского муниципальных образований. Здесь используются подземные минеральные питьевые лечебные и лечебно-столовые воды XIII группы в санатории-профилактории «Бакирово» и лечебно-столовые воды XI группы в санатории-профилактории «Ян». Помимо выше названных групп вод, в регионе присутствуют типы: «Железноводский», «Ергенинский», «Нагутский», «Статорусский», «Казанский», «Карачинский» [5].

Также следует отметить, что в с. Большие Тарханы открыты три типа лечебно-столовой минеральной воды, по своему составу близкие к минеральным водам «Кисловодского» типа». В Тетюшском районе открыто месторождение голубой глины, обладающей уникальным минеральным составом и полезными свойствами. В с. Бессоново имеется скважина воды «Тарханская-5», которая по своему составу близка к воде «Ачалукского» типа. В Менделеевском районе в с.Ижевка расположен санаторий «Шифалы-Су Ижминводы», который имеет в своем распоряжении минеральную воду, относящуюся к сульфатно-хлоридно-натриево-кальциево-магниевой с минерализацией 4,9 г/л. Практически все минеральные воды РТ имеют высокую ценность и получают медали и дипломы на различных международных и всероссийских выставках [6].

Помимо минеральных источников в РТ имеются лечебные грязи. Например, в санатории «Бакирово» для процедур используют лечебные сапропелевые грязи и голубую глину. Табарлинские лечебные грязи широко применяют в санатории-профилактории «Ян», «Шифалы-Су Ижминводы», «Верзи-Ятчи», «Металлург». В санатории «Крутушка» используется иловая сероводородная грязь пресного озера — сапропель.

Помимо минеральных вод и лечебных грязей Республика Татарстан обладает комфортным умеренно-континентальным климатом, что также способствует благотворному влиянию на организм.

Однако, имеется и ряд проблем, связанных с санаторно-оздоровительным туризмом. К основным из них следует отнести слабую информированность населения о санаторно-курортном потенциале республики, низкую эффективность использования природных ресурсов, сезонное функционирование, отсутствие бюджетных ассигнований, направленных на информационную поддержку, слабый уровень адаптации к международным стандартам менеджмента качества, отсутствие мер по сохранению и популяризации традиций курортного лечения среди населения. Требуется улучшения и инвестиционный климат по привлечению, как частных, так и государственных инвестиций. Необходимо создание полноценного государственного органа по развитию санаторно-курортного туризма в республике, которое бы полностью занималось координацией деятельности санаторно-курортных комплексов республики, развитием оздоровительного туризма, разработкой инвестиционной политики, проведением мониторинга состояния инфраструктуры курортных объектов республики [7].

Выводы. Развитие санаторно-курортного туризма в республике оказывает значительное влияние на развитие туризма и может оказывать благотворное влияние на экономику региона. Активная популяризация санаторно-курортного и оздоровительного туризма повысит осведомленность населения и будет способствовать развитию всей сферы туризма в Республике Татарстан, что приведет к повышению популярности республики как туристского объекта на внутреннем и международном туристском рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Информация и статистика [Электронный ресурс] // Государственный комитет республики Татарстан по туризму. — Режим доступа : <http://tourism.tatarstan.ru/rus/documents.htm>.

2. Статистика и аналитика [Электронный ресурс] // Центр развития туризма республики Татарстан. — Режим доступа : <http://tdc-tatar.ru/for-professionals/statistics-and-analytics/>.

3. Оборин М. С. Особенности развития санаторно-курортного комплекса республики Татарстан / М. С. Оборин // Вест. Забайк. гос. ун-та. — 2015.

4. Санатории Татарстана [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://санатории-татарстана.рф/>.

5. Зарипов М. С. Минеральные питьевые воды Юго-востока РТ / М. С. Зарипов, Р. Х. Сунгатуллин // Уч. зап. Каз.ун-та. — 2016. — Т. 158, кн.4. — С. 517–530.

6. Здравницы Татарстана: чем они хороши и для кого? [Электронный ресурс] // Profi+travel. — Режим доступа: <https://profi.travel/>.

7. Бердникова О. А. Развитие туристской отрасли в республике Татарстан / О. А. Бердникова, С. Е. Иванов // Международный научно-исследовательский журн., 2015.

УДК 338.48(470.12)

**ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР
РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ**

**MEDICAL HEALTH TOURISM AS A DRIVER
DEVELOPMENT OF THE TERRITORY**

Севастьянова О. В., к. э. н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O. V. Sevastyanova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье выделены проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма в Республике Крым. Рассмотрены основные пути возможного решения существующих проблем.

Annotation

The article highlights the problems of development of health tourism in the Republic of Crimea. The main ways of solving the existing problems are considered.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, драйвер, развитие.

Keywords: health tourism, driver, development.

Введение. Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики, благодаря быстрым темпам его развития туризм признан экономическим феноменом столетия. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения. Туризм влияет на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления. Выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития. В свою

очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые.

Особое внимание следует уделить лечебно-оздоровительному туризму в контексте стремления людей к здоровому образу жизни, а также ухудшение экологического состояния и увеличения заболеваемости населения в Российской Федерации и мире. Поэтому исследование особенностей лечебно-оздоровительного туризма и возможностей его развития в Республике Крым является актуальным. Анализ имеющихся научных публикаций позволяет сделать вывод, что вопросы развития лечебно-оздоровительного туризма в настоящее время проработаны недостаточно.

Цель исследования. Обобщая уже сказанное, целью статьи является исследование проблематики развития лечебно-оздоровительного туризма и направления его внедрения в Республике Крым.

Результаты исследования. Понятие «лечебно-оздоровительный туризм» не имеет однозначного трактования. Проще всего его дефиницию можно сформулировать так: лечебно-оздоровительный туризм — это путешествие к курортным местностям с целью оздоровления и лечения.

Целью лечебно-оздоровительного туризма является комплексное использование природных лечебных и двигательной деятельности в лечебно-профилактических целях. Лечебно-оздоровительный туризм делится на лечебный, целью которого есть собственно лечение, терапия, реабилитация после заболеваний, и профилактический (веллнес-туризм), направлен на поддержание организма в здоровом состоянии и сохранение баланса между физическим и психологическим здоровьем человека. Веллнес-туризм в свою очередь может быть активным (спорт и фитнес) и пассивным (программы красоты).

Лечебный туризм осуществляется с целью укрепления здоровья и предусматривает пребывание в санаторно-курортных учреждениях. Целью оздоровительного туризма является профилактика заболеваний и отдых. Особенности лечебно-оздоровительного туризма являются:

– продолжительность пребывания, которая должна составлять не менее трех недель, независимо от типа курорта и заболевания, поскольку только за такое время можно достичь оздоровительного эффекта;

– высокая стоимость пребывания и лечения — обычное лечение на курортах является дорогим, поэтому этот вид туризма рассчитан на состоятельных клиентов, заказывающих индивидуальную программу пребывания и лечения;

– возраст: как свидетельствует статистика, на курорты чаще всего едут люди старшей возрастной группы, хотя в последнее время отдых на курортах выбирают и люди среднего возраста, страдающих недугами. Выбор делается между курортами, специализирующимися на лечении конкретного заболевания, и курортами смешанного типа, в целом укрепляют здоровье и способствуют восстановлению сил и снятию стресса [3].

Рынок лечебно-оздоровительного туризма как экономическая система является совокупностью экономических отношений и институтов, определяющих характер функционирования, взаимодействия субъектов хозяйствования, которые обеспечивают производство и реализацию лечебно-оздоровительных услуг. В социальном аспекте функционирование санаторно-курортного комплекса обусловлено потребностью людей в отдыхе, лечении, курортной реабилитации, воспроизводстве физических, эмоциональных и интеллектуальных сил [1].

С точки зрения системного подхода в формировании инфраструктуры лечебно-оздоровительного туризма принимают участие следующие элементы: организации, которые предоставляют лечебные услуги

(санатории, курортные клиники, СПА-отели), туристические фирмы (предприятия-посредники, продающие эти услуги) и сами туристы (отдыхающие).

Лечебно-оздоровительный сервис в санаторно-курортных учреждениях как специализированный процесс направлен на организацию отдыха и совершенствование здорового образа жизни потребителя (отдыхающего) за счет оплаты конкретных услуг. В связи с особенностями предоставления сервиса сформировались определенные формы лечебно-оздоровительных услуг: лечебно-оздоровительные процедуры, оздоровительная зарядка, лечебная физкультура под руководством инструктора и самостоятельно, туристические мероприятия, солнечные, водяные и воздушные ванны, подвижные игры и др. [2].

Основная масса санаторно-курортных и оздоровительных заведений Республики Крым ориентирована на лечение заболеваний опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы, гинекологических заболеваний. Такая специализация и предопределяет количество санаторно-курортных и оздоровительных заведений в регионе.

Актуальными для Республики Крым являются проблемы застройки, разработка генеральных планов развития курортов. Можно констатировать целесообразность усиления роли государства в становлении рекреационно-оздоровительной деятельности, координации коммуникативных процессов стейкхолдеров (органов местного самоуправления, министерств, ведомств, субъектов предпринимательства, потребителей) для обеспечения устойчивого развития санаторно-курортного комплекса Республики Крым.

Выполнены нами исследования позволили установить, что состояние развития санаторно-курортного комплекса Республики Крым не является удовлетворительным. Основные препятствия обусловлены:

– несовершенством нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность лечебно-оздоровительных учреждений;

– недостаточностью методической, организационной, информационной и материальной поддержки субъектов предпринимательства туристической индустрии со стороны государства;

– несбалансированностью социальной и экономической эффективности использования рекреационных ресурсов и необходимостью их сохранения;

– недостаточностью уровня развития информационной инфраструктуры;

– необеспечением комплексного развития курортных территорий;

– несоответствием подавляющего большинства оздоровительных учреждений международным стандартам;

– недостаточным уровнем качества обслуживания;

– недостаточной обеспеченностью высококвалифицированными специалистами;

– нехваткой средств для комплекса рекламных мероприятий по продвижению регионального оздоровительного продукта на рынок;

– изношенностью основных фондов;

– практическим отсутствием инвестиций;

– неэффективным маркетингом;

– низким уровнем менеджмента.

Итак, концепция эффективного функционирования санаторно-курортного комплекса региона должно базироваться на доминантах устойчивого развития:

– гармонизация системы нормативно-правового обеспечения;

– модернизация инструментов управления, формирование системы механизмов комплексного развития оздоровительных территорий;

– модификация рынка санаторно-курортных и оздоровительных услуг;

– совершенствование системы менеджмента, внедрение эффективных экономических, управленческих и маркетинговых практик;

– развитие кадрового менеджмента, профессиональная подготовка и постоянное повышение квалификации персонала.

В целом минимизация проблем санаторно-курортного комплекса региона позволит реализовать меры по улучшению качества услуг оздоровления и рекреации, удовлетворения спроса населения на оздоровительные услуги при условии сохранения и рационального использования природных лечебных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ветитнев А. М. Определение влияния лечебно-оздоровительного туризма на экономику региона / А. М. Ветитнев, А. А. Торгашева // ПСЭ. — 2013. — № 4 (48). — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-vliyaniya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-na-ekonomiku-regiona> (дата обращения : 05.04.2019).

2. Оборин М. С. Основные направления развития рынка лечебно-оздоровительного туризма России: динамика и тенденции / М. С. Оборин, М. М. Трясцин // Известия ОГАУ. — 2014. — № 6 (50). — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-rynka-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-rossii-dinamika-i-tendentsii> (дата обращения : 05.04.2019).

3. Анализ структуры и состава курортно-рекреационной системы на основе системных методов исследований / М. С. Оборин, А. В. Плотников, Е. В. Владимирский, А. П. Каячев // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. — 2014. — № 3. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-struktury-i-sostava-kurortno-rekreatsionnoy-sistemy-na-osnove-sistemnyh-metodov-issledovaniy> (дата обращения : 05.04.2019).

4. Орлова В. С. Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в регионе / В. С. Орлова, А. А. Щербакова // Проблемы развития территории. — 2014. — № 4. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/>

article/n/perspektivy-razvitiya-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-regione
(дата обращения : 05.04.2019).

5. Сикорская В. А. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в современных условиях / В. А. Сикорская // Вестник РМАТ. — 2014. — № 3. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-lechebno-ozdorovitel'nogo-turizma-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения : 5.04.2019).

УДК 338.48

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЕНОГО»
ТУРИЗМА В РОССИИ И РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ**

**THE CURRENT STATE OF DEVELOPMENT
OF «GREEN» TOURISM IN RUSSIA AND REPUBLIC OF CRIMEA**

Хаирова Э. А., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический
университет», г. Симферополь

E. A. Khairova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean Engineering and Pedagogical University,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается сущность и значение «зеленого» туризма в современных условиях. Проанализирована динамика создания объектов инфраструктуры «зеленого» туризма в России: заповедников и национальных парков. Исследованы проблемы и перспективы развития «зеленого» туризма в России и Крыму в контексте реализации приоритетного проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть».

Annotation

The article deals with the essence and importance of "green" tourism in modern conditions. The dynamics of the creation of infrastructure "green" tourism in Russia: reserves and national parks. The problems and prospects of development of "green" tourism in Russia and Crimea in the context of the priority project "wildlife of Russia: save and see" are investigated.

Ключевые слова: «зеленый» туризм, экотуризм, заповедники, национальные парки, устойчивый туризм.

Keywords: green tourism, ecotourism, nature reserves, national parks, sustainable tourism.

Введение. Современный этап развития туристической отрасли характеризуется усилением и популяризацией «зеленого» туризма. На сегодняшний день, «зеленым» туризмом принято называть экотуризм, природный и сельский или агротуризм, что предполагает туристическую деятельность, которая осуществляется экологически чистым путем.

Согласно подходу Всемирная туристической организации «зеленый» туризм включает «туристическую деятельность, которая может поддерживаться или поддерживается на неопределенный срок в ее социальном, экономическом, культурном и экологическом контекстах» [1]. Развитие зеленого туризма стало особенно актуально в условиях развития «Зеленой экономики», которая обеспечивает экономические возможности и повышение благосостояния людей в гармонии с рациональным использованием природных ресурсов.

Цель исследования — проанализировать современное состояние развития «зеленого» туризма в России, в том числе в Республике Крым.

Результаты исследования. Современное состояние развития мирового «зеленого туризма» предполагает ежегодное увеличение количества туристов путешествующих по «зеленым» направлениям. Важную место при этом занимают такие особо охраняемые территории, как заповедники и национальные парки. Во всем мире, особенно в Австралии и США, посещение этих объектов туристами является очень популярным. В России, несмотря на богатейшие природные рекреационные и туристические ресурсы, посещаемость подобных мест недостаточно велика.

Согласно данным Министерства природных ресурсов и экологии РФ, в 2017 году национальные парки посетили примерно 9 млн. туристов из

России и зарубежных стран, заповедники посетили 2 млн. человек. Если сравнивать эту статистику с данными 2011 года, то за 6 лет прирост туристических прибытий на эти объекты составил 50 % [2]. Вместе с тем, данные туристические потоки являются сравнительно небольшими. Например, в США ежегодно национальные парки посещает свыше 330 млн человек. Также разрыв можно увидеть по объемам ежегодных доходов от «зеленого» туризма: так, в США этот показатель составляет 14 млрд долл., тогда как в России только 12 млн долл., притом, что совокупная территория последней больше [3].

Вместе с тем, стоит отметить, что в последние годы наблюдается позитивная динамика в плане развития инфраструктуры туристических объектов «зеленого» туризма — заповедников и национальных парков (табл. 1).

Таблица 1

Количество объектов инфраструктуры для обслуживания посетителей в заповедниках и национальных парках России в 2001 и 2017 гг. [4]

Объекты инфраструктуры	Заповедники		Национальные парки	
	2001 г.	2017 г.	2001 г.	2017 г.
Экологические маршруты и тропы	271	487	279	852
Визит-центры	40	169	27	149
Музеи	45	67	20	60

Из табл. 1 видно, что в заповедниках значительно возросло число визит-центров — в 4,2 раза, экологических маршрутов и троп — в 1,8 раз; в национальных парках также произошел рост в первую очередь визит-центров — в 5,5 раз; экологических маршрутов и троп — в 3,1 раза. Число музеев возросло в 1,5 раза в заповедниках и в 3 раза в национальных парках.

В апреле 2017 года в России был утвержден приоритетный проект «Дикая природа России: сохранить и увидеть» [5], нацеленный на разработку и тестирование моделей развития экотуризма в стране, а также

сохранение популяции редких животных. Соответственно, данный проект включает два приоритетных направления:

- 1) развитие экотуризма;
- 2) сохранение редких видов.

Приоритетное направление «Развитие экотуризма» предполагает пилотный запуск механизмов развития экологического туризма, направленных, в первую очередь на сбережение биологического и ландшафтного разнообразия России, а также на наращивание туристических потоков внутри страны. Для целей проекта обозначены семь пилотных особо охраняемых природных территории (национальные парки: «Сочинский», «Лосиный остров», «Куршская коса», «Прибайкальский», «Русская Арктика», заповедники: «Кавказский», «Байкало-Ленский»).

В настоящее время среднегодовой поток туристов на эти территории составляет около 2,5 миллионов человек, то есть можно утверждать, что эти туристические объекты являются довольно популярными. Вместе с тем, их туристический потенциал еще не раскрыт в полной мере. Этому препятствует отсутствие достаточно развитой инфраструктуры, отвечающей мировым стандартам качества и безопасности, недостаточная рекламно-информационная поддержка и прочее. Следовательно, необходимо работать в направлении развития инфраструктуры, в том числе транспортной, создавать экологические тропы, смотровые площадки, наблюдательные пункты, музеи, информационные и визит-центры, оборудовать туристические стоянки, места отдыха и кемпинги, вести разъяснительные мероприятия относительно бережного отношения к окружающей среде. Также можно организовывать различные мероприятия: фестивали, концерты, «слеты» с обязательной экологической составляющей. Финансирование данных мероприятий, согласно приоритетного проекта, предусматривается за счет внебюджетных средств и частных инвесторов, а также государственно-частного партнёрства.

Предполагается задействовать международных экспертов в сфере туризма, имеющий опыт комплексного развития охраняемых природных территорий. Второй этап Приоритетного проекта предусматривает распространение полученного опыта и применение отработанного механизма на еще 15 федеральных особо охраняемых природных территорий Российской Федерации. Результатом реализации проекта к 2021 году должно стать увеличение ежегодного туристического потока в обозначенных заповедниках и национальных парках с 2,5 до 15 млн чел., то есть в 6 раз [5].

Уникальность Крыма с точки зрения «зеленого» туризма заключается в том, что полуостров расположен сразу в двух климатических зонах: умеренно-континентальной на севере и средиземноморской на юге, что позволяет туристам сделать отдых более разнообразным и насыщенным. Также стоит отметить, что рельеф полуострова достаточно дифференцирован и включает три зоны: 1) Северо-Крымская равнина с Тарханкутской возвышенностью (занимает примерно 70 % территории); 2) грядово-холмистые равнины Керченского полуострова, отличающиеся наличием грязевых вулканов; 3) горной области, включающие Южную (или Главную), Внутреннюю и Внешнюю (Северную) гряду, которые отделяют друг от друга продольные равнины.

По состоянию на начало 2019 года природно-заповедный фонд Республики Крым включает 158 объектов и территорий (в том числе 46 объектов общегосударственного значения). Базисом этого фонда являются шесть природных заповедников, расположенных на суммарной площади 63,9 тыс. гектаров. Это Крымский природный заповедник, в том числе его орнитологический филиал «Лебяжьих острова», Ялтинский горно-лесной, Карадагский, Казантипский и Опуцкий заповедники, а также заповедник «Мыс Мартыан» [6].

В Крыму расположено несколько десятков уникальных природных объектов, которые представляют интерес для «зеленых» туристов из России

и зарубежья. Природные объекты и заповедники Республики Крым, представляющие интерес для «зеленых» туристов, преимущественно находятся на Южном берегу, меньшее их количество расположено в юго-западном районе Крыма (так называемом Предгорье), еще меньше — на юго-востоке полуострова (район Судака-Феодосии-Керчи). Вместе с тем, Крым испытывает недостаток проработанных пешеходных туристических маршрутов.

Выводы. Таким образом, Россия, в том числе Республика Крым, обладает значительным потенциалом развития «зеленого» туризма с точки зрения имеющихся природных богатств нашей страны и их естественного разнообразия. Причем, развитие «зеленого» туризма является перспективным для как привлечения иностранных, так и внутренних туристов. На сегодняшний день уже проделана большая работа в направлении реализации данного потенциала, в частности утвержден и запущен национальный приоритетный проект «Дикая природа России: сохранить и увидеть». Вместе с тем, существует ряд насущных задач, которые предстоит реализовать в этом направлении. Среди них: обучение высококвалифицированных кадров для туристической отрасли; дизайн большого ассортимента новых продуктов «зеленого» туризма; применение гибкой ценовой политики; вовлеченность государственных структур в продвижение продуктов «зеленого» туризма на мировой рынок; активизация партнерства местных властей и общественных организаций в развитии экологического туризма на особо охраняемых природных территориях; привлечение внутренних и зарубежных инвестиций в данную отрасль; экологическое просвещение населения. Принятые меры должны способствовать развитию «зеленого» туризма в России с одновременным сохранением ее природных богатств и биосферного разнообразия, а, следовательно, повышению качества жизни населения и здоровья нации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. UNWTO Annual Report 2012 [Электронный ресурс] // World Tourism Organization UNWTO. — 2013. — Режим доступа : <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2012> (дата обращения : 07.04.2019).
2. Количество эготуристов в России с 2011 года выросло на 50 % [Электронный ресурс] // Ростуризм – официальный сайт. — Режим доступа : <https://www.russiatourism.ru/news/14895/> (дата обращения: 07.04.2019 г.)
3. Лапочкина В. В. Экологический туризм в России: тенденции развития / В. В. Лапочкина, Н. В. Косарева, Т. А. Адашова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 5 (47), Ч. 1. — С. 100–105.
4. Госкомстат РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/environment/# (дата обращения : 07.04.2019).
5. Паспорт приоритетного проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам, протокол от 11.04.2017 N 4) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс — официальный сайт. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_284413/ (дата обращения : 07.04.2019).
6. Природные заповедники Крыма [Электронный ресурс] / Азово-Черноморский филиал ФГБНУ «ВНИРО» («АзНИИРХ»). — Режим доступа : <http://azniirkh.ru/eto-interesno/prirodnyie-zapovedniki-kryima/> (дата обращения : 07.04.2019).

РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

THE ROLE OF ECOLOGICAL TOURISM IN RUSSIA

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Якубов Т. С., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

T. S. Yakubov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы, связанные с экологическим туризмом. Определены понятие экологического туризма, принципы экотуризма, основные элементы привлекательности экотуризма и факторы, тормозящие развитие данного направления.

Annotation

The article deals with issues related to environmental tourism. The concept of ecological tourism, the principles of ecotourism, the main elements of the attractiveness of ecotourism and the factors hindering the development of this direction are defined.

Ключевые слова: туризм, экологический туризм, индустрия туризма, треккинг.

Keywords: tourism, ecological tourism, tourism industry, trekking.

Введение. Появление «зеленых» территорий или экологического туризма и его развитие объясняется желанием минимизировать, сохранить и исправить уже нанесенный вред окружающей среде. Одним из основных способов решения этой проблемы является экологический туризм.

Цель исследования — обозначить важную роль экологического туризма в развитии туристской отрасли Российской Федерации.

Результаты исследования. Индустрия туризма является одной из самых важных и быстроразвивающихся в современном мире. Для многих стран туризм является основной прибылью как для государственного бюджета, так и для частных лиц. Интерес ко всему новому дал мощный импульс бурному развитию массового туризма. В последнее десятилетие появилось много новых видов туристских направлений.

Изначально туризм не был так популярен, так как являлся однообразным и был очень дорогим развлечением. После того как туризм приобрел массовый характер, цены значительно упали. В настоящее время существует много вариантов в выборе направлений туризма и ценовых сегментов, которые подходят для разных групп потребителей.

Актуальность этой темы заключается в том, что среди множества направлений необходимо выделить экологический туризм как самую динамично развивающуюся индустрия отдыха и развлечений. Это обусловлено многими факторами, например, богатством рекреационных ресурсов, которые могут помочь в развитии экотуризма.

Развитие экологического туризма в России и других странах затруднено из-за отсутствия централизованной политики, отсутствия административных, организационных и экономических ресурсов.

В настоящее время экологический туризм — это отдых на природе, общение с природой, а также места, которые сохранили традиционный образ жизни коренного населения [1].

Общество экотуризма (The Ecotourism Society) определяет экотуризм как ответственное путешествие в природные зоны, что способствует сохранению природы и улучшению благосостояния местных жителей.

Экотуризм — это объединение охраны природы, сообществ и устойчивых путешествий. Это означает, что те, кто занимается экотуризмом и участвует в нем, должны следовать следующему экотуризму принципы:

- минимизировать влияние на окружающую среду;

- повышать экологическую и культурную осведомленность и уважение;
- обеспечить положительный опыт для посетителей и хозяев;
- предоставить прямые финансовые выгоды для сохранения окружающей среды;
- предоставлять финансовые льготы и полномочия местным жителям [2].

Основные элементы привлекательности экотуризма:

1. В современном мире люди начинают задумываться о проблеме сохранения среда.
2. Из-за роста городов люди стали ощущать потребность в общении с природой и животными.
3. Желание людей увидеть что-то удивительное, созданное без помощи человека.
4. Люди, как правило, путешествуют в соответствии с их собственным желанием об отдыхе.
5. Люди хотят поддерживать себя в форме, без тяжелых нагрузок [4].

Итак, целью путешествия экологического туризма является посещение редких, красивых, интересных и уникальных природных объектов, обзор флоры и фауны. Например, турист, который собирает изображения птиц, выступает против нарушения места привычной жизни птиц и разрушения их домов.

Экологический разум — это в основном активный туризм-треккинг, трекинг на большие расстояния, а также катание на лыжах, велосипеды, каяки и сплав по реке и многое другое. Зачастую активные туристы ведут себя правильно — не мусорят, не рубят живые деревья.

Один из видов экотуризма — это пикник-туризм, отдых на берегах водоемов, купаться, загорать и прогуляться по лесу, иногда рыбачить, играть в волейбол и так далее. Все это может быть относится к окружающей

среде, но только в том случае, если туристов мало и их деятельность не отражается на окружающей среде. Если отдыхающих много, и они постоянно появляются на одном и том же популярном и привлекательном участке, влияние на природу будет отражено даже при идеальном поведении.

В Российской Федерации много возможностей для экотуризма, и это одно из перспективных направлений индустрии туризма. В последнее время — это направление вызвало интерес у многих инвесторов. Богатые природные ресурсы дают возможности для успешного развития экологического туризма.

Многие удивительные природные памятники требуют больших инвестиций и последующего ухода [3; 5].

Выводы. Для развития экотуризма необходимо формирование у людей ответственности за природу мировоззрение, столь актуальное в современном обществе, которому нужно научиться заботиться об окружающем их мире.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гусанов А. А. Исследование понятийного аппарата экологического туризма / А. А. Гусанов // Вестник университета (ГУУ). — 2010. — № 1. — С. 34–36.
2. Дроздов А. В. Основы экологического туризма : учебное пособие / А. В. Дроздов. — М. : Гардарики, 2005. — 271 с.
3. Дроздов А. В. Как развивать туризм в национальных парках России / А. В. Дроздов. — М. : Эколого-просветительский центр «Заповедники», 2000. — 116 с.
4. Жигула Л. Д. Экологический туризм: предпосылки зарождения, формирование понятия и современные тенденции развития / Л. Д. Жигула // Вологодские чтения. — 2012. — № 65. — С. 12–13.

5. Жохова В. В. Оценочные критерии конкурентоспособности эколого-туристского продукта / В. В. Жохова // Сборник межвузовской научно-практической конференции. — Находка, Изд-во ИТиБ, 2014. — С. 8–9.

УДК 911.3:379.85

**ПОДХОДЫ К ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ТИПОЛОГИИ
РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

**APPROACHES TO THE TOURIST-RECREATIONAL TYPOLOGY
OF THE REGIONS OF THE VOLGA FEDERAL DISTRICT**

Шабалина С. А., к. г. н.,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет», г. Казань

S. A. Shabalina,
Candidate of Geographic Sciences,
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan

Аннотация

Предложена многофакторная туристско-рекреационная типология субъектов входящих в Приволжский федеральный округ, имеющая структурно-функциональный характер. Она раскрывает типологические черты, а также общие признаки территориальной организации туристско-рекреационной деятельности. Для характеристики регионов и их сравнения выбраны следующие показатели: размер территории и численность населения; общий уровень социально-экономического развития; уровень и характер развития социо-культурных учреждений; особенности туристского спроса; особенности туристского предложения; туристская специализация. Выделено три основных туристских типов регионов.

Annotation

Proposed multifactor tourism and recreation typology of the subjects included in the Volga Federal District, which has structural and functional in nature. It reveals the typological features, as well as the common features of the territorial organization of tourist and recreational activities. For the characteristics of the regions and their comparison is selected the following parameters: the size of territory and population; general level of socio-economic development; the level and nature of socio-cultural institutions; features of tourist demand; features of the tourist offer; tourist specialization. There are three main tourist types of regions.

Ключевые слова: типология, туризм, география туризма, рекреационная география, геоэкономика туризма

Keywords: typology, tourism, geography of tourism, recreational geography, geoeconomics of tourism.

Введение. Большая часть Приволжского федерального округа [1], согласно районированию, принятому в российской науке [2], входит в состав Поволжской туристской зоны. Исключение составляют республика Башкортостан, Пермская и Оренбургская области, которые относятся к Уральской туристской зоне, а также республика Мордовия и Пензенская область, входящие в Южно-Русскую туристскую зону. В свою очередь, входящие в состав Поволжской зоны республика Калмыкия, Астраханская и Волгоградская области входят в состав Южного федерального округа, а Ивановская и Костромская области – в состав Центрального федерального округа (рис. 1).

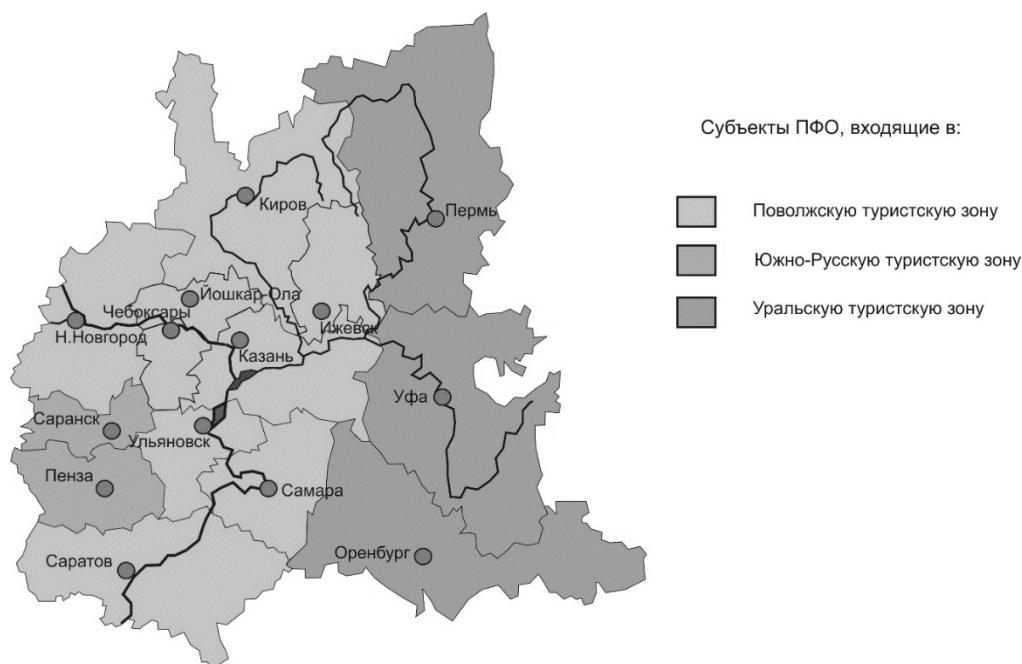


Рисунок 1 – ПФО и туристские зоны федерального значения

Цель исследования. Последние десятилетия в отечественной рекреационной географии обсуждается вопрос о типологии рекреационных (туристских) систем (комплексов). Советские географы-рекреологи, придавая типологии особое значение, даже включали ее в число общих

свойств рекреационной системы наряду с целостностью, эффективностью выполнения функций, иерархичностью и динамичностью [3]. В зависимости от выбранного принципа эти типологии могут быть сгруппированы следующим образом: по функциям рекреационной деятельности, по соотношению в организации отдыха неизменной природы и технических систем, по пространственной ориентации территориальных рекреационных систем [4].

Приволжский федеральный округ является густонаселенной частью России с высокими рекреационными потребностями местного населения, сочетающимися с достаточными и разнообразными рекреационными ресурсами для их удовлетворения. [5].

Результаты исследования. Зонирование Приволжского федерального округа по типам рекреационной специализации – достаточно сложная задача, в идеале требующая изучения природных рекреационных ресурсов и тщательного анализа множества показателей не только в разрезе регионов, но и с выделением рекреационных зон на субрегиональном уровне [7].

На основании проведенных расчетов составим карту, отражающую дифференциацию регионов Приволжского федерального округа по уровню развития в них индустрии рекреации и туризма (рис.2) анализируя которую, можно выявить закономерности в распределении данного показателя по регионам ПФО.

В результате 14 субъектов Приволжского федерального округа разбиваются на 3 туристско-рекреационные зоны. Первая из них – это наиболее развитая Центральная зона, включающая республики Татарстан, Башкортостан, Марий Эл, Чувашию, Нижегородскую, Кировскую и Самарскую области. На данной территории преобладает высокий уровень развития рекреационно-туристской индустрии, а основными типами рекреационной специализации регионов являются общетуристический и спортивно-оздоровительный. Территория обладает относительно большими

природными и культурно-историческими ресурсами, отличается разнообразием ландшафтов, включает 4 из пяти городов-миллионеров округа. В перспективе на территории Центральной зоны возможно формирование Средневолжской территориально-рекреационной системы вокруг центрального и наиболее развитого региона — Республики Татарстан.

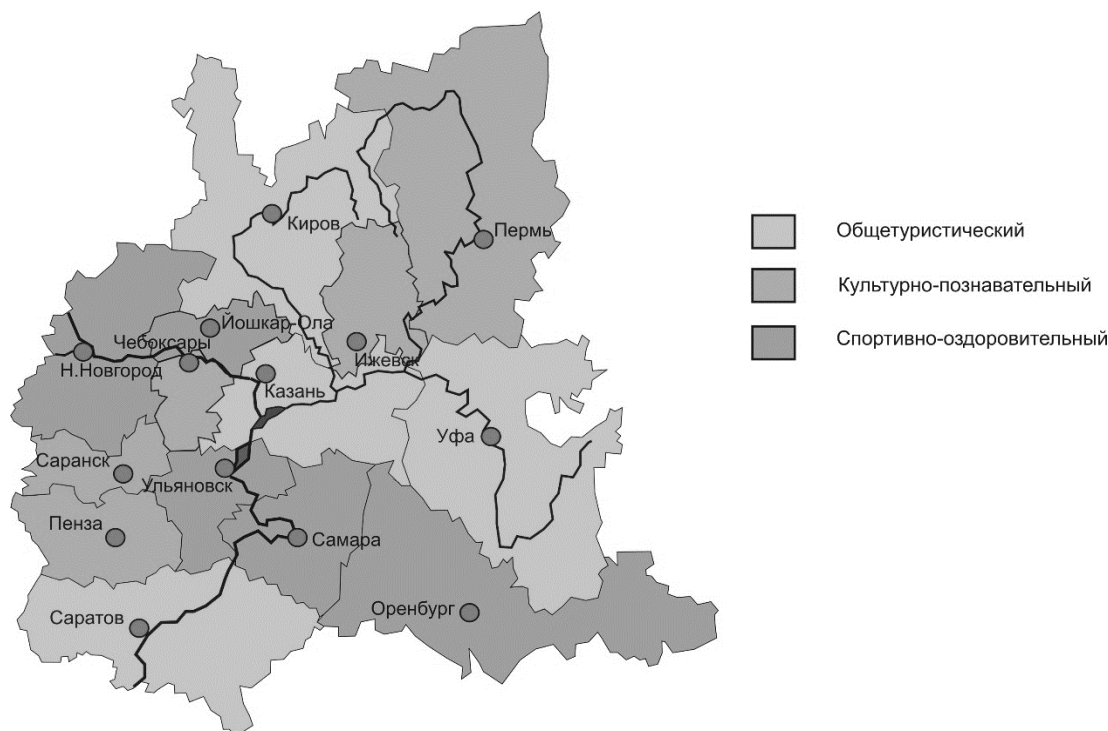


Рисунок 2 – Тип рекреационной специализации регионов ПФО

Вторая зона — это Южная, характеризуемая средним и низким уровнем развития рекреационного хозяйства. Она включает 5 регионов — Мордовию и 4 области — Пензенскую, Ульяновскую, Саратовскую и Оренбургскую. На данной территории мало крупных городов (нет ни одного города-миллионера) и объектов культурно-исторического наследия, она характеризуется относительно однородным и не очень высоким природно-рекреационным потенциалом, три региона не имеют на своей территории крупных рек. Входящие в нее регионы характеризуются средним и низким

социально-экономическим развитием. Для Южной зоны не выделяется какого-либо преобладающего типа рекреационной специализации. Таким образом, данная территория является малоперспективной для развития на ней рекреационно-туристской сферы хозяйства.

Последняя зона — это Северо-восточная, представляющая собой наиболее однородную и компактную территорию. Она включает всего два изученных нами субъекта — Пермскую область (вместе с Коми-Пермяцким автономным округом) и Удмуртскую республику. Зона характеризуется средним уровнем развития рекреационно-туристской индустрии и культурно-познавательным типом специализации. Природно-климатические условия данной территории отличаются меньшей благоприятностью, по сравнению с Центральной зоной. Для этой территории перспективным является развитие отдельных видов рекреационной сферы, прежде всего, культурно-познавательной направленности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт полномочного представителя Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://pfo.gov.ru/> (дата обращения 01.03.2019).

2. Зиновьева А. А. Инфраструктурные проекты как инструмент сглаживания пространственной поляризации в регионе // А. А. Зиновьева, Е. Е. Михеева, С. А. Шабалина. — Казань: ИД «МеДДоК», 2018. — 136 с.

3. География туризма. Федеральное агентство по туризму / В. И. Кружалин, Н. С. Мироненко, Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. — 2014. — 336 с.

4. Шабалина С. А. Пространственная организация рекреационной системы: теоретико-методологические подходы / С. А. Шабалина,

А. М. Трофимов // Проблемы региональной экологии, 2009. — № 2. — С. 78–82.

5. Рекреационное районирование Республики Татарстан / В. П. Сидоров, В. А. Рубцов, С. А. Шабалина, Г. Н. Булатова // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Наук о Земле. — 2014. — Вып. 4. — С. 99–106.

6. Территориальные аспекты развития туризма в Республике Татарстан / С. А. Шабалина, В. А. Рубцов, Э. И. Байбаков. — Казань : Отечество, 2014. — 160 с.

7. Factors that affect the quality of life in Tatarstan / S. A. Shabalina, L. R. Fakhrutdinova, M. R. Mustafin, A. R. Shakirova // Procedia Economics and Finance. — 2015. — № 24. — P. 613.

8. The role of territorial organization of cities in the touristic attraction of the region on the example of the republic of Tatarsatn / N. K. Gabdrakhmanov, V. A. Rubtzov, S. A. Shabalina, M. V. Rozhko, D. Z. Kucheryavenko // Life Science Journal. — 2014. — № 11. — P. 451.

СЕКЦИЯ 8. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

УДК 338.48

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАРКИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНА

THEME PARKS AS A TOOL OF THE REGION PROMOTION

Дугаренко И. А., к. г. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Глухий Е. Л., магистр,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

I. A. Dugarenko,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

E. L. Glukhiy, master
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрен мировой и российский опыт успешного применения тематических парков в качестве инструмента продвижения региона. Выявлены основные тенденции развития парковой индустрии.

Annotation

The article considers the world and the Russian practice of successful using theme parks as a tool for promotion of the region. The authors reveal the main trends of the park industry development.

Ключевые слова: тематический парк, индустрия развлечений, продвижение, парковая индустрия.

Keywords: theme park, entertainment industry, promotion, park industry.

Введение. В современном мире из-за быстрого и напряженного темпа жизни одна из маркетинговых тенденций заключается в том, что

потребитель ищет пути расслабления, что находит отклик в активном развитии индустрии развлечений. Особое место в ней занимают тематические парки. Создание тематического парка может стать одним из возможных способов продвижения региона (города) на рынке туристских услуг. Особенность заключается в том, что такие парки не только удовлетворяют потребность в развлечениях и приносят доход, но и играют позитивную социально-культурную роль.

Цель исследования. Рассмотрение тематических парков как инструмента продвижения региона. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: 1) определить понятие тематических парков; 2) изучить примеры использования тематических парков в качестве маркетинговых инструментов; 3) выявить тенденции развития парковой индустрии развлечений.

Результаты исследования. В научной литературе существует несколько подходов к определению тематических парков. Один из них — расширенный, когда под тематическим парком понимается крупный парк отдыха с аттракционами и наличием сопутствующей инфраструктуры — ресторанов, магазинов, нередко отелей. Другой подход основан на отличительных признаках, отделяющих тематические парки от остальных объектов досуга. Согласно ему, тематические парки — это искусственно созданные познавательно-развлекательные парки, все структуры которых объединены общей темой [1]. Чтобы объединить людей разных возрастов, она должна носить не только увеселительный, но и информационно-познавательный характер. Парки могут быть посвящены абсолютно любым темам, чаще всего истории, культуре, географии, спорту [5].

Идея тематических парков зародилась в Европе и воплотилась в виде парков удовольствия: Сады Тиволи в Копенгагене, Парк Пратера в Вене и др. «Отцом» современной модели тематических парков считается Уолт Дисней [2]. Однако еще в 1952 году, за три года до открытия

«Диснейленда», в юго-западной части Нидерландов благодаря корпорации «Де Эфтелинг» появился парк по мотивам европейских сказок [3]. Расцвет тематических парков пришелся на 50-е годы XX столетия, когда идея традиционных парков досуга изжила себя. Так оформилась принципиально новая концепция организации досуга, воплощенная в оригинальных проектах.

Оригинальная концепция — главное преимущество тематического парка по сравнению с традиционными парками развлечений, но не единственное. Как правило, тематические парки имеют выгодное местоположение за чертой города, с благоприятными условиями для отдыха. Так, старейший тематический парк США «Disneyland» расположен в 60 км к юго-востоку от Лос-Анджелеса, а крупнейший тематический парк Европы «Disneyland Paris» построен в 30 км от Парижа.

В настоящее время только в США насчитывается более 600 тематических парков [1], особенно успешны парки «Disney World» и «Universal Studios». В Европе построено около 20 крупных тематических парков, самые популярные из которых принимают от 2 до 10 млн. посетителей в год [1]. К их числу относятся французские парки «Disneyland Paris», «Futuroscope» и «Asterisk», испанский «Port Aventura» с 5 тематическими зонами: «Средиземноморье», «Дикий Запад», «Мексика», «Полинезия», «Китай» [5]. Тематические парки в регионах Восточной, Юго-Восточной Азии и Океании стали неотъемлемой частью туристической индустрии. Самый известный в Азии парк «Country of dreams» расположен недалеко от Токио.

В России индустрия тематических парков пока ещё только зарождается и представлена в основном луна-парками. «Сочи Парк», открытый 8 марта 2014 года, стал первым тематическим парком мирового уровня в России. Его тематика посвящена героям русских сказок, таким как Змей Горыныч, тридцать три богатыря, жар-птица и др. «Сочи Парк» демонстрирует не

только последние достижения отрасли развлечений, но и популяризирует русский фольклор, выступает как маркетинговый инструмент формирования имиджа России в глазах мирового сообщества. С 2016 года строится уникальный тематический парк — «Остров мечты» на территории Нагатинской поймы (Москва), который станет крупнейшим крытым тематическим парком в мире.

Идея использования парка развлечений в качестве инструмента маркетинга распространена в мировой практике. Тематические парки есть у таких брендов, как Disney, Warner Brothers, Universal Studios и др. К примеру, уже более ста лет существует парк шоколадной компании «Hershey» (США) [4]. Улицы в этом парке названы в честь стран-производителей какао-бобов, а уличные фонари похожи на шоколадные батончики. В ботаническом саду Hershey Gardens растет какао. Всем посетителям парка предлагается бесплатная экскурсия по фабрике. У компании «Hershey» есть последователи, например, парк «Мир Феррари» в Абу-Даби предлагает виртуальную экскурсию по автозаводу «Ferrari», повествующую о дизайне, сборке и тестировании Ferrari GT с эффектом присутствия [1]. «Волшебный мир Гарри Поттера» в Орlando позволяет погрузиться в мир магии: посетитель может стать счастливым обладателем волшебной палочки и мантии волшебника, испробовать сладости из мира магов и даже получить набор для игры в квиддич. Примером вовлечения потребителя в тестирование нового продукта можно считать «Мир воображения» в тематическом парке «Legoland» в г. Биллунд (Дания). В этой зоне находится Lego Mindstorms Center, в котором дети могут создавать свои игрушки из LEGO [5]. Еще один пример от парка «Legoland» - «Мир DUPLO». В одной из зон парка открылась детская автошкола Toyota Traffic School. Это пример коллаборации, позволяющей компаниям «LEGO» и «Toyota» продвинуть свои бренды.

Среди основных тенденций развития парковой индустрии развлечений можно выделить следующие:

1. Многопрофильность. Как показывает опыт, кроме развлекательной функции, успешный тематический парк развивает и другие направления: торговлю, гостиничное дело, организацию общественного питания.

2. Сочетание спорта и развлечений. Возрастающая популярность здорового образа жизни и активного отдыха способствует открытию парков приключений, скалолазно-веревочных парков, полос препятствий, экстремальных парков.

3. Внедрение инноваций. В зарубежной практике активно используются голографические спецэффекты, технологии виртуальной реальности с эффектами присутствия, сенсорные технологии.

4. Сочетание развлечений и обучения. Топовые тематические парки открывают специализированные школы, разрабатывают интересные программы, приглашают спикеров и организуют семинары. Например, тематический парк «Дисней Уорлд» предлагает широкий спектр курсов от фигурной стрижки кустов до теории и практики менеджмента.

Выводы. Таким образом, тематические парки могут выступать в качестве инструмента продвижения региона, особенно если концепция парка переплетена с местной культурой и историей и отражает уникальность территории. Стратегическое преимущество за теми парками, которые в своей деятельности учитывают основные тенденции развития парковой индустрии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. Ю. Тематические парки мира: учебное пособие / А. Ю. Александрова, О. Н. Сединкина. — М. : КноРус, 2011. — 207 с.

2. Александрова А. Ю. Легендарные предприниматели в индустрии туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2008. — № 7. — С. 21–29.

3. Артёмова Е. Н. Основы гостеприимства и туризма : учебное пособие / Е. Н. Артёмова, В. А. Козлова. — Орёл : ОрёлГТУ, 2005. — 104 с.

4. Кудрявцева О. В. Тематические развлекательные парки: зарубежный опыт и российские перспективы / О. В. Кудрявцева, М. Д. Твердохлебова // Территория и планирование. — 2008. — № 6 (18).

5. Терлеева О. Н. Экономико-географические преимущества транснационализации тематических парков / О. Н. Терлеева // Материалы XIV Междунар. конф. студ., аспирантов и молодых ученых. — М. : СП «Мысль», 2007. — С. 249–250.

УДК 338.48

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ASPECTS OF FORMING IMAGE POLICY IN THE LENINGRAD REGION

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Граб И. В., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

I. V. Grab, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной статье освещены основные проблемы формирования имиджевой политики Ленинградской области. Выделены сильные стороны и зоны роста.

Annotation

This article highlights the main problems in shaping the image policy of the Leningrad Region. Strengths and growth zones are highlighted.

Ключевые слова: бренд, имидж, Ленинградская область, религиозный туризм.

Keywords: brand, image, Leningrad region, religious tourism.

Введение. Бренд территории в туристской индустрии является не просто термином, который со стремительной скоростью распространяется в современном мире. Это феномен привлекающий массы исследователей, стремящихся понять его содержание и наполненность, методы и практики его использования в системе рынка.

За основу имиджа (бренда) территории взята идея показать и наглядно донести до общества представления уникальности определенного региона. Но стоит заметить, что имидж территории и территориальный маркетинг довольно разные понятия, которые в случае проведения имиджевой кампании в определенном регионе, вынуждены дополнять друг друга инструментами обеих дисциплин.

Цель исследования. Изучить имиджевую политику Ленинградской области, определить имидж региона и выделить зоны роста туристского развития.

Результаты исследования. Стоит считать, что имидж (бренд) территории является сложной и усовершенствованной формулой маркетинга позволяющая осмысленно и эффективно сформировать бренд региона с учетом его развитости и популярности на данный период времени. Говоря доступным языком, перед собой мы видим небоскреб, шпиль которого – имидж (бренд), а несущая основа и фундамент — маркетинг (рис. 1).

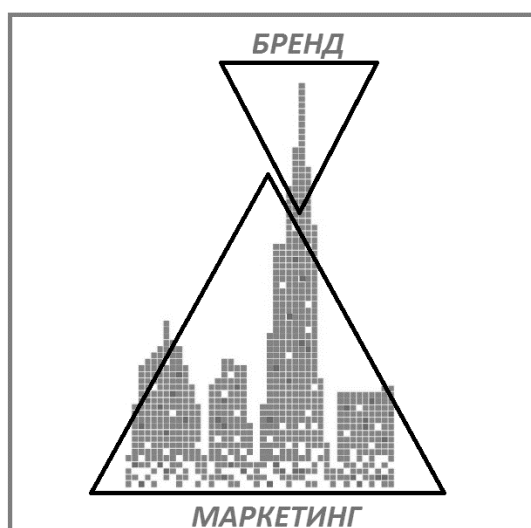


Рисунок 1 – Структура маркетинга и бренда

В этом случае не стоит упускать из внимания маркетинг, ведь он тоже имеет свой «небоскреб», но не имеет логотипа. Его «шпиль» - это влияние на разум и сознание потребителя, а бренд, в свою очередь — голова.

К примеру, возьмём Ленинградскую область, и определим, как имеющиеся туристские ресурсы влияют на создания имиджа данной территории. Выделим один вид туризма — религиозный.

Религиозный туризм — это определённый тип деятельности, который связан с предоставлением различных видов услуг потребителю и удовлетворению его потребности. Характерной чертой религиозного туризма служит посещение туристами святых мест и религиозных центров, находящихся за пределами их привычного места обитания. Этот вид туризма основан на различных типах вероисповедания и несет свои истоки с древних времён.

В Ленинградской области существует большой и уникальный потенциал природных и историко-культурных ресурсов, которые в свою очередь способствуют развитию туризма в регионе. Из года в год область с населением приблизительно два миллиона человек посещает такое же число

туристов. При этом, сложно выделить число тех, кто посещает регион исключительно с целью религиозного туризма.

Индустрия религиозного туризма разветвляется на четыре сегмента предприятий:

- предприятия транспортировки;
- предприятия питания (включат базы кафе, ресторанов и т. д.);
- предприятия размещения (гостиницы, хостелы, кемпинги и т. д.);
- объекты религиозного достояния (монастыри, храмы, святилища, комплексы храмов, часовни, капеллы, придорожные кресты и т. д.; природные объекты культа — рощи, реки, святые источники, озера, пруды и т. д.).

Стоит заметить, если уход и содержание самих объектов — это прерогатива непосредственных владельцев, то вопрос инфраструктуры территории, её обустройства, развитие предприятий размещения и питания — забота органов власти.

Проведя анализ, как развиваются предприятия сферы гостеприимства в данном регионе, можно сделать вывод, что они располагаются неравномерно и их недостаточность, для удовлетворения потребности туриста. Муниципалитеты разительно отличаются по уровню развития туристкой инфраструктуры.

Самыми развитыми, в данном случае, являются Выборгский и Приозерский районы, остальные территории существенно от них отстают в развитии сферы гостеприимства.

Сегодня имидж любой территории Российской Федерации значительно страдает от самых банальных вещей: неустроенности места, дороги в критичном состоянии (разбиты; в некоторых местах их отсутствие), недостаточно качественных объектов предприятий питания и средств размещения, и в отдельных случаях отсутствие современных, доступных и приличных по уровню санитарно-гигиенического состояния туалетов.

Органы местного самоуправления, должны инициировать привлечения частного бизнеса в сферу туризма из-за ограниченных бюджетных ресурсов. Это партнерство будет напрямую влиять на интенсивное развитие в индустрии гостеприимства. В следствие мы получим — сформированный положительный имидж региона.

Ведя речь о имидже Ленинградской области, стоит выделить, что необходимо с большей активностью поддерживать традиции региона. Большинство областей и уголков Российской Федерации пользуются колоссальной популярностью благодаря народным промыслам: Иваново — палехской миниатюрой, Вятка — дымковской игрушкой, Нижний Новгород славится хохломой и т. д. Ленинградская область тоже не исключение. В дореволюционные годы «бренд» области имел популярность по всей территории нашей необъятной родины — России. Сегодня эти ремесла стремительно возобновляются. Хотя, местные власти в этом на этом не акцентируют. В большей мере это практикуют «энтузиасты», которые заинтересованы в большом трафике туристов. В Лодейнопойском районе — игрушки и посуда, кружево в Киришах, в Выборге — керамика. Изготавливаются изделия в небольших количествах и не имеют большого разнообразия, но это делает их ценнее. На данный момент имеется довольно маленькое число интернет ресурсов, посвященных народным ремеслам; нет интернет-магазинов, которые могли бы продавать изделия мастеров. Это затормаживает «скоростной состав» развития имиджа территории.

В регионе большая концентрация храмов, монастырей и икон; такого количества, как в Ленинградской области, нет нигде. А основным магнитом для туристов может стать Старая Ладога — первая столица Древней Руси.

Выводы. На интенсивное развитие имиджа Ленинградской области может повлиять организация систематического подхода и формирования основных инструментов маркетинга территории. Имидж (бренд) — это восприятие, причина для конкретного выбора, а сам по себе брендинг — это

управление изменениям восприятия. В этом случае можно подвести краткий итог: не стоит начинать проектировать имидж территории с создания логотипа или создания рекламы. Изначально необходимо разработать бизнес-план, стратегию, которая позволяет понять — что нужно развивать, усовершенствовать в регионе. Нужно определиться, каким образом привлечь туристов. Какие услуги будут приносить основной доход, куда и кому будут предоставляться туристские услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексунин В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Алексунин В. А. — М. : Маркетинг, 2001. — 516 с.
2. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма социально-культурного сервиса / Богалдин-Малых В. В. — М. : Дело, 2003. — 560 с.
3. Бодуан Ж. П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство / Бодуан Ж. П. — М. : КГ «Имидж-контакт», «Инфра-М», 2001. — 229 с.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА

THE FORMATION OF THE TOURIST IMAGE OF THE REGION

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Киреева Л. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

L. A. Kirieieva, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются подходы к формированию туристского имиджа региона. В ходе исследования определены группы факторов, влияющих на туристический имидж региона.

Annotation

The article deals with the approaches to the formation of the tourist image of the region. The study identified a group of factors that affect the tourist image of the region.

Ключевые слова: туристский имидж, дестинация, регион, факторы.

Keywords: tourist image, destination, region, factors.

Введение. Имидж в переводе с английского языка (image) — это изображение, образ. Последнее десятилетие понятие «имидж» активно используется в туристической сфере, а именно в маркетинге территории. В современной информационной эре имидж имеет уже не абстрактное значение, а конкретное воплощение и экономическое содержание. Имидж региона — это определенной нематериальный актив, имеющий конкретную стоимость, это экономическое понятие, влияет на большое количество смежных сфер деятельности, и способно значительно повысить показатели конкурентоспособности региона на мировом туристическом рынке [1].

Целью исследования является определение группы факторов, влияющих на туристический имидж региона.

Результаты исследования. Имидж региона является совокупным показателем, сложной комплексной категорией, трудно поддается количественной и качественной оценке. Каждый регион имеет свой собственный имидж, который является результатом его достижений в

социальной, культурной, политической, экономической, демографической, образовательной, исторической и других сферах деятельности [2].

Согласно определению Всемирной туристической организации, имидж территории — это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа [4]. Это определение является базовым в научных трудах многих ученых. Оно учитывает комплексный характер дефиниции «имидж территории», но акцентирует внимание на объекте (территории), не считая маркетинговую составляющую имиджмейкингу.

Итак, акцентируя внимание именно на маркетинговой составляющей такой категории как «имидж региона», под имиджем региона в данной работе мы понимаем комплексную мнению целевой аудитории о регионе, которая сложилась стихийно или под влиянием специально принятых маркетинговых мероприятий [3].

В целом, анализируя литературу по исследуемой тематике, можно сделать выводы, что понятие «туристический имидж региона» и «имидж региона» по своей сути и комплексным пониманием - однородная дефиниции. Туристический имидж региона конкретизирует и определяет определенную область охвата, что определяется более узкой целевой группой общественности, акцентированием на характеристиках региона, имеют большее значение для определенной целевой группы.

Итак, определим понятие «факторы». В данном исследовании под факторами понимают условия, причины, движущую силу для развития того или иного процесса или явления.

Следует отметить, что среди элементов туристического имиджа выделяют объективную и субъективную составляющие [5].

Объективной составляющей туристического имиджа территории является совокупность конкурентных преимуществ и недостатков,

влияющих на общую конкурентоспособность региона. К этой составляющей относят особенности специализации региона, имеющийся туристический потенциал, уровень развития туристической инфраструктуры и социальной сферы, инвестиционную привлекательность и др.

Вторая составляющая туристического имиджа территории имеет субъективный характер и зависит от определенных действий людей, которые формируют те или иные представления о регионе. Во-первых, это оценка региона его потребителями — властью, местными жителями, туристами, предпринимателями, инвесторами, основанный на собственном опыте и наблюдениях. Во-вторых, это действия местной власти, ее отношение к туристической сфере, имиджмейкингу и необходимости продвижения территории как единого туристического продукта. Имидж региона зависит и от характера взаимоотношений всех участников процесса имиджмейкингу. При исследовании субъективной составляющей формирования имиджа территории следует учитывать действия СМИ, грамотно, используя которые можно добиться значительных успехов в продвижении созданного имиджа в целевые группы.

Две составляющие туристического имиджа региона неразрывно взаимосвязаны, и если объективная составляющая является основой для создания определенного туристического имиджа, то субъективная часть - это призма, через которую проходят фундаментальные признаки и свойства региона. Именно эмоциональная составляющая способна выявить необходимые конкурентные преимущества, которые будут иметь значение и влияние на целевые группы.

При формировании туристического имиджа решающую роль играет имиджевая политика региона, которая проявляется в стратегическом планировании, тактическом управлении и политике продвижения различных аспектов и достижений жизнедеятельности региона. Имиджевая

политика региона является составной регионального маркетинга. С этой точки зрения, регион рассматривается как «туристический продукт», а все мероприятия, проводимые в рамках политики направляются на целевые аудитории.

При формировании и управлении имиджем региона необходимо выявить, проанализировать и оценить современное состояние тех факторов, влияющих на создание привлекательного туристического имиджа.

Подход к определению факторов, влияющих на формирование имиджа дестинации предложил Дж. И. Кроуч. Ученый выделяет следующие категории имиджевых факторов:

1. Основные ресурсы и факторы: фундаментальные компоненты, формирующие туристический имидж региона, причины, которые притягивают основные целевые группы в тот или иной регион.

2. Поддерживающие факторы и ресурсы: трамплин для развития туризма в регионе, это база для развития туристического потенциала территории сосредоточен в первой группе.

3. Региональная политика планирования и развития: общее направление и стратегическое управление экономической, социальной и другими сферами жизнедеятельности региона.

4. Менеджмент дестинации: тактические действия администрации региона, опирающихся на региональную политику и показывают способность руководство к конкретным мерам.

5. Специфические факторы, определяющие потенциал и рамки формирования имиджа территории, факторы, которые не вошли в предыдущие четыре категории. Способны значительно влиять на процесс формирования имиджа или не влиять вовсе, при этом их вклад достаточно сложно оценить.

Группа факторов Дж. И. Кроуча является наиболее комплексной, но и она требует уточнений, дополнений и пояснений.

Выводы. Рассматривая регион и его туристический потенциал как отдельный туристический продукт, следует отметить, что он является частью страны и рассматривать их отдельно друг от друга невозможно. Представленный подход акцентирует внимание на маркетинговую сторону исследуемого вопроса, в котором туристический регион нами выделены из туристического предложения всей страны и рассматривается как самостоятельный туристический продукт, способен конкурировать на мировом туристическом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Горохов А. Ф. Методические положения по формированию бренда туристической дестинации / А. Ф. Горохов // Проблемы современной экономики. — № 3(19). — С. 54.

2. Горохов А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / А. Ф. Горохов. — СПб., 2007. — 26 с.

3. Ополченев И. И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции / И. И. Ополченев. — М. : Советский Спорт, 2003. — 256 с.

4. Таранова Ю. В. Туристический имидж страны / Ю. В. Таранова // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации : сб. науч. трудов. Вып. 3 / отв. ред. Д. П. Гавра. — СПб. : Роза мира, 2009. — 264 с.

5. Филиппова И. Г. География туризма : учебник / И. Г. Филиппова, В. Л. Погодина, Е. А. Лукьянов / под редакцией профессора, засл. работника высшей школы РФ Е. И. Богданова. — СПб. : Изд.дом «Бизнес-пресса», 2007. — 264 с.

УДК 313.42

**ТУРИЗМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

**TOURISM AS A FACTOR SOCIO-ECONOMIC
DEVELOPMENT OF THE REGION**

Ячmeneва В. М., д. э. н., профессор,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Ячmeneв Е. Ф., к. э. н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V. M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

E. F. Yachmenev,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Установлено, что социальным эффектом от развития туристского кластера в Крыму станет: повышение качества жизни населения страны (оздоровление, снижение заболеваемости и т. п.); повышение уровня жизни местного населения (доходности и покупательской способности), рост занятого населения в экономике региона.

Annotation

It has been established that the social effect of the development of the tourist cluster in the Crimea will be: improvement of the quality of life of the population of the country (recovery, reduction in the incidence, etc.); improving the living standards of the local population (profitability and purchasing power), the growth of the employed population in the regional economy.

Ключевые слова: туризм, развитие, фактор, социально-экономический, процесс.

Keywords: tourism, development, factor, socio-economic, process.

Введение. Известно, что любые изменения во внешней среде требуют от государства, региона или предприятия реализации определенных

мероприятий, т. е. комплекса мер по адаптации к этим изменениям. Выявление внутреннего потенциала социально-экономического развития и формирование на их основе инновационных конкурентных преимуществ является адекватной реакцией на изменения любого характера. Наиболее действенным инструментом социально-экономического развития в современных условиях является кластеризация экономики.

Кластеризация — это процесс разбиения совокупности субъектов рыночной экономики на однородные группы (кластеры). По своей сути, задача кластеризации экономики сводится к определению ее «точек роста». Кластеры по своему содержанию способствуют: привлечению инвестиций в регион; укрепляют и расширяют позиции на рынке; создают технологические платформы для инновационного развития; способствуют интеграции науки, бизнеса и власти; развивают государственно-частное и муниципально-частное партнерство; формируют центры профессиональных компетенций; развивают коммуникации; обеспечивают занятость населения.

По мнению М. Портера, «кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций определённой сферы, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [1]. По мнению Томаса Андерссона, «кластеризация — это процесс совместного расположения фирм и других действующих лиц внутри концентрированной географической области, кооперации вокруг определенной функциональной ниши и установлении тесных взаимосвязей и рабочих альянсов для усиления их коллективной конкурентоспособности» [2]. Понятие «процесс» отражает последовательную смену одного состояния социально-экономической системы другим во времени и пространстве. По своей сути процесс — это совокупность последовательных действий, направленных на развитие экономики региона.

Рассмотрим процесс кластеризации экономики региона на примере Республики Крым. Учитывая особенности географического положения, территориальную общность, ресурсный потенциал и особый статус Республики Крым (нахождение региона под длительными международными санкциями), кластеризация её экономики стала адекватной реакцией на вызовы внешней среды.

Законом Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» от 28 декабря 2016 года № 352-ЗРК/2017, предусмотрено формирование на территории республики семи кластеров, которые позволят создать технологические платформы на основе прорывных технологий и разработать крымский продукт [3]. На базе ГАУ РК «Центр инвестиций и регионального развития», создан Центр кластерного развития Республики Крым, который в 2018 году зарегистрировал четыре территориальных кластера: АгроБиоТех кластер; Судостроительный кластер; Креативный кластер; Туристский кластер. К 2020 году планируется создать дополнительно еще три кластера: IT-кластер; Медико-биологический и Химический кластеры. Перечисленные выше кластеры охватывают приоритетные направления экономики Республики Крым, являются объединениями предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг.

Результаты исследования. Для Республики Крым, как и для Юга Российской Федерации, одним из приоритетных направлений экономики, является туризм. По данным ВТО в 2018 году число туристов составило 1323 млн чел., сумма поступлений составила 1,49 трлн долларов. В этом же году Россия вернулась в Топ-10 мирового рейтинга ВТО по расходам на туризм и заняла 8-е место [4]. Республика Крым уверенно завоевывает

позиции на внутреннем рынке туристских и санаторно-курортных услуг. Так, в 2018 году 4-е курортных города республики (Ялта, Алушта, Феодосия и Евпатория) вошли в рейтинг Топ-10 курортов России «Лето-2018» и заняли соответственно 4-е, 6-е, 7-е и 8-е места. Качество пляжей в Крыму с каждым годом становится выше, о чем свидетельствует их международное признание Фондом экологического образования (FEE). В 2017 году Массандровский пляж получил от FEE премию «Голубой флаг», в 2018 году еще 3-и пляжа Крыма подали заявки в FEE и участвую в конкурсе на присуждение премии.

Рост валового регионального продукта Крыма в период с 2015 по 2017 годы составил 28 %, доходы от туристской деятельности увеличились в два раза, а численность занятых в сфере туризма сократилась на 14 % [5]. Сокращение численности занятости объясняется тем, что в переходный период потребовались, во-первых, новая регистрация бизнеса и получение разрешающих документов; во-вторых, модернизация (автоматизация) рабочих мест и внедрение новых технологий. Создание любого кластера требует предварительного глубокого анализа обеспеченности по различным направлениям, в т. ч.: законами и нормативно-правовыми актами; компетентными кадрами; ресурсным потенциалом; развитой инфраструктурой.

Для развития туристско-рекреационной деятельности в Республике Крым сформирована нормативно-правовая база, которая гармонично вписана в правовое поле Российской Федерации. Но существует ряд законов, подзаконных актов и стратегий по территориальному развитию федеральных округов, в которых нет Республики Крым, в силу того, что нормативные акты были приняты до вхождения республики в состав Российской Федерации.

Что касается обеспеченности компетентными кадрами, то на данный момент созданы ряд центров с эффективными программами подготовки и переподготовки кадров в сфере туризма, центры аттестации и аккредитации.

Перспективным направлением развития туризма (Целью создания туристского кластера) в Крыму является обеспечение условий для формирования конкурентоспособного крымского туристского продукта, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан, основанного на технологической платформе «Умный Крым», способной: обеспечить информационное пространство, сопряженное со смежными кластерами и отраслями, которые прямо или косвенно принимают участие в создании крымского турпродукта; сохранить баланс интересов участников туристского кластера и стейкхолдеров, совмещая их в пространстве и во времени; адаптировать к экономике Крыма сателлитные счета туризма и обеспечить их нормативно-правовую базу; сформировать клиентелу.

«Умный Крым» как технологическая платформа нацелен на уровень мирового курорта за счет обеспечения высокотехнологичного, конкурентоспособного крымского продукта, способного вывести Республику Крым на лидерские инновационные позиции в России («Крым — жемчужина России») и стать центром притяжения международного туризма. Туристический кластер способствует повышению занятости и самозанятости населения, повышению уровня его доходов и экономическому росту Республике Крым.

Концентрация объектов показа историко-культурного и туристского потенциала, говорит о территориях, которые исторически развиваются как туристические.

Наличие большого количества видов туризма в различных экономических микрорегионах, свидетельствует об их инфраструктурной обеспеченности и востребованности.

По освоению ресурсного потенциала (количество пляжей) туризм в республике развивается по модернизационному сценарию и в 2018 году достиг показателей, установленных «Стратегией социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» для 2020 года, а по некоторым — уровня 2030 года. Это говорит о том, что экономика республики готова переходить на инновационный сценарий развития.

По наличию природных лечебных и рекреационных ресурсов пять экономических микрорегионов Республики Крым обладают всеми возможными ресурсами. Коллективные средства размещения в разрезе экономических микрорегионов распределились следующим образом: лидером является Южный микрорегион, на него приходится 36 %; Западный — 28 %; Юго-восточный — 23 %, на остальные — 13 %. По качеству сервисного обслуживания соперничают между собой гостиницы и частные домовладения (соответственно 39 % и 37,5 %) за ними следуют санатории и пансионаты, вместе они удовлетворяют потребности 18 % потребителей.

Наличие и развитость инфраструктуры в регионе играет существенную роль в его развитии. Так, доступность региона во многом определяет потоки туристов. Ограниченность в доступе всегда порождает неудобства и сказывается на стоимости услуг. Так в 2018 году в связи с открытием Крымского моста поток туристов увеличился более чем на миллион. Из-за неравномерной развитости инфраструктуры на полуострове мы наблюдаем неравномерность распределения туристских потоков, ситуация к 2018 году выравнивается.

Учитывая потребительские предпочтения нами определены виды туризма, которые составляют базовую основу туристского кластера Республики Крым по 5-ти экономическим регионам, а именно, Южному, Юго-Восточному, Восточному, Центральному и Западному. Эти виды туризма не конкурируют между собой, а гармонично дополняют друг друга,

создавая целостную историко-культурную картину Крыма. Виды туризма, которые имеют 100 % ресурсное и инфраструктурное обеспечение, составляют ядро туристического кластера, а проекты, реализуемые в микрорегионах являются якорными.

Выводы. Социальным эффектом от развития туристского кластера станет: повышение качества жизни населения страны (оздоровление, снижение заболеваемости и т. п.); повышение уровня жизни местного населения (доходности и покупательской способности), занятого в экономике региона.

Формирование и развитие туристского кластера в Республике Крым позволит: имплементировать новые виды туризма, не противоречащие специализациям экономических микрорегионов, вошедшие в кластер как субкластеры; разработать и внедрить новые направления в санаторно-курортном, лечебно-оздоровительном и др. видах туризма, учитывающих реальный технологический и коммерческий потенциал стейкхолдеров и участников кластера; сохранить самостоятельность и идентичность микрорегионов; внедрять технологические платформы; создать сетевые структуры; нивелировать угрозы по оттоку квалифицированных кадров; повысить уровень конкуренции среди курортных регионов Российской Федерации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 453 с.

2. Andersson, Thomas, Sylvia Schwaag Serger, Jens Sorvik, and Emily Wise Hansson. The Cluster Policies Whitebook. International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development, Malmo, 2004.

3. Закон Республики Крым «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» от 28 декабря 2016 года № 352-ЗРК/2017.

4. Барометр международного туризма ЮН ВТО. — Том 16, январь 2018 — Стат. прил. — Режим доступа : http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Annex_ru.pdf.

5. Туризм и туристические ресурсы Республики Крым на 2017 год : Стат. сб. / Крымстат. — Симферополь, 2018. — 144 с.

**СЕКЦИЯ 9. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО
ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

УДК 338.48

**МЕТОДИКА РЕКРЕАТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НАПРАВЛЕННОЙ НА ПОДДЕРЖАНИЕ
УРОВНЯ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ТУРИСТОВ-
СПОРТСМЕНОВ**

**THE METHOD OF RECREATIVE AND RECREATIONAL
ACTIVITIES AIMED AT MAINTAINING THE LEVEL OF PHYSICAL
FITNESS TOURISTS, ATHLETES**

Афанасьева Е. А., студентка,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

E. A. Afanasyeva, student,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В статье представлена методика методика рекреативно-оздоровительной деятельности для п поддержания подготовленности туристов-спортсменов.

Annotation

The method of recreative and recreational activities aimed at maintaining the level of physical fitness tourists, athletes.

Ключевые слова: методика, туристов-спортсменов, физическая подготовка, физическая нагрузка.

Keywords: methods, tourists, athletes, physical training, physical activity.

Введение. Должное поддержание уровня физической подготовленности является важным аспектом в подготовке туриста-спортсмена.

Цель исследования. Перед тренером по спортивному туризму при решении воспитательных, образовательных задач и задач физического развития туриста-спортсмена, в процессе физического воспитания, спортивной тренировки, физической рекреации и реабилитации, важное значение приобретают способы применения избранных средств, которые помогут более успешно и продуктивно достигнуть наивысшего результата [1].

Результаты исследования. Методика рекреативно-оздоровительной деятельности является сложной и наименее разработанной системой, в связи с минимальной управляемостью такого рода деятельности. К основным методам, применяемым в организации рекреационно-оздоровительной деятельности, относятся [2]:

1. Метод вовлечения в то или иное рекреационно-оздоровительное занятие;

2. Метод замены или вытеснения малоценных занятий на способствующие проведению здорового образа жизни;

3. Метод примера, конкретность и привлекательность которого используют в пропаганде здорового образа жизни;

4. Метод организации игрового действия.

Использование методов, приемов и способов организации рекреативно-оздоровительной деятельности должно быть направлено на решение следующих конкретных задач [3]:

1. Снятие психического и физического утомления, усталости, восстановления растроченных сил человека. Достижения физической релаксации организма и эмоционально-психической разрядки. В качестве дополнения можно применять рефлексии и звуко-терапию для разрядки эмоционального состояния.

2. Рекреационно-оздоровительная деятельность должна быть связана с гедонистическими функциями досуга. Она должна доставлять человеку

удовольствие, наслаждение и включать в себя элементы развлекательного характера. А также элементы подвижных игр, активный отдых с квестовым наполнением и соревновательным аспектами.

3. В процессе организации рекреационно-оздоровительной деятельности должны решаться задачи развивающе-воспитывающего характера, пропаганды здорового образа жизни.

4. Рекреационно-оздоровительные возможности в сфере досуга полностью реализуются при наличии научно-обоснованной методики, которая строго дифференцирована в соответствии с особенностями разных категорий населения. Должна учитывать возрастные особенности, а также индивидуальные, а также адаптированы для лиц с ограниченными возможностями.

Для того чтобы физкультурные занятия с оздоровительной направленностью оказывали на человека только положительное влияние, необходимо соблюдать ряд методических правил [1]:

1. Постепенность наращивания интенсивности и длительности нагрузок.

При низкой исходной тренированности добавления нагрузки должно составлять 3–5 % в день по отношению к достигнутому уровню, а после достижения высоких показателей — меньше.

Стоит постепенно увеличивать нагрузку, не перегружая организм. Организм должен адаптироваться, чтобы в дальнейшем справляться с более длительными и сложными заданиями.

Данное действие можно выполнить следующими способами:

- увеличение частоты занятий;
- увеличение продолжительности занятий;
- увеличение плотности занятий, то есть времени, которое уходит на выполнение физических упражнений. На первых занятиях она равна

примерно 45–50 %, по мере приспособления организма к физическим нагрузкам она может достигнуть 70–75 % общего времени занятий;

- увеличение интенсивности и темпа занятий, при котором выполняются физические упражнения;

- постепенное применение разнообразных средств, используемых на тренировке, для оказания воздействия на различные мышечные группы, суставы и внутренние органы;

- увеличение сложности и амплитуды движений.

Ко всем выше перечисленных методов гармонично вписывается применения разных методов тренировок таких как, круговая тренировка, интервальная, поточно интервальный метод тренировки и др.

В зависимости от самочувствия, погоды, степени подготовленности занимающихся можно увеличить или уменьшить разминку, основную и заключительную части занятий, а также добавить дыхательную гимнастику для эффективного восстановления функциональных возможностей.

2. Разнообразие применяемых средств. Для качественного разнообразия физических нагрузок достаточно 7–12 упражнений, но упражнения должны существенно отличающихся друг от друга. Эффективными средствами разносторонней тренировки, включающими в работу большое количество мышц. А также учитывать возрастные и индивидуальные особенности занимающихся.

Выводы. Методика рекреативно-оздоровительной деятельности состоит из методов, применяемых тренером в учебно-тренировочном процессе туриста-спортсмена. Выбор методов напрямую зависит от поставленной цели перед туристом-спортсменом и решается большим спектром методов и педагогических приёмов. Так же очень важно соблюдать нормирования нагрузок и отдыха, безопасности при выполнении тех или иных физических нагрузок.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Таймазова В. А. Теория и методика спортивного туризма / В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотов. — М. : Советский спорт, 2014. — 424 с.
2. Быховская И. М. Физическая культура как практическая аксиология человеческого тела: методологические проблемы / И. М. Быховская // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. — 1996. — № 2. — С. 25–28.
3. Зайцев В. П. Физическое воспитание студентов / В. П. Зайцев, К. Прусик, С. С. Ермаков. — М., 2011. — 321 с.
4. Ивченко Е. А. Теоретико-методические основы двигательной рекреации : Учебное пособие / Е. А. Ивченко ; Национальный гос. ун-т физ. культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. — СПб., 2009. — 107 с.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF CHILDREN'S HEALTH TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Денисюк Н. П., студентка,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

N. P. Denisyuk, student,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрены проблемы развития детской оздоровительной туристской отрасли в Российской Федерации, а также охарактеризованы основные факторы, оказывающие влияние на сферу туризма в стране.

Annotation

This article discusses the problems of development of children's health tourism industry in the Russian Federation, as well as the main factors affecting the tourism sector in the country.

Ключевые слова: детская оздоровительная туристская отрасль, туризм, Российская Федерация, потенциал, развитие, туристская инфраструктура.

Keywords: children's health tourism industry, tourism, Russian Federation, potential, development, tourist infrastructure.

Введение. Российская Федерация является одной из уникальных стран, особенность которой заключается в редком сочетании богатого историко-культурологического и природно-климатического потенциала. Сочетание этих факторов представляет собой основу развития детской оздоровительной туристской отрасли в регионе и служит отличной базой для формирования современного международного туристского центра.

Особое место в России в сфере туристического бизнеса занимает детский туризм. Это один из самых устойчивых сегментов отечественного туристического рынка. У нас в стране данный вид путешествий носит социальный статус, что означает полное или частичное его финансирование за счет госбюджета.

Регулирование детской оздоровительной туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется с помощью законодательной базы Российской Федерации, основными документами для регулирования являются Конституция РФ. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 18.04.2018).

Цель исследования заключается в выявлении основных проблем детского оздоровительного туризма и путей его совершенствования.

Результаты исследования. Проблема развития детского туризма очень актуальна. В перспективе детский оздоровительный туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России. Эффективное функционирование детского оздоровительного

туризма определяется активной социальной политикой государства, которое создает необходимые условия для оздоровления детей и подростков, как важного звена укрепления здоровья подрастающего поколения россиян.

Анализ и оценка туристских ресурсов и статистических ресурсов позволили выявить факторы, оказывающие сдерживающее влияние на динамическое развитие детского оздоровительного туризма и курортно-санаторной отрасли в Российской Федерации. Так, к основным факторам, сдерживающим развитие детской оздоровительной туристской отрасли в Российской Федерации можно отнести:

– важная проблема — отсутствие законодательной базы. В 1998 г. был принят закон «О внесении дополнений и изменений в Закон Российской Федерации об основных гарантиях прав ребенка». Поправки предусматривали государственную защиту детских оздоровительных учреждений, финансирование из федерального бюджета и ряд других положений. Сегодня ежегодно выделяемые из бюджета средства приходится «выбивать»;

– с повышением налогов стали расти цены на путевки. Еще одна проблема - налог на землю. Если не решить эти вопросы законодательно, можно потерять наши детские оздоровительные здравницы - они станут не по карману большинству родителей.

– одна из главных проблем — государственная или ведомственная принадлежность значительной части детских оздоровительных здравниц;

– отсутствуют налаженные связи между здравницами и турпредприятиями: чтобы повысить заполняемость лагерей детского отдыха, администрация не привлекает к сотрудничеству турфирмы;

– одна из важных проблем — связь. Детские здравницы расположены, как правило, в сельской местности и, чтобы позвонить, приходится иногда ехать в областной центр. Из-за всех этих проблем на отечественные центры

отдыха и Крым приходится только 15 % реализуемых детских туров. 80 % клиентов предпочитают Болгарию, Словению и Венгрию;

– переезд детей в плацкартном вагоне — тоже проблема. Хотя такой способ передвижения снижает себестоимость путевки и повышает безопасность детей, которые находятся на виду у сопровождающих, родителей трудно в этом убедить;

– отправляя детей за рубеж, компания сама должна позаботиться об их безопасности, что вызывает дополнительные расходы;

– одна из существенных проблем — детский травматизм. Несмотря на ошеломляющую статистику, в России нет ни одной государственной программы по его снижению.

В процессе исследования, мною были решены следующие поставленные задачи:

– изучение теоретической, методологической литературы по проблеме исследования;

– определение основных понятий, связанных со сферой туризма;

– выявление особенностей детского туризма;

– анализ современной ситуации на рынке детского туризма;

– предложение путей совершенствования детского туризма.

Вывод. На современном этапе в детском оздоровительном туризме остро стоят следующие проблемы:

– слабая государственная поддержка развития детского туризма;

– вхождение системы отдыха и оздоровления детей в рыночные отношения, связанное с большими трудностями, вызванными отсутствием опыта работы;

– слабая дифференциация предлагаемых услуг и отсутствие должного профессионализма для работы в сфере детского оздоровительного туризма;

– хронический дефицит капитальных вложений в развитие туристско-оздоровительных учреждений.

Реализация предложенных направлений позволит сделать туристический рынок детских оздоровительных услуг более доступным для потребителей со средним достатком, повысить уровень сервиса и создать отечественный турпродукт, который сможет конкурировать.

По моему мнению все выше перечисленные проблемы разрешимы. Для улучшения ситуации на туристическом рынке детских услуг следует предпринять следующие шаги. В данной работе мной предлагаются следующие направления по их разрешению: снизить стоимость туристической путевки.

Разработать и утвердить ряд законодательных актов, регулирующих частную деятельность в сфере детского туризма; разработать специальную льготную систему земельного налога для организаций, занимающихся детским туризмом; продать детские оздоровительные учреждения, которые имеют государственную или ведомственную принадлежность, туроператорам с условием предоставления необходимого количества путевок по льготным ценам для муниципальных образований; разработать и принять программу по снижению детского травматизма; перейти с сезонного обслуживания детских оздоровительных центров на круглогодичное; привлечь туристические предприятия к сотрудничеству со здравницами; улучшить транспортную сеть и телефонную связь между детскими здравницами, расположенными в сельской местности, и областными центрами; привлечь инвесторов, спонсоров для улучшения инфраструктуры детского туризма.

Реализация предложенных направлений позволит сделать туристический рынок детских услуг более доступным для потребителей со средним достатком, повысить уровень сервиса и создать отечественный турпродукт, который сможет конкурировать на международном туррынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 18.04.2018).

2. Биттер Н. В. Приоритетные направления развития детского оздоровительного туризма / Н. В. Биттер, Н. С. Южакова // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2008) : X междунар. науч.-практ. конф., 29–30 мая 2008 г. : сб. ст. / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. — Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2008. — С. 28–31.

3. Козлов Д. А. Проблемы и перспективы туризма в Российской Федерации / Д. А. Козлов, Л. А. Попов // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. — 2014. — № 6. — С. 137–145.

4. Пути развития и совершенствования детско-юношеского, молодежного и спортивно-оздоровительного туризма: сборник научных статей и материалов Всероссийской научно-практической конференции. — М. : МАТГР, 2016. — 157 с.

УДК 338.48

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА

THE MECHANISM OF FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF CHILDREN'S TOURISM

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. E. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы развития учреждений детского туризма. Проанализировано состояние отрасли детского туризма в целом и учреждений данного вида туризма в частности. Даны рекомендации по разработке механизма формирования стратегии развития детского туризма с целью повышения имиджа данного направления.

Annotation

The article deals with the problems of development of children's tourism institutions. The state of the industry of children's tourism in General and institutions of this type of tourism in particular is analyzed. Recommendations for the development of a mechanism for the formation of a strategy for the development of children's tourism in order to improve the image of this direction.

Ключевые слова: детский туризм, учреждения детского туризма, стратегия развития, рынок детского туризма.

Keywords: children's tourism, children's tourism institutions, development strategy, children's tourism market.

Введение. Детский туризм на сегодняшний день - один из самых устойчивых сегментов туристского рынка России. Такая тенденция объясняется тем, что в России, как ни в одной другой стране мира, именно детский туризм носит социальный статус. Важность данного направления туризма также обусловлена заботой государства о здоровье и воспитание подрастающего поколения. Однако без определения направления развития этого вида туризма трудно ожидать положительного результата от данного направления. В этом смысле определение направления развития детского туризма со стороны государства является важной задачей.

Цель исследования. Основной целью исследования механизма формирования стратегии развития учреждений детского туризма системы набора, отбора и найма персонала в ООО «Олимп» является развитие концепции данного направления с точки зрения создания привлекательности данного сегмента в государстве в целом.

Результаты исследования. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» социальный туризм («путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на

социальные нужды») выделен как отдельный вид туризма наряду с внутренним, въездным и выездным.

Самой крупной структурой, финансирующей социальный детский туризм, является Фонд социального страхования Российской Федерации (ФСС), в бюджет которого из года в год закладывается статья расходов на оздоровление и санаторно-курортное лечение детей [1, с. 56].

Финансирование Фонда социального страхования РФ имеет одну главную отличительную особенность: выделяемые денежные ассигнования всегда остаются в пределах Российской Федерации, т.е. оплачиваются путевки только в собственные здравницы и лагеря. А это говорит о том, что наибольшим спросом пользуется внутренний туризм и, в основном, морские курорты Краснодарского края.

На рынке детского туризма ФСС выступает главным образом финансистом, выделяя ассигнования на приобретение путевок. Фонд имеет право самостоятельно приобретать путевки, а затем распределять их среди своих страхователей. Однако в последнее время наблюдается тенденция децентрализованной закупки Фондом путевок, а именно выделение средств и принятие к зачету путевок, самостоятельно приобретаемых страхователями. Данная тенденция говорит о том, что основными покупателями на рынке социального детского туризма на сегодняшний день и в прогнозе на будущее выступают предприятия и частные лица, а за счет ежегодного финансирования спрос на путевки в детские оздоровительные и санаторно-курортные лагеря стабилен и высок.

Рынок детского туризма характеризуется такими направлениями, как отдых, оздоровление и лечение, экскурсионные туры для школьных групп по России (Москва, Санкт-Петербург, «Золотое кольцо» и т.д.) и за рубежом (Чехия, Венгрия, Словения, Италия и другие страны Европы), а также отдых и обучение за границей (Турция, Италия, Греция, Кипр, Великобритания). Пользователями зарубежного туризма, как правило, являются частные лица,

приобретающие туры для своих детей, и предприятия, имеющие возможность оплачивать туры для детей своих сотрудников за счет собственной прибыли.

Спрос на детский туризм, также, как и предложение, носит ярко выраженный сезонный характер и зависит, как правило, от школьных каникул: одна неделя — осенью и весной, две недели — зимой и три месяца — летом. Летний период считается самым «высоким» сезоном, поскольку именно в этот период и спрос, и предложение в равной степени высоки и стабильны.

На сегодняшний день на рынке детского туризма работает довольно значительное число туристских фирм, организующих летний детский отдых как в России, так и за рубежом. Наиболее глубокой специализацией и наработанными программами отличаются компании, уже не первый год работающие на рынке детского туризма, — такие, как «Согласие», «Ост-Вест», «Спектрум», «Апрель», «Аврора-Интур», «Орфей», «Спутник», «Криптонтур 2003», «КриСТ», «Ориент», «Каникулы», «Дельфин». Специальные программы детского отдыха предлагают крупные туроператоры «Солвекс», «Юнивер», «Афон», «Городское бюро путешествий».

Предложения по летнему детскому отдыху можно условно разбить на несколько групп: детские лагеря и оздоровительные центры в России и за рубежом и экскурсионные автобусные туры по городам России и Европы.

Детские экскурсионные туры пользуются наибольшим спросом во время школьных каникул (зимних, весенних и осенних), майских праздников, а также в начале лета. На организации подобных программ в основном специализируются операторы по внутреннему туризму - «Аврора-интур», «Солвекс», «Согласие», «Дельфин» и др.

Самым популярным видом детского туризма остаются летние лагеря. По виду отдыха их подразделяют на детские оздоровительные лагеря и

центры (ДОЛ и ДОЦ), спортивно-оздоровительные лагеря и комплексы (СОЛ и СОК), международные детские лагеря и центры (МДЛ и МДЦ). Кроме того, выделяются лагеря санаторного типа, специализирующиеся на профилактическом лечении [2, с. 127].

Как отмечают специалисты, занимаясь такого рода бизнесом, трудно рассчитывать на высокую норму прибыли. Нормальная рентабельность может быть достигнута только за счет больших объемов продаж или работы с собственными лагерями. Поэтому в последнее время многие туроператоры по внутреннему туризму, как правило, при расчете цены путевки, предусматривают минимальную единичную прибыль, а совокупная прибыль обеспечивается за счет больших объемов продаж. Туроператоры, вкладывая средства в восстановление и модернизацию основных фондов для детского отдыха, стараются приобретать эти лагеря в собственность или арендовать их на длительное время [3].

Но в то же время спрос на детский отдых является самым стабильным. По статистике туристских фирм, занимающихся детским, семейным и молодежным туризмом, примерно 80 % их клиентов — дети, 15 % — семьи, 5 % — молодежь.

География предложений на рынке детского туризма в последние годы довольно обширна: Россия (Подмосковье, Центральная Россия, Черноморское и Азовское побережье Краснодарского края), Крым, а также дальнее зарубежье (Болгария, Словакия, Венгрия, Чехия и др.). Однако в силу того, что детский отдых особенно связан с фактором безопасности, в настоящее время наблюдается тенденция к увеличению объемов продаж по России и, в частности, по Подмосковью и Черноморскому побережью.

Предложений туроператоров достаточно много. Причем каждый оператор занимает определенную нишу на рынке: одни предлагают в основном оздоровительные и санаторные лагеря в России, другие —

оздоровительные и языковые лагеря за рубежом; одни предлагают совместный турпродукт, другие — свой эксклюзивный.

Анализ статистических данных показывает, что в настоящее время изменяется не только количество детских оздоровительных учреждений, но и структура спроса на детский отдых [4].

Так, в середине 90-х структура спроса на детский отдых была следующей: 26 % — лагеря для школьников с дневным пребыванием; 47% — загородные оздоровительные лагеря; 18 % — лагеря труда и отдыха; 5,4 % — профильные, оборонно-спортивные, оздоровительно-спортивные и др. лагеря; 2,8 % — лагеря санаторного типа.

В 2018 г.: 48 % — лагеря для школьников с дневным пребыванием; 32,2 % — загородные оздоровительные лагеря; 8,8 % — лагеря труда и отдыха; 6,9 % — профильные, оборонно-спортивные, оздоровительно-спортивные и др. лагеря; 3,7 % — лагеря санаторного типа.

Анализируя полученную информацию, можно сделать вывод о том, что в настоящее время увеличивается спрос на лагеря для школьников с дневным пребыванием, профильные лагеря и лагеря санаторного типа при общем снижении потребности в загородных оздоровительных лагерях и лагерях труда и отдыха.

Наибольшее количество детей (48 %) в 2018 г. отдыхало в лагерях для школьников с дневным пребыванием — это почти в два раза больше (26 %), чем в 1996 г. При этом количество лагерей увеличилось лишь на 7 % (в 1996 г. — 33,1 тыс., а в 2018 г. — 35,5 тыс.).

Анализ динамики изменения количества отдохнувших детей в загородных оздоровительных лагерях с 1996 по 2011 гг. позволяет сделать вывод о том, что спрос на этот вид отдыха всегда оставался высоким. Так, количество отдохнувших детей в 1996 г. составило 47 % (3400 тыс. чел.), а в 2011 г. соответственно 32,2 % (1967,8 тыс. чел.). И хотя спрос сократился в 1,5 раза, но при этом и общее количество лагерей сократилось также в 1,5

раза (в 1996 г. — 5 тыс., а в 2018 г. — 3,3 тыс.). Это свидетельствует о стабильной востребованности данного сектора рынка детского отдыха, и, при относительно небольшом количестве таких лагерей, спрос на них весьма высок. Следовательно, надо уделять особое внимание данному сегменту рынка, осуществлять восстановление и даже строительство новых загородных оздоровительных лагерей.

Выводы. В заключении необходимо отметить, что вклад детского туризма в социальное развитие страны очень значителен, так как он является важным способом передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, одним из путей социализации личности. Принимая во внимание, что будущее поколение страны в современных экономических условиях не должно терять нравственные ориентиры, скатываться в криминальную среду, алкоголизм и наркоманию, перед российским государством и обществом в настоящее время стоят первоочередные задачи по возвращению молодому поколению прекрасного мира детского туризма и развитие его во всех формах и видах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности / В. Г. Гуляев. — М. : Нолидж, 1996. — 174 с.

2. Сысоева М. Е. Организация летнего отдыха детей : учеб.-метод. пособие / М. Е. Сысоева. — М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. — 175 с.

3. Богданова С. Подарим детям каникулы / С. Богданова // Туризм: практика, проблемы, перспективы. Научный журнал. Российский новый университет. — 2003. — № 4. — С. 44–45.

4. Морозов М. В. России у детского туризма социальный статус / М. Морозов // Туризм: практика, проблемы, перспективы. Научный журнал. Российский новый университет. — 2004. — № 6. — С. 26–30.

УДК 338.48-2-053.5:34

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА

REGULATORY ASPECTS OF CHILDREN'S TOURISM

Логвина Е. В., к. э. н., доцент,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

Дрожжин И. А., магистр,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

E. V. Logvina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

I. A. Drozhzhin, магистр,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

Авторы анализируют законодательство и нормативные документы РФ, регламентирующие организацию детского отдыха и оздоровления. Рассматриваются виды деятельности субъектов туристский рынок, для которых внедрение услуг по обеспечению отдыха детей и их оздоровлению является основным видом деятельности. Было рассмотрено взаимодействие существующей системы образования и сектора туризма, и было показано, что оно не в полной мере отвечает требованиям общества и требованиям законодательства.

Annotation

The authors analyze the legislation and regulatory documents of the Russian Federation governing the organization of children's recreation and rehabilitation. We consider the activities of subjects of the tourist market, for which the introduction of services to ensure the recreation of children and their recovery is the main activity. The interaction of the existing education system and the tourism sector was considered, and it was shown that it does not fully meet the requirements of the society and the requirements of the legislation.

Ключевые слова: законодательство, молодежный туризм, детский отдых, туризм, нормативно-правовая база, система молодежного туризма, туристическая индустрия, спортивный туризм.

Keywords: legislation, youth tourism, child's rest, tourism, normatively-legal base, system of youth tourism, tourist industry, sporting tourism.

Введение. На современном этапе сложилась парадоксальная ситуация в сфере отдыха и оздоровления детей — законодательная власть выдает одно регулирование за другим; исполнительная власть сообщает об улучшении показателей из года в год. Ответственность за нарушения и несоблюдение закона только усиливается, а статистика ухудшается. По мнению авторов, это связано с несоответствием между изменениями в структуре общественного спроса и качеством предлагаемых услуг. Необходимо изменить текущее состояние общественных отношений в сфере молодежного туризма и спортивного туризма и выполнить два условия: признать отдых и оздоровление населения неотъемлемой частью огромной отрасли — туризм, и систематизировать всю существующую нормативно-правовую базу для всех субъектов общественных отношений в сфере молодежного и спортивно-оздоровительного туризма.

Цель исследования. Рассмотреть нормативные документы в области детского туризма.

Результаты исследования. В советское время существовала отдельная система пионерских лагерей различного типа. В этой системе были поставлены разные задачи, но главное неизменно было одинаковым — обеспечение занятости студентов во время каникул. Система принадлежала и финансировалась профсоюзами. В новых социально-экономических условиях система детских лагерей должна была юридически определяться с нормативной базой. Они были переданы в Фонд социального страхования, а система молодежного туризма осталась в сфере образования (существует отдельное законодательство о туризме). Затем законодательство было изменено — Фонд социального страхования отказался от содержания

лагерей, занятость детей во время каникул была закреплена в полномочиях муниципалитетов [1], а средства на отдых и оздоровление детей были выделены областным бюджетам. Все это привело к тому, что многие не могут определить место и статус лагеря в современном законодательстве. Понятие ребенка (детей) определено в Конвенции о правах ребенка [2] и является законным. В этом случае понятие «мальчики / девочки» используется для возраста спортсмена [3] и основано на периодизации в медицине [4]. Все, что связано с туризмом, было принято сегодня отдельным законом [5], в котором сформулированы основные понятия: туризм, туризм, индустрия туризма, экскурсии, экскурсии и т. д. Спортивный туризм четко определен в соответствующих нормативных документах [6].

Законодательство [7] говорит об организации отдыха для детей как субъектах, для которых внедрение услуг по предоставлению отдыха является основным видом деятельности. Определения основных понятий, используемых в законодательстве о туризме [5], позволяют нам на законных основаниях предполагать, что мероприятия по организации отдыха детей и их оздоровлению являются туристической деятельностью и соблюдением законодательства в сфере туризма для организаций, которые осуществляют деятельность по организации детского отдыха и их оздоровлению (ответственность, страхование, страхование и т. д.). В настоящее время растет спрос на экстремальные путешествия. Понятие «активный туризм» отсутствует в современном законодательстве, вместо понятия «поход» используется понятие «маршрут». Путешествие может быть организовано индивидуально или приобретено как туристический продукт у туристической организации. Он может быть объявлен как спорт — «маршрут» и классифицирован по степени или категории сложности [6]. Нормативная база полностью регулирует безопасность таких поездок. Для безопасного поведения в естественной среде необходимы определенные

знания и навыки — образование. Законодательство [8] предусматривает такое образование и связывает его с дополнительным, определяет виды образовательных программ, их содержание и реализацию. Существующие нормативные документы четко определяют взаимодействие спортивных и образовательных организаций [3]. Деятельность образовательных учреждений (в том числе в рамках образовательных программ) по организации путешествий является туристической деятельностью и относится либо к сфере спорта, либо к сфере туризма. Всемирная торговая организация определяет общие факторы риска в туризме [9]:

- техническое состояние используемых объектов материально-технической базы;
- возможность стихийных и техногенных катастроф;
- труднопроходимая местность (речные пороги, горные склоны, скалистые, ледовые участки трасс и т. д.);
- уровень профессиональной подготовленности персонала.

Законодательство о туризме должно пересмотреть значение термина «туристический продукт», который включает в себя спектр услуг по транспортировке и размещению, предоставляемых за общую стоимость (независимо от включения в общую стоимость экскурсионных услуг и (или) другие услуги) по реализации туристского продукта [5]. И одна из услуг отсутствует это означает, что нет туристского продукта, в результате чего возникают проблемы при составлении договора о продаже туристского продукта.

Выводы. Нами сформулированы задачи, реализация которых позволит повысить уровень безопасности в туризме (оздоровление детей):

1. Законно прекратить «накапливать» существующую нормативно-правовую базу, систематизировать ее и дать ей «работать», в результате чего будет построена система взаимоотношений между всеми субъектами восстановления: «клиент» — «исполнитель» — «потребитель»,

ответственность этих субъектов будет обозначена, и поэтому будут созданы условия для продажи / потребления только качественного туристский продукта.

2. Необходимо выстроить систему подготовки кадров, которая дает возможность гарантировать соответствие уровня их профессиональной подготовленности организации туристский продукта;

3. Проведение текущей просветительской работы профессиональным сообществом, государственными органами, общественными и другими организациями с целью повышения потребительской культуры в обществе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 № 131-ФЗ.

2. «Конвенция о правах ребенка» (одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989).

3. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ.

4. Рекомендации Симпозиума по проблеме возрастной периодизации в Москве, 1965.

5. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ.

6. Правила вида спорта «Спортивный туризм (СТ)», утверждены приказом Минспорта России от 22 июля 2013 г. № 571.

7. Федеральный закон «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» от 24.07.1998 № 124-ФЗ.

8. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ.

9. Защита и безопасность туристов: Практические меры для туристских центров. — Мадрид : Изд-во ВТО, 1997. — 164 с.

УДК 338.48

**ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ТУРИСТКИХ ПОХОДОВ
С ОБУЧАЮЩИМИСЯ 17–19 ЛЕТ**

PROBLEMS OF TRAVEL TRAINING WITH STUDENTS 17–19 YEARS

Миронов М. А., магистр,
Таврическая академия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Симферополь

M. A. Mironov, master,
Taurida Academy,
Crimean Federal University V.I. Vernadsky, Simferopol

Аннотация

В статье представлены проблемы проведения туристских походов, их причины, а также методы решения данной проблемы.

Annotation

The article presents the problems of tourist campaigns, their causes, as well as methods of solving this problem.

Ключевые слова: походы, турист-спортсмен, физическое развитие, методика.

Keywords: hiking, tourist-athlete, physical development, methodology.

Введение. Подготовка туриста-спортсмена заложено большое количество знаний, умений, для освоения которых необходимо соответствующие физическое развитие. Которое необходимо для повышения спортивного мастерства туриста-спортсмена.

Цель исследования. В статье автор оценивает готовность обучающихся к пешеходному походу первой категории сложности. А также проблемы физического развития и применения методов тренировок для улучшения физического состояния обучающихся.

Результаты исследования. Главная проблема, возникающая перед участниками спортивного похода это недостаточная физическая подготовка. В федеральном стандарте спортивной подготовки по виду

спорта спортивный туризм имеются нормативы. В соответствии которых можно допускать обучающихся к спортивным походам разной степени сложности.

В исследовании приняли участие 14 обучающихся 1–2 курсов в возрасте 17–19 лет на базе студенческого спортивного клуба спортивно-оздоровительного туризма «МАЛСТРИМ». Крымского Федерального Университета имени В.И. Вернадского факультета физической культуры и спорта. Педагогический эксперимент проходил на базе факультета физической культуры и спорта с 11 февраля 2019 по 11 апреля 2019 года.

Первичная оценка физического состояния обучающихся выявила что 70 % не соответствуют требованиям Федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта спортивный туризм.

Для обеспечения должного уровня развития участники педагогического эксперимента были включены в систематические тренировки для повышения необходимого уровня физической подготовки.

Тренировки были представлены виде трёх занятий в неделю две из которых проходили в зале в которых применялась обще подготовительная программа подготовки. Последняя проходила виде похода выходного дня, котором применялась специальная программа подготовки.

Обще подготовительная программа подготовки была направлена на развитие пяти физических качеств таких как сила, ловкость, выносливость, скорость и гибкость.

Специальная подготовка была направлена на развитие специальной выносливости, адаптированной к походу первой категории сложности. К участникам педагогического эксперимента применялся метод отягощения выходя на маршрут пешеходного похода выходного дня, испытуемые передвигались по маршруту с заведомо тяжёлыми рюкзаками. Вес которых составлял 10–12 килограммов.

К концу педагогического эксперимента был проведен контрольные нормативы взятых из федерального стандарта спортивной подготовки. Оценка физического подготовленности выявила что все испытуемые пришли к соответствию требованиям физической подготовленности к пешеходному походу первой категории сложности.

Выводы. Использование метода отягощения в совокупности с обще подготовительной программой тренировки позволяет достичь нужных показателей физической подготовки для успешного прохождения пешеходного похода первой категории сложности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федотов Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм : учебное пособие / Ю. Н. Федотов. — СПб. : СПбГАФК им. П. Ф. Лесгафта, 2001. — 292 с.

2. Огородова Т. В. Психология спорта: учеб. пособие / Т. В. Огородова ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ, 2013. — 120 с.

3. Основы тренировки в спортивно-оздоровительном туризме. Курс лекций по дисциплине : учебное пособие / Сиб. федер. ун-т ; Сост. С. В. Соболев. — Красноярск : ИПК СФУ, 2008. — 106 с.

4. Горбунов Г. Д. Психопедагогика спорта : учеб. пособие / Г. Д. Горбунов. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Советский спорт, 2012. — 312 с.

УДК 338.48

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКО-
ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF CHILDREN
AND YOUTH TOURISM OF THE RUSSIAN FERERATION**

Мухамедова З. Х., к. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Никитина А. А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Z. H. Mukhamedova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Nikitina, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Работа посвящена детскому и юношескому туризму в современном мире. Перспективам его развития, и какие факторы влияют на состояние данного вида туризма в современном мире. Детский туризм является важной и неотъемлемой частью для развития подрастающего поколения.

Annotation

The work is devoted to children and youth tourism in the modern world. Prospects of its development, and what factors affect the state of this type of tourism in the modern world. Children's tourism is an important and integral part of the development of the younger generation.

Ключевые слова: туризм, Россия, дети, школьники.

Keywords: tourism, Russia, children, schoolchildren.

Введение. Детский и юношеский туризм — это отрасль туризма по средству которой осуществляется полноценное и всестороннее развитие

детей и юношей. Реализуется оно в ходе отдыха и участия в общественно-полезных мероприятиях.

Цель исследования. Рассмотреть современное состояние детского и юношеского туризма в России.

Результаты исследования. В современном мире большую роль играет туризм. Отрасль туризм является одним из высокодоходных и высокооплачиваемых видов экономической деятельности. Что и способствует ускоренному развитию данной отрасли [2].

Детский и юношеский туризм имеет свои особенности. Если рассматривать отрасль с экономической стороны, то этот вид туризма можно считать выгодным и относительно стабильным. Путешествующими являются школьники и студенты, как правило, организованные в группы и путешествующие около 2 раз в год, по разным направлениям и целям.

Данный вид туризма играет очень важную социальную роль, он является источником воспитания патриотизма и развития чувства национального самосознания у школьников и студентов. Создает уникальную возможность ознакомиться с культурным и историческим наследием как своей страны, так и других государств. Познакомится с традициями и обычаями других народов, их культурой и историей. Воспитать терпимость и толерантность к другим народам, и их культуре в целом [3].

Детский и юношеский туризм организовывается для своевременного и постоянного развития личности в подростковом возрасте. Ведь в этом возрасте у детей часто случаются психологические напряжения, депрессии, стрессы и даже эмоциональные потрясения. Именно туризм, в частности организация походов, экспедиций, поездок, экскурсий для студентов и школьников несут не только образовательную, но и эмоционально – разгрузочную функцию. Воспитывает у детей самостоятельность, сдержанность, организованность, коммуникабельность [1].

Туристические поездки, экскурсии, походы могут быть использованы как дополнение к учебной программе. Что способствует лучшему усвоению информации у детей. И побуждает интерес к учебе и развитию себя как личности.

Детско-юношеский туризм играет важную роль для экономики Российской Федерации. Из-за того, что в 90-е годы государство прекратило выделять средства на развитие данной отрасли, стало затруднительным развивать этот вид туризма. Особо дорогим для проведения походов и спортивных мероприятий стало снаряжение и экипировка для туристов. Несмотря на все трудности, специалисты утверждают, что у нашего государства есть все нужное для дальнейшего развития данной отрасли.

В первую очередь туристский продукт, предназначенный для несовершеннолетних туристов должен отвечать необходимым требованиям. Основной задачей является пропаганда здорового образа жизни среди подрастающего поколения. Для привлечения как можно большего количества школьников нашей страны тур должен быть не дорогим.

Проблемой детского туризма в современном мире выступает отсутствие интереса к экологии, эстетике, архитектуре, истории. Детям с детства необходимо выставить приоритеты, дать понять, что туризм для них может быть интересным. Основными источниками информации должны выступать родители (опекуны), школа, окружение. Для реализации походов, туристских слетов, экскурсий, выставок, выездов необходимы специалисты в данной отрасли [5].

В современном мире данный вид туризма популярен, им занимаются как коммерческие, так и некоммерческие организации, занимающиеся не только туристической деятельностью. Образовательные учреждения все чаще стали включать в образовательную программу элементы туристской деятельности. Из-за большого количества организаторов в этой сфере

туризма, возможность пользоваться их услугами ставится все более доступной.

Самой крупной структурой, выделяющей деньги на детский туризм, выступает Фонд социального страхования Российской Федерации (ФСС), в бюджет которого из года в год закладывается статья расходов на оздоровление и санаторно-курортное лечение детей [4].

В настоящее время популярны выезды детей за рубеж для изучения иностранных языков. Также неизменным уже долгие годы остаются детские спортивно-оздоровительные лагеря. На таких клиентов и ориентируются туристские предприятия, предоставляющие целый спектр всевозможных вариантов подобного отдыха для школьников.

Выводы. Таким образом, организация детского и юношеского туризма на сегодняшний день является важной составляющей в воспитании современных детей и подростков. Является выгодным видом экономической деятельности в сфере туризма. Имеет перспективы дальнейшего развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Константинов Ю. С. Детско-юношеский туризм [текст]: учеб. пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 455 с.
2. <https://studfiles.net/preview/6211950/page:2/>.
3. https://vuzlit.ru/348837/detsko_yunosheskiy_turizm_ponyatie_suschnost_osnovnye_osobennosti_turizma.
4. elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5402/1/17Gulimova2.pdf.
5. <http://www.positivcity.ru/stati/otdykh-i-turizm/obzory-i-stati/razvitie-detsko-yunosheskogo-turizma-rossii.html>.

УДК 338.48

**ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО
ТУРИЗМА, ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**PECULIARITY OF THE ORGANIZATION OF CHILDREN'S
TOURISM, RECREATION AND HEALTH OF CHILDREN IN THE
RUSSIAN FEDERATION AT THE PRESENT STAGE**

Тропина Е. А., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. A. Tropina, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены организационные аспекты детского и юношеского туризма в Российской Федерации с учетом современных реалий и нормативно-правового регулирования данной сферы.

Annotation

The article deals with the organizational aspects of children and youth tourism in the Russian Federation, taking into account modern realities and legal regulation of this sphere.

Ключевые слова: детский туризм, юношеский туризм, детский отдых и оздоровление.

Keywords: children's tourism, youth tourism, children's recreation and recreation.

Введение. Туризм кроме экономической функции всегда нес гуманитарный и образовательный вклад в развитие общества. Именно этот аспект является наиболее значительным в детско-юношеском туризме. Необходимо отметить, что именно данный вид туризма имеет значительный педагогический потенциал и позволяет воспитать всесторонне развитую личность.

Цель исследования. Изучить основные тенденции в формировании современного подхода к сущности детского туризма и особенностям его организации в Российской Федерации.

Результаты исследования. С целью изучения особенностей организации детско-юношеского туризма необходимо определиться с основными понятиями и определениями в данной сфере. В специальной литературе и в нормативно-правовой базе используются такие понятия как «детский туризм», «детско-юношеский туризм», «школьный туризм», «отдых и оздоровление детей».

В Федеральном Законе 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» в ст. 1 с 01.01.2017 г. представлено следующее определение: «Туризм детский — туризм организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, который несет обязанности их законного представителя» [1]. В данном определении отмечается групповой характер детского туризма и определены вопросы ответственности руководителя, который во время путешествия берет на себя обязанности законного представителя несовершеннолетних.

Необходимо отметить, что в настоящее время из нормативно-правовой базы ушло понятие детско-юношеского туризма, а применяется только понятие детского туризма, при этом в литературных источниках определение детско-юношеский туризм по-прежнему широко используется. Возрастные ограничения данного вида туризма подтверждает определение несовершеннолетнего туриста как ребенка (юношу, девушку) в возрасте от 7 до 18 лет, посещающего место или страну временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных и иных целях в сопровождении руководителя, в составе организованной туристской группы [3].

Фактически, тождественным понятием к детскому туризму является школьный туризм, который как раз преимущественно охватывает

указанный выше возрастной период. Но при этом ряд авторов, например, Константинов Ю.С. связывает школьный туризм с обязательной школьной образовательной деятельностью, включающей учебные экскурсии, походы [6].

До недавнего времени детский туризм предполагал именно перемещения (экскурсии, походы, путешествия) и не включал в себя отдых и оздоровление детей в оздоровительных организациях.

К организациям отдыха детей и их оздоровления относят организации сезонного или круглогодичного действия, независимо от организационно-правовых форм и форм собственности, основная деятельность которых направлена на реализацию услуг по обеспечению отдыха детей и их оздоровления [4]. Необходимо отметить, что типология организаций, предоставляющих отдых и оздоровление детям достаточно разнообразна, к ним относятся: загородные лагеря отдыха и оздоровления детей, детские оздоровительные центры, базы и комплексы, детские оздоровительно-образовательные центры, специализированные (профильные) лагеря, детские лагеря труда и отдыха, детские лагеря палаточного типа, детские специализированные (профильные) лагеря, детские лагеря различной тематической направленности и др. [4].

В соответствии с Федеральным законом N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» должны быть обеспечены права детей на отдых и оздоровление [2]. При этом на организацию, осуществляющую отдых и оздоровление детей, возлагаются обязательства по созданию безопасных условий пребывания детей, присмотра и ухода за ними, организации их питания, перевозки к местам отдыха и обратно, содержания детей в соответствии с установленными санитарно-эпидемиологическими и иными требованиями и нормами, обеспечивающими жизнь и здоровье детей, включая соблюдение требований обеспечения антитеррористической защищенности, наличие

охраны или службы безопасности, спасательных постов в местах купания детей, а также наличие санитарно-эпидемиологического заключения о соответствии деятельности [2].

В обязательном порядке регламентируются также вопросы, связанные с перевозкой детских групп. Для организованной перевозки группы детей используется автобус, который соответствует по своему назначению и конструкции всем техническим требованиям по перевозке пассажиров, допущен в установленном порядке к участию в дорожном движении и оснащен в установленном порядке тахографом, а также аппаратурой спутниковой навигации ГЛОНАСС или ГЛОНАСС/GPS [5].

Рассматривая детский туризм с точки зрения педагогики и в региональном аспекте, наиболее полным и всеобъемлющим будет определение, представленное ниже.

Детско-юношеский туризм и организованный отдых — это неотъемлемая часть рекреационной и лечебно-оздоровительной деятельности региона и важный элемент системы непрерывного образования, который обеспечивает дополнительные возможности интеллектуального, физического и духовного развития, а также развития творческих способностей, приобретения коммуникативного опыта во взаимоотношениях с разными людьми [7].

Выводы. Таким образом, в настоящее время детский туризм включает в себя и путешествия и пребывание в детских оздоровительных учреждениях. При этом со стороны государства осуществляется контроль за всеми аспектами его организации, включая перемещение, размещение и обеспечение безопасности детей. Значение данного вида туризма в Российской Федерации, как с социальной, так и с коммерческой точки зрения возрастает, и имеет значительный потенциал для дальнейшего развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/9032907>

2. Федеральный закон от 24 июля 1998 г. N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (с изменениями на 27 декабря 2018 года) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/901713538>.

3. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200157391>.

4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 52887-2018 Услуги детям в организациях отдыха и оздоровления [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200160048>.

5. Правила организованной перевозки группы детей автобусами утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2013 года N 1177 (с изменениями на 23 декабря 2017 года) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/499066019>.

6. Константинов Ю. С. Детско-юношеский туризм : учеб. пособие для академического бакалавриата / Ю. С. Константинов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 401 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/bcode/438504>.

7. Организация детско-юношеского и молодёжного туризма : учебное пособие [Электронный ресурс] / И. Е. Карасев, Е. В. Кулагина, О. В. Лукина, Б. К. Смагулов. — Омск : Омский государственный

технический университет, 2017. — 92 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78448.html>

УДК 338.48

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

REGIONAL MARKETS FOR MEDICAL TOURISM

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Юркова Ю. К., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Y. K. Yurkova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье проведено исследование тенденций развития медицинского туризма. Определены факторы, влияющие на развитие данного вида туризма и основные регионы данного направления.

Annotation

The article presents a study of trends in the development of medical tourism. The factors influencing the development of this type of tourism and the main regions of this direction are determined

Ключевые слова: туризм, медицинский туризм, развитие, тенденции туризма.

Keywords: tourism, medical tourism, development, tourism trends.

Введение. Тенденции в области медицинского туризма сохранятся в 2018 году, поскольку в последние десятилетия отрасль становится одной из

самых динамичных и быстрорастущих в мировой индустрии здравоохранения.

Цель исследования — исследовать состояние и тенденции развития медицинского туризма в странах Юго-Восточной Азии.

Результаты исследования. Спрос на более совершенные, качественные и экономически эффективные медицинские услуги в сочетании с непосредственным воздействием глобализации и урбанизации заставляет все большее число людей по всему миру путешествовать в разные регионы или страны для обращения за медицинской или медицинской помощью. Таким образом, рынок медицинского туризма, как ожидается, достигнет более сильного роста в ближайшем будущем.

Медицинский туризм определяется как поездка пациента за границу для получения медицинского лечения в связи с такими факторами, как снижение затрат, повышение качества обслуживания, доступность по цене, сокращение времени ожидания или его отсутствие, а также более персонализированный уход. Наиболее распространенные виды лечения, для которых люди выезжают за границу, включают лечение рака, сердечно-сосудистые операции, ортопедические процедуры, стоматологию, косметические операции, репродуктивные процедуры, терапию для похудения, медицинские осмотры, а также медицинские анализы и сканы. В тяжелых случаях значительное количество пациентов также запрашивает второе мнение врачей-специалистов из своих стран.

Мировой рынок медицинского туризма в 2016 году составил почти 61,2 млрд долларов США, и ожидается, что рынок достигнет общего объема 165,3 млрд. долларов США к 2023 году, увеличившись на 18,8 %. Высокие затраты на лечение и длительное время ожидания по сравнению с лучшими вариантами медицинских процедур за рубежом, достижениями в области технологий и развитием рынка являются основными факторами роста мировой индустрии медицинского туризма.

В 2016 году во всем мире насчитывалось около 14 миллионов трансграничных пациентов, которые тратили в среднем 3 800–6 000 долл. США на одно посещение во время своих поездок, чтобы получить медицинское лечение, включая расходы на медицинское обслуживание, трансграничный и местный транспорт, пребывание в стационаре и проживание. По оценкам, в Америке 1,4 миллиона американцев ежегодно выезжают за пределы США для получения медицинской помощи.

Объем мирового рынка медицинского туризма в 2018 году оценивался в 36,9 млрд долларов США, и ожидается, что в прогнозируемом периоде он составит 21,9 %. Доступность таких преимуществ, как лучшее здравоохранение, новейшие технологии, инновационные лекарства, современные устройства, лучшее гостеприимство и индивидуальный уход, являются одними из факторов, влияющих на рынок.

Ожидается, что рынок будет расти быстрыми темпами в течение прогнозируемого периода. Факторы, способствующие росту рынка, включают неадекватные страховые льготы и отсутствие медицинской страховки на местных рынках в сочетании с растущим спросом на процедуры, которые не покрываются страховкой, такие как лечение бесплодия, реконструкция зубов и косметическая хирургия.

Доступность более дешевых вариантов лечения наряду с лучшим качеством обслуживания является основным фактором, определяющим предпочтение оффшорного медицинского туризма. Пациенты могут сэкономить от 30 % до 80 % от общей стоимости лечения в этих направлениях. Более легкая доступность квалифицированного специалиста по более низкой цене является основной причиной более дешевых затрат на лечение в местах медицинского туризма.

Что касается региональных рынков, то Северная Америка и Азиатско-Тихоокеанский регион лидируют и на их долю приходится 63,6 % общий мировой рынок медицинского туризма в 2016 году. Некоторые из основных

направлений медицинского туризма по всему миру включают Индию, Малайзию, Таиланд, Южную Корею, Дубай, Сингапур, Мексику, Германию, Польшу, Канаду и США.

Поток туристов, ищущих трансграничные варианты лечения, будет самым высоким в Мексике, в то время как ожидается, что Южная и Юго-Восточная Азия будут доминировать на мировом рынке в ближайшем будущем. В настоящее время Индия является одним из самых известных направлений медицинского туризма для специализированных кардиохирургических операций, в то время как Сингапур известен своим опытом в сложных хирургических процедурах. Малайзия предлагает лучшую в мире медицинскую инфраструктуру и лечение высококвалифицированными медицинскими работниками, что делает ее еще одним популярным направлением для медицинских туристов, и ожидается, что она станет одним из главных направлений на мировом рынке медицинского туризма, благодаря своим доступным вариантам лечения и благоприятные правительственные инициативы.

Выводы. Глобальный медицинский туризм ежегодно увеличивается. Быстро меняются доля каждой страны в общем рынке и характер медицинских туристов, которых они привлекают. Страны, которых считают поставщиками медицинских туристов — США, Китай, Россия и страны Персидского залива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учеб. пособие / А. В. Бабкин. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 252 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. — СПб. : Герда, 2000. — 192 с.
3. Ветитнев А. М. Курортное дело / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. — М. : КНОРУС, 2007. — 528 с.

4. Кусков А. С. Основы курортологии / А. С. Кусков, Л. В. Макарецва. — Саратов, 2002. — 231 с.

5. Кусков Л. С. Курортология и оздоровительный туризм : учебное пособие / Л. С. Кусков, О. В. Лысикова. — Ростов н/Д. : Феникс, 2004. — 320 с.

УДК 37.03

**ТУРИЗМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ У МОЛОДЕЖИ**

**TOURISM AS MAJOR FACTOR OF FORMING OF ECOLOGICAL
WORLD VIEW FOR YOUNG PEOPLE**

Чугунова Т. Н., к. г. н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T. N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Раскрывается содержание понятие «экологическое мировоззрение». Рассматриваются факторы, формирующие экологическое мировоззрение у молодежи. Определяется роль туризма как важнейшего фактора формирования экологического мировоззрения.

Annotation

Maintenance opens up concept «Ecological world view». Factors forming an ecological world view for young people are examined. The role of tourism is determined as a major factor of forming of ecological world view.

Ключевые слова: экологическое мировоззрение, факторы формирования экологического мировоззрения, туризм.

Keywords: ecological world view, factors of forming of ecological world view, tourism.

Введение. В современных условиях значительно возрастает роль образования в формировании экологического сознания и экологической культуры; к бережному отношению к природе и готовности к сохранению природной среды; в осознании ответственности человека перед обществом и природой.

Актуальность темы исследования обусловлена ухудшением экологической ситуации в современных условиях, отсутствием научно-обоснованного механизма формирования экологического мировоззрения, необходимостью участия в этом процессе широкого круга специалистов, работающих в различных отраслях народного хозяйства и в системе высшего образования. Объектом исследования является формирование экологического мировоззрения у молодежи, предметом исследования - факторы формирования экологического мировоззрения.

Цель исследования. Целью исследования является обоснование роли туризма как фактора формирования экологического мировоззрения и бережливого, гуманного и ответственного отношения к окружающей природной среде.

Результаты исследования. Прежде всего, необходимо обратиться к относительно новому понятию в экологии — к понятию «экологическое мировоззрение». Сам термин «мировоззрение» рассматривается как «система обобщенных взглядов на объективный мир и место человека в нем, на отношение людей к окружающей их действительности и к самим себе, а также обусловленными этими взглядами их убеждение, идеалы, принципы познания и деятельности» [1]. Мировоззрение рассматривается как система научных, философских, социально-политических, нравственных и эстетических взглядов на мир (т.е. на природу и общество).

Мировоззрение — это, прежде всего, понимание людьми мира и самих себя, своего места в нем, что присуще каждому человеку. Поэтому оно не может существовать в отрыве от многочисленных субъективных факторов

и формируется под постоянным воздействием окружающей природной и социальной среды, культуры, политической и экономической ситуации, и, следовательно, рассматривается как реакция человека на окружающий мир.

Мировоззрение как многоуровневая система взглядов на объективный мир и место в нем человека, на отношение человека к окружающей его действительности и самому себе, определяет его убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, т. е. его социальную позицию и поведение.

Изменения, происходящие в окружающей среде, соответственно, вызывают изменения в мировоззрении человека, так как оно наиболее подвержено влиянию внешних факторов. Процесс изменения мировоззрения занимает очень длительный период и особенно зримо и активно проявляется у молодежи. В частности, наряду с формированием личности в процессе взросления от школьника до студента и далее до молодого специалиста, можно проследить у обучающихся изменения в отношении к природной среде и в экологическом мировоззрении.

Экологическое мировоззрение — понятие интегрированное, сочетающее в себе знания о различных видах взаимодействий — эколого-биологических, эколого-социально-экономических и социально-биологических и отражает единую систему взглядов отдельного субъекта на целостный объект — на окружающий мир, и основано на понимании целостности и всеобщей взаимосвязи экологических процессов и явлений природы, ценности живой и неживой материи, роли и места человека в этой унитарной, саморазвивающейся системе мироздания [2; 4; 5].

Формирование экологического мировоззрения молодежи — сложный процесс, который сопровождает, прежде всего, каждый этап образования и воспитания от дошкольного до вузовского. В этом процессе можно выделить несколько этапов, каждому из которых присуще использование различных средств, методов и программ:

- воспитание в семье;
- учебно-воспитательный процесс в школе;
- экологическое образование на базе высших учебных заведений.

Формирование мировоззрения — сложный и многогранный процесс, на который оказывают влияние, как факторы внутренней среды человека, так и факторы внешней среды. Одним из факторов внешней среды является окружающая природная среда. Природа — главный источник удовлетворения материальных и духовных потребностей человека. Осознание этого приводит человека на позиции бережного к ней отношения. Необходимо направленно формировать любовь к природе, воспитывать в человеке чувство признательности к ней, и понимание за то, что она даст им, за то, какую роль она играет в их жизни и в жизни будущих поколений [3].

Среди всех видов природопользования, туризм выделяется огромными и неисчерпаемыми возможностями влияния на личность и на формирование экологического мировоззрения.

В научной литературе чаще всего туризм рассматривается как одна из отраслей экономики страны. Подчеркивается роль туризма в наполнении бюджета регионов, страны в целом, в поступлении валюты. Отмечается его стимулирующее значение для развития многих отраслей экономики, в предоставлении рабочих мест и развитии инфраструктуры и т. д.

Помимо чисто экономического эффекта, рекреационные возможности туризма обеспечивают восстановление жизненных сил человека, рациональное использование им своего свободного времени, способствуют ослаблению нервного напряжения, восстановлению и укреплению его трудового потенциала.

Экономическое и социальное развитие невозможно без решения вопросов охраны окружающей природной среды. Именно туризм является местом взаимодействия экономики и экологии, заинтересован в сохранении

природного потенциала, в рациональном использовании природных ресурсов и восстановлении их свойств.

Нельзя не отметить роль туризма в развитии личности. Он способствует повышению интеллектуального уровня человека, участию туристов в культурно-познавательных и обучающих культурных программах.

Значительно меньше уделяется внимание возможностям формирования экологического мировоззрения в туризме. Именно в путешествиях и на экскурсиях человек непосредственно соприкасается с природой, ощущает ее хрупкость и уязвимость, получает навыки поведения в природной среде. Туризм дает возможность увидеть природные особенности других регионов и их использование, отношение их жителей к среде своего обитания, провести сравнение с регионом своего местожительства, перенять положительный опыт природопользования и охраны окружающей природной среды. Именно туризм способствует пониманию целостности и взаимосвязи экологических процессов и явлений природы, ценности живой и неживой природы, закрепляет полученные ранее экологические знания, формирует экологическое мировоззрение как систему взглядов на объективный мир и место человека в нем.

Выводы. Однозначного определения главной цели формирования экологического мировоззрения не существует. Целью является и формирование экологически грамотного человека, и воспитание ответственного отношения к природе, и формирование экологического сознания и культуры, что в конечном итоге обеспечивает формирование экологического мировоззрения. Все эти цели взаимосвязаны, хотя формируются различными способами и методами, в разном возрасте и определенных условиях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Советская энциклопедия, 1985. — 1600с.
2. Сотникова Е. Б. Формирование экологического мировоззрения в системе школа-вуз / Е. Б. Сотникова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 4. — Режим доступа : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21165>.
3. Чугунова Т. Н. Проблемы экологизации образования и формирования экологического мировоззрения / Т. Н. Чугунова // II научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» (Симферополь, 24-28 октября 2016 г.) : сборник тезисов участников. — Симферополь : КФУ им. В.И. Вернадского, 2016. — Т. 5, в двух частях. — С. 620–622.
4. Ещенко С. М. Механизм формирования экологического мировоззрения / С. М. Ещенко // Молодой ученый. — 2017. — № 24. — С. 94–96.
5. <http://naukarus.com/formirovanie-ekologicheskogo-mirovozzreniya>.

СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

УДК 338.48

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В НОРВЕГИИ

THE STAGES OF DEVELOPMENT OF SKI TOURISM IN NORWAY

Бугаец Т. Г., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Запольская И. С., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

T. G. Bugayets, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

I. S. Zapolskaya, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В тезисах рассматриваются этапы развития горнолыжного туризма в Норвегии на современном этапе. Полученные в ходе исследования данные, позволят изучить историю развития данного вида туризма на скандинавском полуострове в целом.

Annotation

The theses consider the stages of development of ski tourism in Norway at present stage. The data obtained in the course of the study will allow studying the history of this type of tourism on the Scandinavian Peninsula as a whole.

Ключевые слова: туризм, горнолыжный туризм, этапы развития, Норвегия, Скандинавский полуостров.

Keywords: tourism, ski tourism, stages of development, Norway, the Scandinavian Peninsula.

Введение. В конце XX века в развитых странах туристский рынок изменился. Появилась тенденция к активному и экстремальному отдыху. Туризм стал сливаться со многими видами спорта. К ним принадлежит

горнолыжный вид туризма, ранее достаточно экстремальный, а сейчас доступен даже детям. Возвышенности и горы Норвегии, а также уникальная природа посодействовали активному развитию здесь зимних видов спорта. Горнолыжный туризм получил свое развитие именно в Норвегии и стал популярным по всему миру.

Цель исследования. Рассмотреть этапы развития горнолыжного туризма на примере Норвегии.

Результаты исследования. Норвегия — государство, расположенное в Северной Европе, занимает западную часть Скандинавского полуострова, прилегающие мелкие острова и архипелаг [1, с. 8]. Чрезвычайно гористая страна. Неудивительно, что здесь сосредоточены горнолыжные курорты, развит горнолыжный туризм и горные виды спорта. Склоны гор покрыты белоснежным снегом с ноября месяца по май. Это не значит, что летом прокатиться на горных и беговых лыжах невозможно. Возможно, ведь для этого используют ледники на западе страны.

Горнолыжный спорт основан именно в Норвегии, в XIX в. В 1879 году прошло одно из первых соревнований по спуску с гор в городе Христиании (сейчас Осло). На эти соревнования горожане пригласили искусных лыжников из поселения Телемаркен. Участники съезжали с гор на длинных палках, тормозили со всех сил. Телемаркенцы обладали уникальной техникой спуска, уверенно управляли лыжами и быстро тормозили. Некоторые их приемы до сих пор берут на заметку современные горнолыжники.

После этого норвежцы взялись за усовершенствование конструкции лыж, запустили их фабричное производство. Данная продукция быстро пошла на экспорт в страны Европы.

Уже в конце XIX были созданы клубы для лыжников. Одним из его основателей был Ф. Нансен, известный как полярный исследователь. Он совершил опасное путешествие на лыжах через Гренландию и написал

книгу, которая и поспособствовала популяризации лыжного спорта во всем мире. Таким образом, благодаря норвежским лыжникам, лыжный спорт проник в горные регионы Америки и Европы.

Современный горнолыжный спорт с его техниками поворотов, и многочисленные изобретения доступны нам благодаря австрийцу Матиасу Здарски. Первая горнолыжная школа была открыта им.

Следует отметить, что активное развитие горнолыжных курортов началось с создания горнолыжных подъемников.

Развитие скандинавского лыжного туризма сосредоточено в Норвегии и Финляндии. На родине данного вида туризма международные зимние курорты находятся на юге страны: Гейло, олимпийский Лиллехаммер и Хемседал, которые славятся самыми скоростными и высокими спусками на территории Скандинавии [2].

Олимпийские игры не обошли стороной Норвегию. Зимняя Олимпиада в 1952 году, в городе Осло отличилась тем, что здесь впервые были осуществлены старты в гигантском слаломе [3]. Также Норвегия может гордиться своим гражданином — Четиль Андре Омогт завоевал 8 олимпийских наград (4 золотые, 2 серебряные и 2 бронзовые) и является самым титулованным горнолыжником за всю историю зимних Олимпийских игр.

Крупнейшим горнолыжным курортом в Норвегии справедливо считается Трюсиль. Здесь около 40 подъемников, более 70 км объединённых трасс. Местная школа пользуется особой популярностью.

За это время здесь качественно потрудились над созданием трасс, подъёмников, на самом высоком уровне развили инфраструктуру. Множество трасс на выбор как для начинающих, так и для профессионалов в этом деле с препятствиями, крутыми склонами. Кроме лыж, здесь можно прокатиться и на сноубордах, тюбингах и бобслеях.

Выводы. Норвегия по праву считается родиной горнолыжного спорта. Уникальные ландшафты дарят незабываемые впечатления, заряжают энергией. Всего за пару веков горнолыжные курорты Норвегии завоевали признание всего мира. Здесь одни из самых лучших трасс и спусков, круглогодичная возможность для спусков, множество подъемников, инфраструктура на высшем уровне. Развитие горнолыжного туризма в Норвегии происходило стремительными этапами, что позволило вывести его на престижный мировой уровень, создавать школы, проводить чемпионаты и Олимпийские игры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Водовозов В. В. Норвегия // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890–1907.

2. История и центры горнолыжного туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://works.doklad.ru/view/uzd5ohl6PSM.html> (дата обращения : 08.04.2019).

3. Горнолыжный спорт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Горнолыжный_спорт_на_Олимпийских_играх – (дата обращения : 08.04.2019).

УДК 338.48

ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В ШВЕЙЦАРИИ

THE DEVELOPMENT OF SKI TOURISM IN SWITZERLAND

Ибрагимов Э. Э., д. э. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Меметова Н. Т., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Е. Е. Ibragimov,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

N. T. Memetova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы развития горнолыжного туризма на примере Швейцарии. В данной работе проанализированы основные горнолыжные курорты Швейцарии, их состояние на современном этапе и перспективы развития. Даны рекомендации по повышению имиджа Швейцарии-как горнолыжного региона

Annotation

The theses are devoted to the problems of ski tourism development on the example of Switzerland. This paper discusses the main ski resorts in Switzerland, their condition at the present stage and prospects for development.

Ключевые слова: горнолыжный туризм, Швейцария, проблематика развития, инфраструктура.

Keywords: ski tourism, Switzerland, development issues.

Введение. Швейцария — это государство, располагающееся в Центральной Европе. Страна не имеет выхода к морю, территориально разделена на три региона: горы на севере, Швейцарское плато в центре и Альпы на юге, занимающие 61 % всей территории Швейцарии [3]. Наличие гор сыграло важную роль в развитии горнолыжного курорта на территории Швейцарии. В сфере туризма Швейцария занимает высокие позиции благодаря развитой транспортной инфраструктуре, средствам размещения, высокому уровню оказываемых услуг в сочетании с живописной природой и выгодным центральным географическим положением.

Цель исследования. Изучить проблематику развития горнолыжного туризма на примере Швейцарии.

Результаты исследования. Горнолыжный туризм зародился в Норвегии и получил должное развитие не только на родине, но и в Швейцарии. Самая древняя лыжа найдена в Швейцарии, ей более 4500 лет,

однако наскальная живопись свидетельствует о том, что лыжи использовали задолго до этой даты. Сейчас территория горной Швейцарии имеет необходимую инфраструктуру для проведения активного отдыха и спорта, зимних спортивных игр. Здесь можно заняться альпинизмом, горным туризмом, катанием на горных лыжах и сноуборде, а также здесь предоставляется широкий спектр лечебно-профилактических процедур [2, с. 56].

Центральное размещение страны способствует масштабному притоку туристов со всей Европы, а благодаря тому, что горы занимают две трети страны, Швейцария — это рай для альпинизма и горнолыжного курорта. Уровень, предоставляемого сервиса и комфорта находится на высшем уровне. Трассы являются эталонными во всем мире, а количество подъемников исключает очередь на них. Горнолыжные курорты функционируют в Швейцарии даже летом. Из более чем двухсот горнолыжных курортов, самыми популярными считаются: «4 долины», Вербье, Цермат, Давос, Лекенбард, Интерлакен и Сант-Мориц. «4 долины» располагают наибольшей областью, предназначенной для катания.

В Швейцарии можно подобрать трассу на любой уровень возможностей, спуски разные по протяженности и по сложности. За здоровье и целостность посетителей несет ответственность контрольно-спасательная служба. Имеется достаточно много пунктов проката спортивного инвентаря, а также существуют горнолыжные школы.

Однако, несмотря на то, что Швейцария — это «сказочная страна» для любителей активного отдыха, здесь присутствуют проблемы и главная из них заключается в сильной нагрузке из-за большого количества приезжающих туристов. Гостями потребляется большое количество товаров и предметов, производимых за пределами Швейцарии: мебель, отделочные материалы для гостиничных комплексов, спортивный инвентарь и

продукты питания — все это активно импортируется из других стран [1, с. 65].

Каждый год страну посещает более 7 млн. туристов. Большой приток иностранных гостей оказывает нагрузку на местную инфраструктуру: дороги и транспорт, водо- и электроснабжение, уборка мусора и т. д. Все это требует расширенного штаба обслуживающего персонала, дальнейшего расширения дорог, постройки новых аэропортов, вокзалов и гостиниц. Сюда привлекаются иностранные сезонные рабочие. Дальнейшее поддержание швейцарского курорта на высшем уровне и его модернизация требует финансовых вложений.

Также большой поток приезжих, активные застройки оказывает негативное влияние на экологическую обстановку Альп, и хоть швейцарцы народ гостеприимный, некоторые неудобства им все же причиняются.

На привлечение гостей и туристов, качественный маркетинг, также тратится большая часть инвестиций. Не смотря на высокую репутацию отдыха в Швейцарии, она по-прежнему требует денежных вложений и повышения качества услуг, чтобы и дальше оставаться лучшей в своем классе.

В 2017 году горнолыжный сезон горных курортов страны столкнулся со сложностями, среди конкурентоспособных стран мира в туристической отрасли Швейцария опустилась с 6-го места на 10-е. Это связано с тем, что в 2015 году произошел резкий рост швейцарского франка, что пошло на пользу конкурентам. Треть европейского рынка была потеряна из-за роста национальной валюты, ведь Швейцария ориентирована на Европу. Цифры показали, что туристы начали отдавать предпочтение более дешевым курортам Болгарии, Черногории и Словении. Как уверены многие эксперты, переориентация на туристов из Китая и арабские страны восполнит появившийся пробел [4].

Несмотря на то, что отдых в Швейцарии является дорогостоящим, количество желающих насладиться горными видами спорта с каждым годом растет.

Выводы. Горнолыжный курорт в Швейцарии является эдаким эталоном качества. Современные трассы, современные центры, развитая схема ски-пассов, высокий уровень обслуживания — благодаря всему этому активный отдых пользуется здесь особым успехом. При наличии всех положительных факторов, имеют место и сложности. Горнолыжный туризм является капиталоемким и трудоемким видом туризма. На фоне растущей конкуренции и роста внутренней курса валюты, горнолыжному туризму в Швейцарии по-прежнему требуются инвестиции и грамотный маркетинг для привлечения туристов со всего мира и поддержания поднятой «высокой планки».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма / А. Ю. Александрова. — М. : АСТ, 1996. — 410 с.
2. Ветитнев А. М. Курортное дело / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. — М. : Кнорус, 2006.
3. Швейцария [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Швейцария>.
4. В чем причина проблем туризма в Швейцарии? [Электронный ресурс] // SWI swissinfo.ch. — Режим доступа : https://www.swissinfo.ch/rus/туризм_в-чем-причина-проблем-туризма-в-швейцарии/43265854.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В МИРЕ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN THE WORLD

Тропина Е. А., старший преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Щербак А. О., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

E. A. Tropina, Senior Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. O. Shcherbak, student
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается событийный туризм как перспективное направления культурном туризме, обозначены его значение и роль в международном туризме.

Annotation

The article deals with event tourism as a promising direction of cultural tourism, its importance and role in international tourism.

Ключевые слова: событийный туризм, событие, отдых, фестиваль, мероприятие, культурный туризм, международный туризм.

Keywords: event tourism, event, rest, festival, cultural tourism, international tourism.

Введение. Событийный туризм — направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальность этого вида туризма в том, что он сочетает в себе как традиционный отдых, так и участие в зрелищном мероприятии, вовлекающее туриста в атмосферу праздника [1, с. 121].

Актуальность исследования заключается в том, что на сегодняшний день событийный туризм одна из перспективных и быстрорастущих

отраслей в туризме, динамично развивающаяся и оказывающая влияние на мировую экономику.

Главная задача событийного туризма состоит в том, чтобы заинтересовать туриста, подарить неповторимую атмосферу праздника и массу ярких эмоций. У событийных туров нет определенной целевой аудитории, так как существует множество праздников, фестивалей и мероприятий, которые подойдут под различные возрастные категории. Еще одна особенность событийного туризма — его неисчерпаемость. С каждым годом появляется всё больше новых событий, способных заинтересовать как местных жителей, так и туристов [2].

Цель исследования. Рассмотреть перспективы развития, современное состояние и основные направления событийного туризма в мире.

Результаты исследования. Своё развитие современный событийный туризм получил относительно недавно — в 80-е годы прошлого столетия в специальной литературе впервые появился термин «событийный туризм», однако стремительно начал набирать обороты.

Туроператоры международного туризма предлагают широкий спектр туров в сфере событийного туризма, к которым относятся: музыкальные, театральные, кинематографические и гастрономические фестивали и конкурсы, национальные праздники, цветочные выставки и спортивные состязания.

На сегодняшний день событийный туризм довольно популярное направление, которое по праву считается визитной карточкой для многих стран. Среди них можно выделить Бразилию, прославленную на весь мир масштабными костюмированными карнавалами. Несмотря на то, что данный вид туризма достаточно новое направление для туристского рынка, его истоки уходят далеко в древность. Первым крупнейшим мероприятием были Олимпийские игры в Древней Греции, проводившиеся каждые 4 года и собиравшие немалую аудиторию [3].

Шумные праздники, яркие карнавалы, церемонии, международные конкурсы и соревнования, которые устраивают чуть ли не в каждой точке мира, с каждым годом привлекают всё больше и больше туристов.

Одним из самых популярных событий планеты является Венецианский карнавал, первое упоминание о котором датируется 1094 годом. Главным атрибутом карнавала — роскошные костюмы и маски, полностью скрывающие лицо. Празднество длится две недели, во время которых на улицах города устраиваются гуляния, театральные представления, концерты и салюты. Не уступает ему и вышеупомянутый Бразильский карнавал в Рио-де-Жанейро, где главная цель — веселье. Это поистине захватывающее зрелище, пользующееся огромной популярностью у туристов. Не менее интересны и Парад цветов в Амстердаме, проходящий в начале осени, датский карнавал в городе Ольборг, «Битва с драконом» в Бельгии, фестиваль Средневековья во Франции.

Пальму первенства среди музыкальных фестивалей на протяжении долгих лет сохраняет международный песенный конкурс «Евровидение», на который мечтают попасть миллионы жителей Европы, а за право проведения конкурса борются практически все европейские государства.

Для любителей спорта также найдётся немалое количество спортивных мероприятий. Наиболее известны: Чемпионат мира и чемпионат Европы по футболу, собирающие огромные аудитории футбольных болельщиков, известные теннисные турниры, такие как WTA, ATP, «Большой шлем», а также авто- и мотогонки (Формула-1) [4].

Ещё одно мероприятие, собирающее немалое количество туристов, пивной фестиваль в Германии — «Октоберфест», занесённый в книгу рекордов Гиннеса как самый масштабный праздник мира. Каждый год в Баварию приезжают миллионы гостей со всего мира, желающих насладиться хорошим пивом и музыкой.

Перечислить все мероприятия в рамках данного исследования не представляется возможным. Событийные туры становятся все более востребованными, а рынок предложений стремительно растет, предлагая современным туристам новые формы и виды событийных мероприятий.

Выводы. Событийный туризм продолжает активно развиваться. Данный вид отдыха занял свою нишу на туристском рынке и устойчиво сохраняет позиции.

Он выступает не только как дополнительный источник привлечения туристов, но и выходит на новый уровень, способствующий развитию небогатых на другие туристские ресурсы территории. Для большинства стран событийный туризм — неотъемлемая часть получения дохода.

С каждым годом количество событийных туров только растёт, растёт и количество желающих, посетить те или иные события. Перспективность событийного туризма заключается в его доступности, многоаспектности и неисчерпаемости ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Текст] / А. В. Бабкин. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. — 252 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм : учебник / М. Б. Биржаков. — 6-е изд. — Санкт-Петербург : Герда, 2004. — 448 с.
3. Событийный туризм: содержание и мировой опыт [Электронный ресурс] // Сан-тур – Режим доступа : https://www.santour.ru/news/sobytijnyj_turizm_soderzhanie_i_mirovoj_opyt.html.
4. Событийные туры [Электронный ресурс] // Тонкости туризма. — Режим доступа : https://tonkosti.ru/Событийные_туры.

УДК 338.48

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

MODERN TENDENCIES OF TOURISM DEVELOPMENT

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Коробова П., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

P. Korobova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены два направления развития туризма в современном мире - это влияние новейших технологий на туристскую сферу и возникновение новых видов и направлений в туризме.

Annotation

The article considers two directions of tourism development in the modern world - the impact of new technologies on the tourism sector and the emergence of new types and directions in tourism.

Ключевые слова: виды туризма, технологии, инновации, мобильные приложения.

Keywords: types of tourism, technologies, innovations, mobile applications.

Введение. Индустрия туризма обеспечивает 9 % мирового ВВП и предлагает одну из каждых 11 рабочих мест. Кроме того, за последние 20 лет число туристов удвоилось, и в ближайшие несколько лет ожидается значительный рост среди всех сегментов рынка. Индустрия туризма имеет огромный потенциал для роста и получения доходов.

Цель исследования — выявить современные тенденции развития туризма.

Результаты исследования. Сегодня туроператоры и туристы оснащены новейшими технологиями, что расширяет возможности туристического бизнеса. Туристы используют различные мобильные приложения, такие как приложение для компаса, приложения для онлайн-бронирования, приложения для конвертации валют, приложения для работы с мировым временем, приложения для языкового перевода, приложения для прогноза погоды, карты Google, а также сервисы определения местоположения ресторанов и жилых помещений на своем мобильном устройстве. Туристы могут также добавить свои собственные данные, чтобы создать наложение на карте Google и изучить все возможности посещения местоположения с помощью API Карт Google. Некоторые приложения помогают спланировать тур, найти дешевые рейсы, местные транспортные узлы, рестораны и достопримечательности. Приложения улучшают туристический опыт до, во время и после тура.

Сегодня крупные туроператоры вкладывают средства в создание собственных мобильных приложений. Они склонны использовать как можно меньше документов и предпочитают отправлять PDF-документы о маршрутах своим клиентам и страховые документы страховым службам, предоставляющим клиентам. Они также используют большинство приложений, которые используют туристы. Кроме того, они очень часто пользуются приложениями Trafalgar, Passport to Tour, mTrip, которые могут связывать их с туристами в поездке, отслеживать маршрут и получать информацию о туре.

Туризм — это постоянно меняющаяся отрасль, в которой появляются новые направления, например — полярный туризм. Арктические и антарктические полярные регионы всегда привлекали туристов. Полярный туризм — это динамично развивающаяся отрасль благодаря усилиям,

предпринимаемым туроператорами для обеспечения различных достопримечательностей, направлений и мероприятий для своих клиентов. Приключенческие туристы и обычные туристы, которые жаждут уникального погодного опыта, уединения и представления о дикой жизни в ее естественной среде обитания, выбирают полярный туризм.

Космический туризм включает в себя полеты орбитальных и суборбитальных ракет в космос. Поездка в пространство для отдыха и уникального опыта была идеей этого туризма. До настоящего времени только очень богатые туристы, платящие очень большую сумму денег, могли реализовать мечту увидеть за голубой планетой. В ближайшие годы этот экстравагантный туризм может стать доступным и для простых людей.

Мрачный туризм — самая старая форма туризма, развитая в последнее время. Из-за страха и естественного влечения к раскрытию тайны смерти, которую всегда имеют люди, некоторые туристы предпочитают посещать места назначения, такие как поля сражений, места убийств с применением насилия или любые места, где большое количество людей погибло естественным образом или насильственно в течение полета последние 100 до 125 лет.

Например, туристы посещают Помпеи, чтобы увидеть трупы жертв вулканического бедствия, буквально превращенные в гипсовые слепки. Везувий разрушил древний город Помпеи. Хотя катастрофа произошла и унесла тысячи жизней давным-давно, угроза еще большего количества таких извержений вулканов все еще существует сегодня. Следовательно, Помпеи - археологический и темный туристический объект.

Еще несколько мест, которые посещают туристы для темного туризма — Чернобыль и Припять, Украина. Туристы посещают это место, чтобы увидеть руины ядерной катастрофы, которая произошла 26 апреля 1986 года. Ground Zero, США — это сайт Всемирного торгового центра, привлекающий туристов после атак 11 сентября 2001 года. Освенцим,

Польша. Это мрачное место известно нацистскими концентрационными лагерями с различными комнатами, заполненными тысячами пар очков, обуви и человеческих волос. На ней изображены стены коридора со списками имен их жертв и датами их смерти, а также дом коменданта лагеря.

Благотворительный туризм — это добровольный отпуск и гастроли на благотворительность. Люди не просто отправляются в турне для отдыха и развлечений, но и для того, чтобы служить сообществу, которое борется со стихийными бедствиями. В случае внезапных наводнений или циклонов люди в пострадавших районах нуждаются в поддержке. Некоторые туристы добровольно посещают такие места и протягивают руки за помощью любым возможным способом.

Кроме того, туристы путешествуют для ухода за сиротами, для плантаций, защиты дикой природы и других подобных задач.

Роскошный Туризм — в основном это касается богатых деловых туристов, которые твердо убеждены, что время имеет первостепенное значение, и они должны платить, чтобы сэкономить время любой ценой. Состоятельные туристы склонны подвергаться уникальным впечатлениям, таким как пребывание на частном острове, персональное внимание со стороны поставщиков услуг и доступ к достопримечательностям и удобствам элитного класса.

Гастрономический туризм. Туристы, которые любят получать местный кулинарный опыт, любят путешествовать с этой целью. Они посещают кулинарные фестивали, кулинарные конкурсы, посещают местные фермы, виноградники и компании по производству сыра, общаются с местным сообществом или готовят для особого кулинарного опыта.

БРИК Туризм. Четыре основные развивающиеся страны, а именно Бразилия, Россия, Индия и Китай, имеют огромный потенциал для развития мировой экономики через индустрию гостеприимства и туризма. Эти

страны важны как для въездного, так и выездного туризма. Глобальные туроператоры адаптируют свой туристический бизнес, чтобы использовать огромный рынок, который предоставляют эти страны.

Совершенно очевидно, что завтрашние туристы и туроператоры будут больше полагаться на технологии. С появлением приложений и онлайн-сервисов следующего поколения туризм станет еще более доступным и приятным.

Выводы. В будущем туристы будут тратить меньше времени на планирование заранее. Эффективные услуги бронирования и приложения позволят туристам создавать разнообразные маршруты по разумной цене. Будущие туристы не предпочли бы ограничиваться готовыми турами. При наличии большого количества вариантов туристы предпочли бы реализовать все возможные пожелания относительно туризма.

Благодаря большему количеству стыковок на рейсах, способам передвижения и удобствам размещения, обеспечивающим больше комфорта, технологиям, которые постепенно помогают человечеству, туризм будет и далее интенсивно развиваться.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. — М. : КноРус, 2010. — 459 с.
2. Дурович А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Современная школа, 2010. — 383 с.
3. Основы индустрии гостеприимства : учебное пособие / Д. И. Елканова и др. — М. : Дашков и К, 2011. — 247 с.
4. Стальная В. Индустрия развлечений: тенденции развития / В. Стальная // Маркетинг. — 2009. — № 4. — С. 91–105.

5. Тайгибова Т. Т. Анализ состояния и перспективы развития въездного туризма в современной России / Т. Т. Тайгибова // Актуальные вопросы экономики и управления. — М. : РИОР, 2017. — С. 218–223.

УДК 338.48

**ХАРАКТЕРИСТИКА ХОРВАТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА
ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ.**

**CHARACTERISTICS OF CROATIAN DESTINATIONS
ON THE TOURIST MARKET OF EASTERN EUROPE**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Виницкий А. А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Vinizkiy, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данной статье дана характеристика современного состояния туристской сферы Хорватии. Обозначены тенденции развития туризма в регионе. Даны рекомендации по совершенствованию туристской деятельности.

Annotation

This article describes the current state of tourism in Croatia. The tendencies of tourism development in the region are indicated. Recommendations on improvement of tourist activity are given.

Ключевые слова: международный туризм, туристский поток, туристская инфраструктура, рекреационные ресурсы, Хорватия.

Keywords: international tourism, tourist flow, tourist infrastructure, recreational resources, Croatia.

Введение. Хорватия находится на берегу Адриатического моря, напротив Италии и недалеко от Греции. В последние годы популярность Хорватии резко возросла благодаря социальным сетям, расширению связей в Европе, и чрезвычайно популярному сериалу «Игра престолов», который снимается в разных местах этой многогранной страны.

Хорватия — прекрасный материк с великолепными долинами, горами и их высокими вершинами, а также береговой линией, за которой обитают сотни островов. В течение многих лет туризм был основным экономическим фактором для Хорватии, но в последнее время он стал еще более значительным. С таким огромным наплывом посетителей из года в год важно найти модель развития, которая позволит Хорватии экономически расти благодаря туризму, но при этом также будет учитываться устойчивость таких усилий.

Цель исследования — изучить развитие туристской деятельности в Хорватии.

Результаты исследования. Хотя по количеству прибывающих туристов Хорватия не может сравниться с такими крупными туристическими направлениями как Франция, Испания, Италия или Греция она стала одной из самых популярных стран Средиземноморья.

Туризм, безусловно, является самой прибыльной деятельностью, особенно в прибрежных районах летом. Здесь существует общепринятое разделение всех видов экономической деятельности на «в сезон» и «вне сезона». Летний туристический сезон, который в основном длится с начала июня до конца сентября, является основным стимулом для развития этого, самого привлекательного района для туристов.

В 2017 году Хорватия зарегистрировала 16 миллионов туристов, заняв 22-е место в мире в абсолютном выражении.

То, что меньшие страны регулярно показывают меньшие результаты по сравнению с абсолютным числом гостей, очевидно. Если сопоставить число

туристов с населением Хорватии, то получится гораздо более сопоставимая картина: Хорватия занимает 3 место на 17 жителей в мире. В Южной Европе он занял 3-е место.

Хорватия произвела около 11,13 млрд долларов США только в туристическом секторе. Это соответствует 20,15 процента его валового внутреннего продукта.

Из общего количества туристических ночей в 2017 году 92 % пришлось на иностранных гостей. Большинство иностранных туристических ночей (32 %) были проведены в Истрийском уезде, где туризм наиболее развит с точки зрения инфраструктуры. Далее следуют другие прибрежные округа: Приморско-Горский Котар (19 %), Сплит-Далмация (17 %), Задар (11 %) и Дубровник-Неретва, Шибеник-Книн и Лика-Сень (вместе 17 %). Все остальные, то есть континентальные округа, составляли 4 % от общего количества ночей. Жилье распределяется по этим показателям, в основном вдоль побережья Адриатического моря.

В настоящее время размещение в крупных отелях Хорватии затруднительно. Большая часть мест размещения находится в частном секторе. Поэтому большинство ночей проводилось в частном секторе (34%), а в отелях (26 %).

С 1980 года по настоящее время доля иностранных туристов больше, чем внутренних посетителей. Традиционные посетители из Германии, Словении (ранее считавшейся местными туристами), Австрии, Италии, Чехии и Словакии (бывшая Чехословакия). За последние десять лет количество туристов увеличилось из Франции, Нидерландов, Польши, а также из зарубежных стран.

Помимо уже упомянутой интенсивной рекламы, которая, безусловно, привела к росту интереса к Хорватии за последнее десятилетие, изменение структуры туристов с точки зрения страны происхождения, с добавлением новых туристов, также является результатом введение низкобюджетных

авиакомпаний, а также различные формы более дешевого жилья для туристов с более низкой покупательской способностью. С другой стороны, с развитием круизов в некоторых направлениях, особенно в Дубровнике, а также с открытием пристаней для яхт и расширением их возможностей. Хорватию с каждым годом посещает все больше туристов с большей покупательной способностью. С точки зрения того, как люди путешествуют, индивидуальные путешествия преобладают (64%), только треть туристов прибывает в страну по организованному турпакету. В среднем туристы остаются на 6 дней, дольше летом.

Из-за долгой истории Хорватии, живущей под разными империями и державами, в рамках национальной хорватской культуры сосуществуют различные культуры. Хорватский полуостров Истрия имеет архитектуру из Древнего Рима, включая один из лучших хорошо сохранившихся римских амфитеатров во всей Европе. Дубровник предлагает взглянуть на средневековые времена, в которых Хорватия находился под властью венецианцев. В столице Загреба есть несколько различных влияния, но одно из самых заметных из Австрии, не только с архитектурой, но и с кулинарией тоже. Поскольку Хорватия граничит с Сербией и Боснией и Герцеговиной, есть турецкое влияние особенно гастрономические.

Хотя Загреб является столицей Хорватии, он, безусловно, не является основным туристическим направлением. Вместо, многие туристы стекаются в более тропические регионы Хорватии вдоль Адриатического побережья.

Дубровник-крупнейший туристический город Хорватии. Другие известные города Сплит и Задар, также находятся вдоль побережья Адриатики, к северу от Дубровника. Оба города славятся своей средневековой и римской архитектурой. В Хорватии насчитывается более 1000 островов.

Выводы. Хотя нынешняя позиция Республики Хорватии в европейском туристическом потенциале является благоприятной, необходимо повысить качество общего предложения туризма и преодолеть сезонные колебания. С региональной точки зрения туризм в Республике Хорватии достиг различных уровней развития. Более 94% туристического оборота в Республике Хорватии достигается в Адриатическом регионе, который в основном основан на сезонных туристических продуктах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Балтии Л. Г. Экономические перспективы восточной Европы / Л. Г. Балтии. — М. : Европа, 2005. — 104 с.
2. Беловая Е. Отдых в Хорватии / Е. Беловая // Лиза. — 2014. — № 37. — 56 с.
3. Беннет Л. Хорватия. Путеводитель / Л. Беннет. — М. : Фаир-Пресс, 2006. — 115 с.
4. Бурмистрова И. Туристический бизнес в Хорватии: предпосылки и перспективы / И. Бурмистрова // Деловой мир. — 2015. — С. 42.
5. Вентурини Д. Э. Хорватия. Путеводитель / Д. Э. Вентурини. — М. : АСТ, 2007. — 156 с.

УДК 338.48

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В ШВЕЙЦАРИИ

BASIS FOR THE ORGANIZATION OF SPORTS TOURISM IN SWITZERLAND

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Грибова А. А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Gribova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Данные тезисы посвящены рассмотрению основ организации спортивного туризма на примере Швейцарии.

Annotation

These theses are devoted to the consideration of the basics of sports tourism organization on the example of Switzerland.

Ключевые слова: спорт, туризм, спортивный туризм, Швейцария, организация.

Keywords: sports, tourism, sports tourism, Switzerland, organization.

Введение. Швейцария — это государство в Центральной Европе и является туристической страной. Развитая туристическая, транспортная инфраструктура, выгодное географическое расположение, живописная природа позволили Швейцарии занять прочные позиции в этой сфере. Доход страны от туризма составляет 15 %. Хорошо развит здесь спортивный туризм. Благодаря горному рельефу, составляющему треть площади страны, популярность получил лыжный туризм и альпинизм.

Цель исследования. Рассмотреть основы организации спортивного туризма на примере Швейцарии.

Результаты исследования. Спортивный туризм — это вид спорта, интересующий желающих во время путешествия заняться активным видом отдыха [2, с. 117].

Спортивный туризм весьма разнообразное направление, доступны все виды спорта на разный уровень профессионализма. Самыми популярными

курортами в Швейцарии являются горнолыжные со всеми зимними видами спорта и озёрные курорты, предлагающие водные виды спорта [1, с. 61].

В отличие от культурно-познавательного туризма, спортивный содержит классификацию по сложностям естественных препятствий. Зачастую, в лыжном спорте и альпинизме такими препятствиями выступают различные склоны и спуски, трамплины, горные вершины и перевалы, а в водном туризме — речные пороги. Классифицирование препятствий составляет основу методик сравнения путешествий по их сложности [3].

Швейцария — это страна спортивного туризма на любой вкус, уровень сложности и финансовые возможности.

Активный туризм в Швейцарии — это идеальный выбор для любителей экстрима и острых ощущений. Из спортивных видов туризма здесь хорошо развит велоспорт, дельтапланеризм, спуск по горным рекам, а также парусные виды спорта и каньонинг. Также здесь популярны и спокойные виды спортивного туризма, например, катание на лошадях в Юрских горах [4].

На базе многих гостиничных комплексов существуют спортивные комплексы, где туристам доступны гольф и теннис.

Такое стремительное развитие спортивного туризма в Швейцарии подкреплено не только идеальными природными условиями, но и благодаря грамотной организации.

Материальная база, которая включает в себя гостиничные комплексы, транспортная развязка, пункты проката и продажи спортивного оборудования и экипировки, ориентированы на каждый отдельный вид спорта. Гостиницы соответствуют типу спортивных и предоставляют все услуги комфорта и отдыха, после спортивной нагрузки. Доступны услуги массажистов, бани и сауны, бассейны, спа-процедуры.

Многочисленные подъёмники, канатные дороги и различные горнолыжные трассы, внимание к мелочам и доступность всех условий

цивилизации подтверждают отличную организацию горнолыжного курорта в Швейцарии.

Также одной из основ успешного развития спортивного туризма в Швейцарии является наличие большого количества квалифицированных и опытных инструкторов, которые знакомы с правилами безопасности и окажут первую медицинскую помощь в случае необходимости, детям на маршруте предоставляется детская группа и свой инструктор. Наличие школ, например, по обучению горнолыжному спорту, прекрасная возможность получить профессиональные навыки.

На любой вид спорта можно подобрать пакет услуг, соответствующий вашим желаниям.

Спортивный туризм позволяет не только заниматься любимыми видами спорта, но и ознакомиться с местной культурой и кухней, созерцать удивительные ландшафты, наполнить свой отдых яркими эмоциями и воспоминаниями [5, с. 165].

Оптимальные условия для зимнего спорта и организация на высшем уровне, позволили Швейцарии проводить олимпийские игры и крупные международные соревнования

Выводы. Туризм вносит значительный вклад в экономику Швейцарии. Особую популярность здесь получил спортивный туризм, благодаря развитой инфраструктуре и идеальным природным условиям. Организация спортивного туризма в Швейцарии соответствует всем современным требованиям и европейским стандартам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ананьев М. А. Международный туризм / М. А. Ананьев. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1968. — 208 с.

2. Вострова А. П. Туризм: теоретические основы и управление процессами / А. П. Вострова, М. М. Киреева. — Иваново : Scientific magazine Kontsep, 2018. — 278 с.

3. Туризм в Швейцарии. [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Туризм_в_Швейцарии.

4. Основные направления туризма в Швейцарии и их потенциал. [Электронный ресурс] // Studwood.ru. — Режим доступа : https://studwood.ru/1141575/turizm/osnovnye_napravleniya_turizma_shveytsarii_potentsial.

5. Чеглазова М. Е. Горнолыжный туризм и его роль в развитии индустрии социально-культурного сервиса и туризма республики Крым. / М. Е. Чеглазова, Я. В. Степченко // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Материалы II Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Казань, 13–14 декабря 2018. — Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2018. — С. 163–169.

УДК 338.48

ТУРИСТСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕМЕЙНОГО ОТДЫХА С ДЕТЬМИ В ХОРВАТИИ

TOURIST OPPORTUNITIES OF FAMILY LEISURE WITH CHILDREN IN CROATIA

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Губская Н. И., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

N. I. Gubskaya, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье проанализированы возможности для организации семейного отдыха с детьми в Хорватии. Изучена отельная база и инфраструктура детского отдыха в регионе.

Annotation

The article analyzes the possibilities for organizing family holidays with children in Croatia. Studied hotel base and infrastructure of children's recreation in the region.

Ключевые слова: туризм, семейный отдых, курорт, отель, аквапарк.

Keywords: tourism, family vacation, resort, hotel, water park.

Введение. Хорватия обладает потрясающей природой и невероятным историческим наследием. Путешественники с детьми едут сюда за эстетическими впечатлениями, новыми эмоциями от средневековой архитектуры, пляжным отдыхом и здоровьем. Целебный воздух, минеральные и термальные источники, а также лечебная нефть (нафталан) укрепляют иммунитет взрослых и детей.

Цель исследования — изучить специфику семейного отдыха в Хорватии.

Результаты исследования. Хорватия отлично подходит для семейного туризма. Чистая вода для детей, летние приключения. Одно из популярных развлечений – это посещение аквапарков. Недалеко от города Пореч находится аквапарк AquaColors, в котором гостям предложено 25 различных горок, 12 из которых считаются экстремальными. Существует также длинная ленивая река, где можно отдохнуть от экстремальных горок. Также имеются батуты, детские площадки, кафе и рестораны.

Рядом с Пулой есть еще один большой аквапарк — Площадь Марис. Это огромная сложная система батутов и надувных горок, где вы можете провести захватывающее время. Поездки для детей разработаны специально

для разных возрастных групп. Можно посетить развлекательный комплекс, который расположен в парке.

Парк Главани находится недалеко от города Барбан. У него есть особая веревочных дорожек, по которой дети могут отправиться в экстремальное и головокружительное приключение. Юным любителям экстрима предстоит преодолеть полосу препятствий, установленную среди деревьев.

Недалеко от города Пореч находится картинг-стадион Мотодром Пореч. Дети от 5 лет могут кататься на маленьких машинах. Развлечения также подходят для взрослых.

Rovinj Adrenaline — еще один увлекательный парк с веревочной системой. Всего в парке 5 разных дорожек, на протяжении всего маршрута инструкторы следят за соблюдением правил безопасности.

В Хорватии есть 3 больших зоопарка. Один из них находится в столице страны, Загребе, в парке Максимира. Там создается среда, максимально приближенная к реальным условиям среды обитания в природе. Дети смогут увидеть самых редких снежных барсов, красную панду, карликовых бегемотов и обезьяну Диану. Загребский зоопарк по своим размерам уступает зоопарку в Осиеке. Также есть океанариум. Его коллекция содержит более 100 различных видов животных. Другой зоопарк находится в Сплите

Наиболее востребованными детскими отелями и курортами в Хорватии являются:

- Курорт Солярис — Ривьера Шибеник;
- Laguna Galiot 4 * Resort — Пореч;
- Отель Валамар - Отель Пореч & Валамар — Дубровник;
- Курорт Затон Холидей Вилладж 3 * — Задар;
- Novi Spa Hotel & Resorts 4 * — Нови Винодольски;
- Курорт Солярис — 6 км от Шибеника;

– Resort Solaris входит в комплекс Solaris Beach Resort недалеко от города Шибеник.

Весной и летом в Шибенике работает аквариум для детей и их родителей. Он знакомит посетителей с подводным миром Адриатики и тропических районов. Аквариум «Шибеник» имеет площадь 200 кв. м. и имеет 20 аквариумов. Самым впечатляющим является аквариум на 7000 литров с акулами и лучами. В центре соколиной охоты в Шибенике посетители могут узнать о жизни охотников за небом — соколов.

Курорт Solaris предлагает для детей разнообразные развлечения — детские бассейны, водные горки, игровые площадки, анимацию.

Интерьер отеля Family Andrija 4 *, а также экстерьер оформлены в подводной тематике, включая русалок, дельфинов, морских черепах и другие мотивы. Стойка регистрации отеля оборудована маленькой детской стойкой, где маленькие гости могут насладиться горкой в форме вулкана, пока их развлекает талисман отеля.

Недалеко от семейного отеля Andrija 4* расположен аквапарк Solaris с водными аттракционами для детей и их родителей.

Солярис Бич Резорт (Solaris Beach Resort) включает в себя: Отель Нико 4*, Отель Иван 4*, Семейный отель Andrija 4*, Курортный отель Villas Kornati 4*, Кемпинг Солярис 4* с домами на колесах, Авто кемпинг Адриатика 3*.

Расстояние от комплекса Solaris Beach Resort до города Шибеник — 6,4 км; до аэропорта Сплита — 53 км; до города Сплит — 84 км; до города Задар — 91,8 км.

Лагуна Галиот 4* курорт в Порече (Laguna Galiot 4* Porec) — уникальное средиземноморское направление, предлагающее удивительные впечатления и незабываемый отдых. Здесь можно остановиться в отелях, санаториях и лагерях, познакомиться с Истрие. Здесь есть анимация для детей всех возрастов: игровые площадки, развлекательные и спортивные

программы, уроки танцев и вечера народной музыки, шоу, фейерверки. Специальные мероприятия для детей, танцы для детей, рисование и игры в мини-клубах.

Курорт Затон Holiday Village 3* в Задар (Zaton Holiday Village 3*) — туристический поселок расположен в Задарском районе, в районе Нин.

Для детских развлечений есть: детский бассейн, детский клуб, мини-дискотека, мини-школа вождения, игры на песке, различные спортивные площадки: теннисные корты, волейбольная площадка, две игровые площадки для пляжного волейбола, баскетбольная площадка, три футбольные / гандбольные поля, боулинг, настольный теннис под открытым небом, мини-гольф, живая музыка, концерты, танцевальные вечера, караоке.

Курорт Нови Винодолски (Novi Spa Hotel & Resorts 4*) предлагает детские игровые площадки, водные горки, анимацию, услуги по уходу за детьми. Здесь игры в бассейне, школы плавания, олимпийские игры, турниры, диско-клубы, арт-клубы, ремесленные клубы, курсы хорватского языка. Для подростков есть вечерние турниры, танцевальная школа, видеоигры, велосипедные прогулки, пейнтбол, картинг, спортивные площадки.

Выводы. Хорватское направление предлагает разнообразные развлечения для детей: тематические детские парки, аквариумы, аэропарк, зоопарк, аквапарки и аквапарки, фестивали, катание на коньках. Побережье Хорватии предлагает детям тематические парки, спортивные площадки, горки, водные развлечения, а в больших отелях есть детские клубы. В стране достаточно хорошо развита туристская инфраструктура, что положительно влияет на развитие здесь детского туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беловая Е. Отдых в Хорватии / Беловая Е. // Лиза. — 2004. — № 37. — 56 с.

2. Беннет Л. Хорватия. Путеводитель / Л. Беннет. — М. : Фаир-Пресс, 2006. — 115 с.

3. Сабо А. Хорватия. Путеводитель / А. Сабо, Ш. Бертольд. — М. : Дискус Медиа, 2007. — 80 с.

4. Детский отдых в Хорватии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://croatia4travel.com/croatia-for-kids/children-resorts-croatia/> (дата обращения : 15.04.2019).

5. Туризм в Хорватии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://orangesmile.com> (дата обращения : 15.04.2019).

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В СИНГАПУРЕ

THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN SINGAPORE

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Гулай Н. О., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

N. O. Gylay, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается развитие сферы туризма в Сингапуре. Основные виды, направления, тенденции развития туризма в стране, прибыль от туристической сферы, количество и география въездных потоков.

Annotation

The article discusses the development of tourism in Singapore. The main types, directions, trends in the development of tourism in the country, the profit from the tourism sector, the number and geography of incoming flows.

Ключевые слова: туристская индустрия, развитие, эффективность, тур, турпродукт, Сингапур.

Keywords: tourism industry, development, efficiency, tour, tourism product, Singapore.

Введение. Помимо того, что Сингапур является одной из самых урбанизированных и развитых стран мира, он также является крупным туристическим центром. Здесь есть множество достопримечательностей, традиционные и современные фестивали, памятники и древняя архитектура, музеи и выставки, ночное сафари, парки и много другое.

Цель исследования — охарактеризовать развитие туристской деятельности в Сингапуре.

Результаты исследования. Сингапур стал признанным туристическим центром мира. Этому способствовали многие факторы, в том числе культурное разнообразие страны, живописный ландшафт, своеобразное сочетание традиций и современности, высокий уровень жизни, экономическая стабильность, эффективное управление правопорядком, чистота, экологически чистая среда, несмотря на крупные городские поселения и индустриализацию, религиозная и этническая терпимость ко всем, современная инфраструктура и высокотехнологичный транспорт. Английский является одним из официальных языков Сингапура и широко распространен.

Колониальное прошлое островной нации способствовало взаимодействию с китайской, малайской, арабской и индийской национальностями, что обогатило ее культурное разнообразие. Государство очень чистое и экологически чистое и сохраняет свое природное и историческое наследие. Система общественного транспорта является

надежной и охватывает большинство, если не все, общественные достопримечательности [1].

На Орчард-роуд преобладают отели, торговые центры, рестораны и экзотические места, эта улица считается сердцем сингапурского туризма.

Сингапур расположен в юго-восточной Азии на южной оконечности Малайского полуострова. Он заслужил репутацию финансового центра континента. Благоприятное географическое положение и благоприятная для инвесторов политика правительства помогли процветать его экономике. Многонациональное население также помогло стране процветать в культурном отношении. Большое количество людей со всего мира также превратило его в процветающий туристический центр континента.

В 2018 году Сингапур принял в общей сложности 18,5 млн. туристов, что на 6,2 % больше, чем в 2017 году. При этом 3,417 миллионов из них — это туристы из внутренних районов КНР.

Совет по туризму Сингапура отмечает рекордные поступления от туризма — приезжие потратили на развлечения, экскурсии в общей сумме на 6 % больше, чем в 2017 году. Совокупная прибыль от туризма выросла на 1 % — до 27,1 миллиардов сингапурских долларов (примерно 19,95 миллиардов американских долларов). В настоящее время туризм составляет 3 % ВВП страны.

Ожидается, что в 2019 году прибыль от туристической сферы увеличится на 1–3% — до 27,3–27,9 миллиардов сингапурских долларов, а количество туристов — на 1–4 % до 18,7–19,2 миллионов человек.

К факторам, которые способствовали развитию индустрии туризма в стране относятся следующие.

Сингапур является островной страной с 63 атоллами, которые составляют его территорию. Многие из этих островов все еще не заселены и имеют чистые пляжи и нетронутую природную красоту.

Сингапур является процветающим экономическим центром и считается выгодным и привлекательным для покупателей. Это также один из самых современных городов в мире [3].

Многонациональное население Сингапура состоит из китайцев, малайцев, индейцев, жителей Запада и арабов. В результате Сингапур располагает космополитической культурой, которая также является большой туристической достопримечательностью.

Ведущими туристскими достопримечательностями Сингапура являются:

- Мерлион — самая известная достопримечательность Сингапура, каждый год привлекает тысячи туристов;

- первый в мире ночной зоопарк Night Safari;

- самый высокий искусственный водопад в мире в Парке птиц Джуронг;

- самый большой фонтан мира в Suntec City of Singapore.

Сингапурский аэропорт Чанги неизменно претендует на звание «Лучший аэропорт в мире» по версии журнала Business Traveller.

От магазинов до осмотра достопримечательностей и до круиза, в Сингапуре есть достопримечательности для всех типов туристов.

Тур по Сингапуру не обходится без покупок. Сингапур предлагает большое количество торговых центров и магазинов, чтобы удовлетворить покупателей. Район Орчард Роуд является известным торговым центром Сингапура. Здесь много международных торговых центров и отелей.

Другие популярные торговые места города — Марина Бэй, Улица Бугис, Чайнатаун, Гейланг Серай, Кампонг Гелам, Арабская улица, Маленькая Индия и Северная мостовая дорога, которые предлагают покупателям широкий ассортимент модной одежды, аксессуаров и электронных товаров.

В настоящее время становится все более популярным круиз по атоллам Сингапура. На многих из этих островов есть нетронутые пляжи, которые в сочетании с тропическим климатом приносят туристам особое удовольствие туристов.

Два самых известных острова Сингапура — это остров Святого Иоанна и остров Кусу. Туристические достопримечательности острова Сентоза включают в себя форт Силосо, исторический музей форта, аквариум «Подводный мир» и небесную башню Тигра, откуда виден весь горизонт острова [4].

В Сингапуре предлагаются различные виды активного отдыха, такие как пляжный волейбол, баскетбол, катание на лыжах и т. д.

Сингапур — первая страна, представившая концепцию ночного сафари в открытом зоопарке страны. Здесь посетители могут близко контактировать с животными с разных континентов, а именно — из Азии, Африки и Америки. Ночное Сафари — это идеальное место, где можно наблюдать за дикими ночными животными в ночное время.

Остров Сентоза хорошо известен тем, что он является одним из самых известных туристических мест в Сингапуре, и здесь есть множество достопримечательностей. Будучи очень маленьким по площади, его можно осмотреть за короткое время. Природные достопримечательности также включают в себя экскурсию по ботаническому саду страны.

Сингапур также известен своей захватывающей ночной жизнью. В городе есть много пабов, баров и ресторанов. Два знаменитых центра ночной жизни Сингапура — Лодочная набережная и Набережная Кларка. Оба места переполнены барами, ресторанами, танцевальными клубами, дискотеками и т. д.

Транспорт в Сингапуре хорошо организован и эффективно управляется. Перевозка в основном состоит из наземных перевозок. Большинство мест Сингапура, в том числе острова Сентоза и остров

Джуронг, доступны по дорогам. Общественный транспорт, который также включает в себя систему Mass Rapid Transit (MRT), является наиболее удобным видом транспорта в Сингапуре [5].

Страна связана с другими частями мира своими аэропортами, водными путями и двумя мостами, связывающими Сингапур с Малайзией.

Экскурсия по Сингапуру может быть эксклюзивной, и поэтому тысячи туристов приезжают в это место каждый год.

Вывод. Сингапур является ведущим туристическим направлением, в котором отмечается значительный рост въездных туристов. Туризм является приоритетным сектором в Сингапуре, и поэтому привлекает большое количество инвестиций. Правительство прилагает постоянные усилия для развития и продвижения туристических предложений в стране, включая туристический отдых, деловой туризм и такие нишевые области, как медицинский и круизный туризм.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гуревич Э. М. Интеграция по-сингапурски / Э. М. Гуревич // Азия и Африка сегодня. — 2002. — № 9. — с. 36.
2. Гуревич Э. М. Сингапур. Эволюция внешнеэкономической доктрины / Э. М. Гуревич // Азия и Африка сегодня. — 1997. — № 9. — с. 27.
3. Гуревич Э. М. Сингапур: идеология успеха / Э. М. Гуревич // Юго-Восточная Азия: идеология и религия. — М. : Институт востоковедения РАН, 2001. — с. 95.
4. Гуревич Э. М. Внешняя политика Сингапура / Э. М. Гуревич, Г. И. Чуфрин. — М. : Наука. Главная редакция восточной литературы, 1990. — 168 с.
5. Сингапур [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://guide.travel.ru/singapore/> (дата обращения : 19.04.2019).

УДК 338.4

**НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-
ТУРИЗМА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ И СТРАНАХ С
ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКОЙ**

**NEW TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF THE DEVELOPMENT
OF BUSINESS TOURISM IN DEVELOPING COUNTRIES
AND COUNTRIES WITH TRANSITION ECONOMICS**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Залесова Т. В., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

T. V. Zalesova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследованы возможности новых технологий и их влияние на развитие бизнес-туризма. Проанализированы факторы, влияющие на развитие бизнес-туризма.

Annotation

The article explores the possibilities of new technologies and their impact on the development of business tourism. Analyzed the factors influencing the development of business tourism.

Ключевые слова: туризм, бизнес-туризм, инновации, технологии, интернет.

Keywords: tourism, business tourism, innovation, technology, Internet.

Введение. Деловой туризм — быстрорастущий, прибыльный сегмент рынка, что требует целевого маркетингового подхода, который объединяет

в настоящее время фрагментированные предложения в согласованные, гибкие и легкодоступные дополнения для деловых поездок.

Цель исследования — определить возможности новых технологий по усовершенствованию и развитию направления бизнес-туризма.

Результаты исследования. Нишевые игроки рынка в развивающихся странах и странах с переходной экономикой должны влиять на количество дискреционного времени, которое деловые путешественники проводят в туристских центрах. Создание и продвижение эффективных по времени опций является обязательным на сегодняшний день [5].

Успешный рост делового туризма потребует сотрудничества целого ряда внутренних игроков, включая аэропорты, авиакомпании и наземный транспорт, гостиницы, конференц-центры и службы поддержки туризма.

Менее известные направления могут повысить свою репутацию в качестве бизнес-направления, где дополнительные действия доступны и привлекательны благодаря надлежащему использованию Интернета.

Деловые путешественники, скорее всего, воспользуются вспомогательной туристической деятельностью, если:

- существуют легкодоступные варианты, разработанные с учетом их потребностей (например, короткие туры, варианты игры в гольф или познавательные экскурсии);

- высокое качество обслуживания, которое бизнес-туристы рассчитывают получить в командировках, причем во всех секторах;

- возможности для эффективного ведения своего бизнеса и чтобы при этом иметь свободное время;

- если есть возможность легко продлить свое пребывание с точки зрения правил регистрации заезда и отъезда, а также продления визы;

- четкая организация выездных мероприятий [1].

В настоящее время как и в других сферах бизнеса, Интернет становится все более важным в продвижении вариантов делового туризма и поддержке

организации поездок. Болгария, например, продвигает себя в Интернете как место для делового туризма. Чтобы привлечь деловые мероприятия, страна предлагает современные объекты мирового класса, развлекательные элементы, качественный сервис, а также географическое расположение в центре Европы и культурные достопримечательности.

Развивающиеся интернет-технологии облегчают онлайн-бронирование напрямую с авиакомпаниями, отелями и компаниями по прокату автомобилей, минуя традиционную глобальную систему распространения и одновременно консолидируя все данные. Пока приложения имеют совместимые конструктивные особенности, пользователи могут бронировать рейсы и связывать части бронирований с нескольких веб-сайтов в одной записи имени пассажира [3].

Развивающимся странам и странам с переходной экономикой рекомендуется составлять необходимые предложения в Интернете так, чтобы они были совместимы с международными стандартами программирования, а также предоставлять информацию о туризме для конкретных предприятий на своих национальных или региональных туристических веб-сайтах.

Деловые путешественники привыкли к «безбилетной» среде для путешествий. Все чаще путешественникам для регистрации на рейс требуется только номер подтверждения (полученный по телефону или через Интернет) или отправленный по факсу документ вместо действительного билета. В некоторых аэропортах теперь есть автоматы, похожие на банкоматы, в которые путешественники могут вставить карточку часто летающего пассажира или кредитную карточку, выбрать места и получить посадочные талоны [2].

Компьютеризированные системы бронирования отелей позволяют записывать детали предпочтений клиента (на основании специальных запросов, сделанных во время пребывания), а затем воспроизводить этот

опыт во время следующего посещения. Существуют возможности для репликации этого отслеживания для корпоративных собраний, что позволяет оптимизировать процесс планирования для частых корпоративных пользователей.

Выводы. Развивающиеся и переходные рынки, которые внедряют оптимизированные технологии и процессы для деловых путешественников, будут более успешными в их привлечении.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Папирян Г. А. Деловой туризм / Г. А. Папирян // Маркетинг в туризме. — Москва : Финансы и статистика. — 160 с.

2. Рудская Е. Н. Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы / Е. Н. Рудская, А. А. Скабарова // Молодой учёный. — 2015. — № 8. — С 639–645.

3. Смагина Н. Н. Международное бизнес-взаимодействие в современных условиях глобализации мировой экономики / Н. Н. Смагина. — Ростов н/Д. : — 2015. — 199 с.

4. Суорбрук Д. Бизнес путешествия и туризм / Д. Суорбрук, С. Хорнер. — Ruthledge, 2011. — 352 с.

5. Чимитдоржиева О. Г. Деловой туризм как специфический вид туристской деятельности и его влияние на социально-экономическое развитие страны / О. Г. Чимитдоржиева // Управление общественными и экономическими системами. — 2010. — № 1. — С 1–16.

УДК 338.48

СОДЕРЖАНИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В НИДЕРЛАНДАХ

CONTENT OF CHILDREN'S TOURISM IN THE NETHERLANDS

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Запарова Э., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

E. Zaporova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследован ресурсный потенциал детского туризма в Голландии. Проанализировано современное состояние и перспективы развития детского туризма в регионе.

Annotation

The article explores the resource potential of children's tourism in the Netherlands. Analyzed the current state and prospects of development of children's tourism in the region.

Ключевые слова: туризм, детский туризм, Нидерланды, семейный туризм, центры развлечений.

Keywords: tourism, children's tourism, the Netherlands, family tourism, entertainment centers.

Введение. Нидерланды, как и любая другая европейская страна, предлагает уникальные возможности для детских развлечений, развития и раскрытия их творческих способностей. Здесь у людей особый менталитет в отношении детей: с маленькими гражданами обращаются так же, как со взрослыми. Их мнение имеет значение, их слушают, и они часто получают то, что им нужно.

Цель исследования — изучить возможности детского туризма в Нидерландах.

Результаты исследования. Семейный отдых в Нидерландах — это не просто возможность насладиться захватывающими видами и уникальной архитектурой. В этой стране есть все, чтобы юные туристы каждый день получали новые знания и получали положительные эмоции. Оригинальные экскурсионные программы, развлекательные туры, организованный досуг и море приятных впечатлений — все это могут предоставить Нидерланды семейным путешественникам.

В ходе исследования были определены следующие места и достопримечательности, рекомендуемые для посещения с детьми в Амстердаме и за пределами столицы.

Artis Royal Zoo - самый старый зоопарк в Нидерландах и одна из самых популярных достопримечательностей страны. Рядом с самим зоопарком Artis находится аквариум, планетарий и многочисленные игровые площадки. По соседству находится Micropia, единственный в мире музей микробов (рекомендуемый возраст 8+ лет). Здесь можно познакомиться с 750 видами животных, включая зебр, жирафов и слонов в самом сердце Амстердама [1].

Музей науки NEMO — это всемирно известный интерактивный аттракцион, который рассказывает детям об увлекательном мире науки. Коллекция NEMO содержит 17 000 технологических объектов.

NEMO — крупнейший научный центр Нидерландов, расположенный в Амстердаме. Архитектурное проектирование здания принадлежит Ренцо Пиано (Renzo Piano). NEMO находится недалеко от Центрального вокзала в Амстердаме и Морского музея. В вестибюле есть небольшой кафетерий и магазин сувениров, в котором продаются мелкие модели неких развлечений NEMO, таких как гигантский набор домино и эксперименты с ДНК [4].

Основными темами первого этажа являются ДНК и цепные реакции. Есть комната с гигантским домино с такими гениальными конструкциями, как гигантский колокол и летающий автомобиль. Кроме того, на первом этаже можно увидеть получасовое шоу, демонстрирующее длинную цепную реакцию. На втором этаже фабрика шаров. Также на втором этаже выставки, посвященной велоспорту, воде, электричеству, металлам. Третий этаж — гигантская научная лаборатория, в которой дети имеют возможность проводить научные эксперименты, например, для проверки витамина С в определенных веществах и для анализа ДНК. Есть также небольшой раздел, посвященный деньгам и бизнесу. На четвертом этаже находится раздел, посвященный человеческому мозгу. Здесь можно провести тест на память, мозг и чувства. Пятый этаж — кафетерий, детская площадка и великолепный вид на окружающие города.

Художественный музей Ван Гога, здесь дети могут отправиться на поиски сокровищ с забавными заданиями (на голландском или английском), которые помогают исследовать картины Ван Гога. Это бесплатно и доступно.

Нидерланды слишком велики, чтобы увидеть это за один день. Но в миниатюрном городе Мадуродам можно познакомиться с крошечными ветряными мельницами, великолепными дворцами, знаменитым голландскими достопримечательностями и историческим городами. Все реплики в тематическом парке выполнены в масштабе 1:25. Дети могут почувствовать себя сказочными гигантами. Мадуродам находится в районе Схевенинген в Гааге, поэтому отдых можно совместить с посещением пляжа.

Efteling, тематический парк развлечений, который иногда называют голландским Диснейлендом. Тематический парк расположен примерно в 100 километрах от Амстердама [5].

Sprookjeswonderland, сказочный парк в Энкхизене подходит для детей от 2 до 8 лет.

Linnaeushof — самая большая игровая площадка в Европе, расположенная в Хемстеде, между Харлемом и Кекенхофом. В нем более 350 игровых наборов и аттракционов, таких как канатные дороги, батут, водные велосипеды, картинг, ударные велосипеды, миниатюрные поля для гольфа, монорельс, водная игровая площадка, супергорка и многое другое.

Интерактивный музей тела под Лейденом приглашает своих посетителей в «захватывающее путешествие по человеческому телу» и дает уникальную картину того, как функционирует тело человека. Есть также много интересных тестов и веселых игр [2].

Железнодорожный музей — это скорее образовательный тематический парк, чем обычный музей. Он очень интерактивный и разработан, чтобы туристы могли самостоятельно исследовать поезда.

Голландский музей под открытым небом в Арнеме — еще одна достопримечательность, где можно провести отличный день всей семьей.

Вывод. В Нидерландах есть множество достопримечательностей, которые сделают пребывание в стране одним из самых веселых и незабываемых путешествий. От зоопарков до развлекательных парков и бесчисленного множества сооружений для занятий водными видами спорта, исторических площадей и оживленных рынков — все это отлично подходит семейного отдыха с детьми в Нидерландах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Беннет Л. Амстердам. Путеводитель / Л. Беннет. — М. : ФАИР, 2013. — 160 с.
2. Нидерланды. Путеводитель. — М. : Вокруг света, 2012. — 336 с.

3. Туристический сервер «Travel.Ru — сервер о туризме и путешествиях» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.travel.ru/> (дата обращения : 15.04.2019).

4. ИТС — Международный Клуб Путешествий [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.itclub.com.ru/> (дата обращения : 15.04.2019).

5. Русские Нидерланды — русскоязычный сайт о Голландии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.infomessage.nl/rn/> (дата обращения : 15.04.2019).

УДК 338.48

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ ВЕНГРИИ

AN ANALYTICAL STUDY OF THE TOURISM INDUSTRY OF HUNGARY

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Коузов П., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

P. Kouzov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье проведено исследование состояние туристской деятельности в Венгрии. Выделены основные тенденции развития туристской отрасли, проведен анализ данных в динамике.

Annotation

The article studies the state of tourist activity in Hungary. The main trends in the development of the tourism industry, the analysis of data in dynamics.

Ключевые слова: туристская сфера, инфраструктура туризма, культура, рекреационные ресурсы.

Keywords: tourist sphere, tourism infrastructure, culture, recreational resources.

Введение. Благодаря своему благоприятному географическому положению, тысячелетней истории, ярким культурным традициям, прославленной кухне и гостеприимству своих жителей, Венгрия играет ключевую роль в мировом и особенно в европейском туризме.

Цель исследования — исследовать современные тенденции развития туризма в Венгрии.

Результаты исследования. В течении последних десятилетий, из-за растущей конкуренции в сфере туризма Венгрия потеряла свое ранее выдающееся положение в международных рейтингах (в 1996 году Венгрия занимала 6-е место, в 2007 году — 22-е, в 2017 — только 54-е). Однако, если количество посещений иностранцами принимается в контексте территориального расширения страны или численности населения, можно констатировать, что Венгрия по-прежнему находится в лидирующей группе.

В 2017 году Венгрия зарегистрировала в общей сложности 6 миллионов туристов, заняв 54-е место в мире в абсолютном выражении.

То, что меньшие страны регулярно показывают меньшие результаты по сравнению с абсолютным числом гостей, очевидно. Если сопоставить число туристов с населением Венгрии, то получится гораздо более сравнимая картина: Венгрия занимает 0,5 место в мире, имея 0,58 туристов на одного жителя. В Восточной Европе — это 4 место.

В одном только туристическом секторе Венгрия произвела около 8,45 млрд долларов США, что соответствует 6,1 процента его валового внутреннего продукта.

В 2018 году Венгрия привлекла рекордное количество иностранных гостей, на 650 000 больше, чем в 2017 году.

Венгрия опередила Австрию и Чешскую Республику по ряду ключевых показателей туризма. В начале 2019 года страна была признана № 1 европейским направлением года, превзойдя Париж, Берлин и Лондон.

Рост туризма идет по всем направлениям, включая как иностранных, так и внутренних туристов. Это происходит во многом благодаря развитию, безопасности и защите, а также тому факту, что больше венгерских семей могут позволить себе отдых.

2018 год принес для туристической сферы Венгрии существенные результаты:

- в коммерческих отелях зарегистрировано на 5,2 процента больше посетителей, в общей сложности 12,5 миллиона гостей;

- количество ночевок увеличилось более чем на миллион, достигнув почти 31 миллиона;

- коммерческие отели заработали на 9,3% больше выручки, превысив 510 млрд форинтов;

- почти 6,5 миллионов венгров провели отпуск в Венгрии, что более чем на пять процентов выше, чем в предыдущем году.

Также наблюдается значительное увеличение числа туристов из Соединенных Штатов, Канады, Китая и Испании.

Сектор туризма, согласно текущим прогнозам, к 2030 году будет составлять 16 процентов ВВП Венгрии. Это амбициозная цель, но венгерское правительство сделало ее приоритетной. В 2019 году в стране будет реализовано около 1000 проектов по развитию туризма, и большинство из них будет завершено в этом году. Никогда ранее столько

инвестиций не осуществлялось одновременно с целью развития жилых помещений, ресторанов, достопримечательностей и инфраструктуры.

Венгрия имеет современную, конкурентоспособную на международном уровне туристическую структуру. Доступ к стране облегчается благодаря хорошо развитой транспортной сети, включая воздушный, железнодорожный, водный и автомобильный доступ; посетители обычно предпочитают путешествовать по дороге. Маркетинг венгерских туристических маршрутов облегчается уже существующей инфраструктурой, которая была разработана с учетом туризма.

Главным направлением венгерского городского туризма, конечно же, является Будапешт, где историческая атмосфера сочетается с современностью. Помимо столицы, шесть региональных центров Дьёр, Секешфехервар, Печ, Мишкольц, Сегед и Дебрецен имеют характеристики оживленного и красочного города, который может быть привлекательным для туристов.

Будапешт и региональные центры занимают ведущее экономическое положение, кроме того, эти города являются привилегированными бастионами культуры (с их музеями и театрами) и науки (университеты и исследовательские институты), поэтому помимо своей ключевой роли в деловом и конференц-туризме они хорошо известны направления для культурного туризма. Высококачественные отели, которые часто входят в международную сеть и предлагают большую часть коммерческого размещения в этих городах. Большинство из 21 пятизвездочных отелей страны находятся в Будапеште: недвижимость, принадлежащая ведущим отельерам (InterContinental, Marriott, Hilton, Accor, Best Western, Four Seasons, Kempinski, Le Méridien и Radisson), расположена в Венгерской столице.

Оздоровительный туризм является ведущим туристическим продуктом в Венгрии. Благодаря благоприятным геологическим особенностям страны

термальные воды (при температуре 60–70 С) и термальные ванны, богатые различными минеральными составами, представляют собой природные ресурсы этого сектора туризма, которые можно найти во многих населенные пункты страны с лечебными эффектами и целебной силой термальных вод, различающихся по регионам.

В Венгрии насчитывается 51 поселение, обозначенное как «оздоровительные курорты» (такие как Дьюла, Хевиз, Хайдусобосло, Дебрецен, Шарвар, Бюк и Залакарош). Большинство из них, благодаря четко определенной стратегии развития и финансовой поддержке правительства (в рамках Плана Сечени), оснащены оборудованием для циркуляции и фильтрации воды, требуемым в соответствии с правилами ЕС.

Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО являются основными направлениями культурного туризма в Венгрии. Четыре из восьми объектов всемирного наследия 198 находятся в административных границах поселений (Будапешт, Холлоко, Паннонхальма и Печ), тогда как еще четыре объекта распределены по нескольким поселениям или коммунам: пещеры Аггтелек-Карст и Словацкий карст (22 расчеты); Национальный парк Хортобадь - Пушта (20 поселков); Культурный ландшафт Фертё-Нойзидлерзее (10 поселений); историко-культурный ландшафт Токайского винодельческого региона (27 поселений). Культурный и спортивный календарь (Фестиваль весны в Будапеште, Гран-при Венгрии в Формуле-1) и другие мероприятия, ориентированные на молодежный рынок (Фестиваль Sziget), извлекают выгоду из более чем десятилетней традиции и являются одними из главных туров венгерского туризма.

Некоторые сельские поселения в Венгрии представлены национальными парками и винодельческими регионами. Бывшие районы отвечают требованиям экотуризма, поскольку винодельческие регионы являются популярным местом для тех, кто увлекается гастротуризмом в целом и виноградарством в частности. Одной из особенностей венгерских

национальных парков является то, что два из десяти охраняемых природных объектов — пещеры Аггтелек Карст и Словацкий Карст; и культурный ландшафт Ферте-Нойзидлерзее, который также входит в список объектов всемирного наследия и является трансграничным (совместно со Словакией и Австрией). Туристы, которые посетят хотя бы один из погребов 22 винодельческих регионов Венгрии, смогут ощутить наследие венгерской винодельческой отрасли, имеющей международную конкуренцию, и попробовать ее выдающиеся продукты.

Выводы. Трудно определить важность туризма с помощью точных показателей, однако следует констатировать, что туризм является одним из наиболее важных факторов в венгерской экономике. Анализируя продуктивность туризма с точки зрения его мультипликативного эффекта, помимо просто гостеприимства и общественного питания, следует отметить, что туризм обеспечивает 8% национального ВВП. Количество и размер предприятий, непосредственно связанных с туризмом, растут, а количество работников, работающих в этом секторе, стабильно. Это означает, что 4 % всех наемных работников в венгерской экономике заняты в индустрии туризма. Туризм играет ключевую роль в балансе текущего счета Национального банка Венгрии. Учитывая, что уровень потребления иностранных гостей, прибывающих в Венгрию, выше, чем расходы венгров, выезжающих за границу (которые в 2007 году составляли 1,3 миллиарда евро), баланс текущего счета положительный.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Герасимов В. Г. Венгрия сегодня [Текст] / В. Г. Герасимов. — М. : Прогресс, 1990. — 396 с.
2. Маков Д. С. Венгрия / Д. С. Маков. — М. : Попурри, 1994. — 484 с.
3. Маньшина Н. В. Лечение на курортах Венгрии / Н. В. Маньшина. — М. : Вече, 2006. — 302 с.

4. Хэрл М. Венгрия (1505) / М. Хэрл. — М. : Аякс-Пресс, 2007. — 180 с.

УДК 338.48

**РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ЧЕРНОГОРИИ, КАК ФАКТОР
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

**RECREATIONAL RESOURCES OF MONTENEGRO, AS A FACTOR
OF DEVELOPMENT TOURISM**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Молчанова А. И., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. I. Molchanova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В данном исследовании, проведется анализ рекреационных ресурсов независимого государства Черногория. Так же будут рассмотрены особенности ресурсной базы, имеющийся потенциал.

Annotation

In this study, the analysis of recreational resources of the independent state of Montenegro is carried out. The features of the resource base and the existing potential will also be considered.

Ключевые слова: туризм, Черногория, рекреационные ресурсы, инфраструктура, территории, природа.

Keywords: tourism, Montenegro, recreational resources, infrastructure, territories, nature.

Введение. Черногория — это государство на западе Балканского полуострова, с мелодичным названием в народе Монтенегро. Государство обрело свою независимость в 2006 году и с того времени успешно развивается в различных направлениях, особое внимание уделяя туризму. Несмотря на свой возраст, Черногория имеет значительную природную и историческую базу, ведь первые упоминания о стране были уже в XVIII веке [6].

Цель исследования. Провести анализ рекреационных ресурсов независимого государства Черногория, рассмотреть особенности ресурсной базы, имеющийся потенциал и проанализировать все ресурсы находящиеся на территории государства.

Результаты исследования. Познание культуры других регионов и их жителей всегда были главными мотивами туристских путешествий. Именно поэтому культурно-познавательный туризм всегда актуален. Целями данного туризма является ознакомление с природной составляющей и историко-культурным наследием, и культурой в целом [2, с. 170].

Черногория — это страна с уникальными ресурсами, она является одной из популярнейших туристских зон центра и востока Европы. Природа, живописные ландшафты, инфраструктура объектов, историческая ценность народного наследия и климат делают страну привлекательной.

На 13 812 кв. км сконцентрировано более 2 тысяч исторических памятников. Исторические события оставили за собой сооружения различных цивилизаций, культур, приживающихся на этой территории. Это отобразилось в архитектуре, градостроении, народном творчестве, инфраструктуре.

В стране существует 21 община и в каждой из которых есть ресурсы для развития туризма. Туризм — основной вид деятельности, в которую привлечено большее количество жителей. Это наиболее перспективно

развивающаяся отрасль, главной составляющей которой является экологический туризм [1].

Многие объекты Черногории внесены в список ЮНЕСКО: национальный парк Скадарское озеро, город Котор, Будванская ривьера, город Петровац, город Херцог-Нови, мост Джуржевича, город Улцинь, национальный парк Дурмитор, горный монастырь Осторог.

Государство и его власть, а также жители полностью заинтересованы в сохранении первоначального вида и истории на протяжении многих лет. В 1991 года страна была объявлена самой экологической и защита природных ценностей является одной из главных задач общества. Это подтверждено в законодательстве.

На территории Черногории находится множество озер, большинство из которых ледникового происхождения. Самые известные и крупнейшие озера это Скадарское (1595 м над уровнем моря, 391 кв. км), Пивское (протяженность 46 км, 675 м над уровнем моря), Биоградское (1094 м над уровнем моря, 229 кв. км), Черное (1416 м над уровнем моря, 515 кв. км). Реки, относящиеся к Адриатическому и Дунайскому бассейнам. Крупнейшие артерии это Морача, Тара, Бояна и Зета. Они все имеют горное происхождение.

Туристы, отдающие предпочтение дикой природе, найдут для себя много интересного. Здесь глубокие ущелья, прозрачная и голубая вода рек и озер, бухты, затопленные пещеры и многое другое. Позволяет развивать такие направления, как рафтинг, каякинг, треккинг, дайвинг, альпинизм, катание на лыжах зимнее время в небольших городках Колашин и Жабляк.

Охраняемые территории занимают 10 %. Национальные парки, такие как Скадарское озеро — 40000 га (место обитания редчайших видов болотных птиц, множество крепостей и монастырей, которые являются архитектурными памятниками), Биоградская гора — 5400 га (уникальность лесов, целые экосистемы, редчайшая растительность), Дурмитор —

39000 га (объект наследия ЮНЕСКО), Ловчен — 6400 га с уникальным рельефом. Это всего малая часть природных объектов, которые покоряют своей красотой, могущественностью и уникальностью.

Курортные и пляжные территории привлекают туристов больше всего. Курорт, имеющий самую большую популярность это Будванская ревьера. В неё входят такие поселки как Бечичи, Пржно, Рафаиловичи, остров Святого Стефана. Данный остров знаменит и уникален, это эксклюзивный остров-отель самой высокой категории, где уединенный тихий отдых. Тут объединились горные красоты, уникальные галечные пляжи, бухты, исторические места, древнейшие монастыри, смотровые площадки.

Страна славится своей экологичностью и красотой. Поэтому чистейшие пляжи по популярности не уступают даже Франции, Испании, Греции. Тут найдется пляж для самых различных любителей отдыха. Например, ближе к северу находятся малолюдные, тихие пляжи. Для любителей шумного отдыха, морских развлечений и изобилия туристов подойдет Будва и её окрестности. Там и останавливается большая часть российских туристов. А те, кто хотят оздоровиться, могут посетить клинический центр в Подгорице, столице Черногории. Так же городами привлекающими своеобразием и историей это Котор, сохранивший и донесший историю до наших дней и порто Монтенегро, с изобилием ресторанов, кафе и красивейшей набережной, где можно лицезреть на дорогие яхты, катера и богатую жизнь города, который отличается от всех остальных. И в целом каждый памятник истории Черногории уникален и оригинален. Ведь вся территория имеет богатейшую историю.

Самая высокая точка Черногории — Негуши, село на юге республики — центр развития экологического и гастрономического туризма.

Богатое духовное наследие Черногории — это высшее достижение культурной жизни человека. Здесь находятся известнейшие памятники

письменности: летопись попа Дуклянина 12 века, Евангелие князя Мирослава 12 век, десяти томное собрание Монумена Монтенегрина, типография Црноевича, библиотека Цитинского монастыря. На сегодняшний день в культурной столице, городе Цетине находятся: музей Негоша, народный и этнографический музеи, здания бывших посольств, мавзолей Негоша и его родной дом, центральная народная библиотека «Джурдже Црнчевич», государственный архив, институт по защите памятников культуры [3].

Вывод. На сегодняшний день туризм в Черногории интенсивно развивается. Страна заботится о своем природном потенциале, который является главным туристским брендом. Черногория ежегодно принимает около миллиона туристов при населении 620 человек [5].

Черногорцы гостеприимные, открытые и дружелюбные. Большинство населения владеет английским языком, и смогут объясниться на русском языке. Огромнейший рекреационный потенциал помогает развивать культурно-познавательный туризм, огромный потенциал и получать финансовую поддержку со стороны туристов. Никто не останется равнодушным и сможет полностью погрузиться в культуру Черногории, её народа, а так же узнать прошлое, увидеть лично исторические и культурные всемирно известные объекты [4].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Черногория / Макарычева, Ларионова, Солодовникова. — 4-е изд. — Издательский цент «Вокруг света», 2008. — 144 с.

2. Чеглазова М. Е. Рекреационный потенциал Крыма, как ведущий фактор привлечения туристического потока в регион. / М. Е. Чеглазова, С. Д. Черкашин, К. С. Ломохова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Материалы II Всероссийской с международным участием научной конференции,

г. Казань, 13–14 декабря 2018. — Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2018. — С. 169–175.

3. Материалы официального сайта Министерства туризма Черногории [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.mturizma.cg.yu/ (дата обращения : 09.04.2019).

4. Материалы официального сайта Черногории [Электронный ресурс]. — Режим доступа : www.montenegro.yu/ (дата обращения : 09.10.2019).

5. Монтенегро [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.visit-montenegro.com> (дата обращения : 10.04.2019).

6. Монтенегро [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.montenegro.com> (дата обращения : 10.04.2019).

УДК 338.48

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В СЛОВАКИИ

THE PRESENT STATE OF TOURISM IN SLOVAKIA

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Орлов А. А., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. A. Orlov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье проведен анализ современного состояния туризма в Словакии. Определены основные тенденции развития туристской сферы в регионе. Проанализированы в динамике основные характеристики туристской деятельности страны.

Annotation

The article analyzes the current state of tourism in Slovakia. The main tendencies of development of the tourist sphere in the region are defined. The main characteristics of tourist activity of the country are analyzed in dynamics.

Ключевые слова: туризм, туристская индустрия, виды туризма, доходы туризма.

Keywords: tourism, tourism industry, types of tourism, tourism revenues.

Введение. Туризм является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики Словакии. Положение Словакии в центре Европы и на пересечении торговых путей, ее культурные, исторические и природные богатства и благоприятные климатические условия создают потенциал для еще большего развития этой отрасли в стране. Северная Словакия имеет отличные условия, особенно для зимних видов спорта и пеших прогулок, а южная Словакия предлагает отдых на воде и термальные воды. По всей Словакии есть множество культурных, исторических и природных достопримечательностей. Словакия также известна своими курортами.

Цель исследования — изучить современное состояние туризма в Словакии и определены основные тенденции развития туристской сферы страны.

Результаты исследования. Есть много причин для успешного развития туристической индустрии в Словакии. Во-первых, это выгодное географическое положение в сердце Европы и топография страны, которая включает водные поверхности, горы, холмы, термальные воды. Во-вторых, благоприятный климат для круглогодичного туризма. В-третьих, хорошо функционирующая экономика, благоприятная деловая среда и соответствующий уровень цен и налогов.

Однако, несмотря на все факты, в словацком туристическом бизнесе еще много слабых мест. Словакия имеет имидж туристического направления на очень низком уровне, который до сих пор не пользуется достаточным спросом со стороны иностранных туристов.

Горнолыжные курорты Словакии в последнее время улучшают предоставляемый сервис и приспосабливаются к требованиям клиентов с более высокими ожиданиями. Но многое еще предстоит сделать. Зимний туризм и зимние виды спорта являются одной из важнейших форм туризма в Словакии. Горнолыжные курорты должны гарантировать посетителям достаточное количество снега. Создание искусственного снега имеет большое значение не только во время лыжного сезона, но и для продления сезона. Курорты должны инвестировать в модернизацию, изготовление снега, кресельные подъемники и дополнительные услуги. Горнолыжные курорты в сочетании с аквапарками и термальными ваннами имеют хорошие шансы для привлечения посетителей.

Словакии сосредоточиться в основном на посетителях из тех стран, где не так много возможностей для катания на лыжах, где большая часть населения не является опытными лыжниками (Венгрия, Польша, Чехия, Россия, Украина, Хорватия, Латвия, Литва, Эстония, Болгария и Румыния). Это необходимо

В 2017 году, заняв 86-е место в мире в абсолютном выражении, Словакия приняла 2 миллиона туристов. Если сопоставить число туристов с населением Словакии, то получится гораздо более сопоставимая картина: Словакия занимает 0,40 место на одного жителя в мире. В Восточной Европе он занимает 7 место.

В туристическом секторе Словакия заработала около 3,00 млрд. долларов США., это 3,1 процента его валового внутреннего продукта.

На следующей диаграмме показана динамика зарегистрированных туристов в Словакии с 1995 по 2017 годы. Красная линия представляет среднее значение по всем странам Восточной Европы.

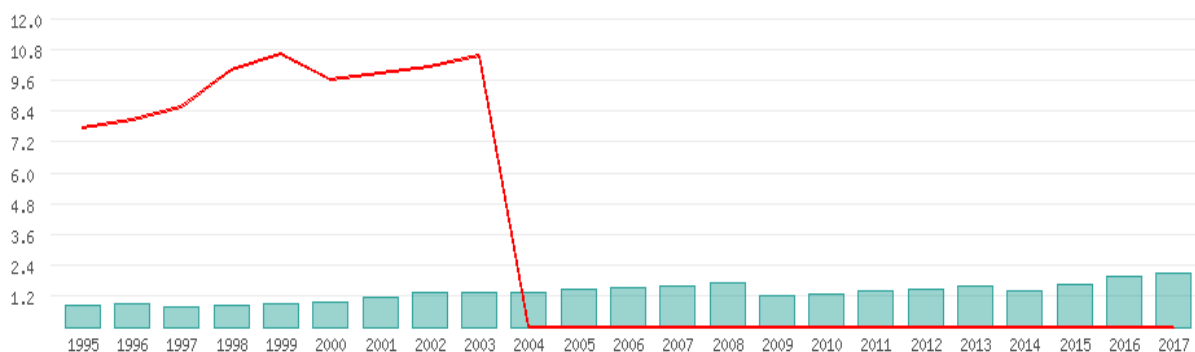


Рисунок 1 – Динамика численности зарегистрированных туристов в Словакии с 1995 по 2017 годы

В 1995 году доходы от туризма в Словакии составили 630,00 млн долларов США, или около 2,4 процента ВВП. Это соответствовало примерно 903 000 туристов и примерно 698 долларов США на человека. В течение 22 лет зависимость страны от туризма заметно возросла. В настоящее время доход от туризма составляет 3,00 миллиарда долларов США, что составляет 3,1 процента ВВП. Каждый посетитель сейчас тратит в среднем 1385 долларов США на свой отдых в Словакии.

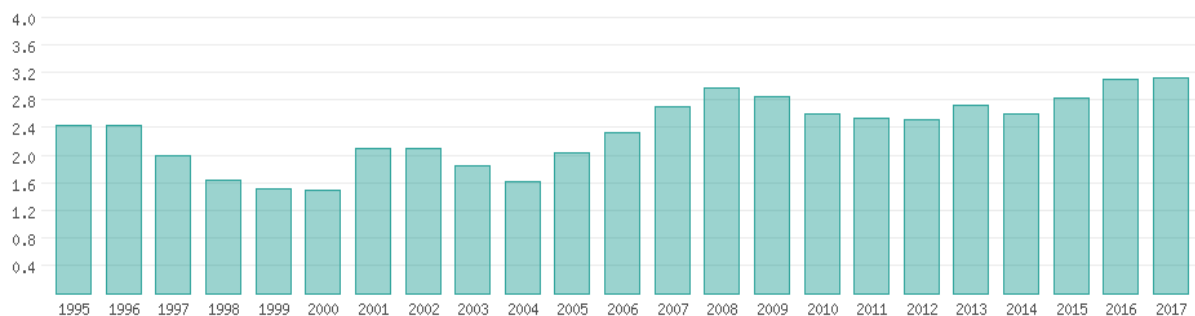


Рисунок 2 – Годовые поступления от туризма в Словакии, в процентах к ВВП, 1995–2017 гг

Таблица 1

Динамика численности туристов, посетивших Словакию, 2003–2017 гг

Год	Число туристов	Поступления
2003	1,39	876,00 млн \$
2004	1,40	931,00 млн \$

Год	Число туристов	Поступления
2005	1,52	1,28 млрд \$
2006	1,61	1,66 млрд \$
2007	1,69	2,35 млрд \$
2008	1,77	3,00 млрд \$
2009	1,30	2,54 млрд \$
2010	1,33	2,34 млрд \$
2011	1,46	2,51 млрд \$
2012	1,53	2,37 млрд \$
2013	1,67	2,70 млрд \$
2014	1,48	2,64 млрд \$
2015	1,72	2,48 млрд \$
2016	2,03	2,80 млрд \$
2017	2,16	3,00 млрд \$

Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR) продвигает Словакию на внутреннем рынке посредством кампаний в средствах массовой информации, рекламных баннеров на веб-сайтах и в газетной рекламе, чтобы подчеркнуть основные туристические достопримечательности страны. Цикл информационных кампаний в Словакии обычно начинается с начала летних и зимних месяцев, чтобы воспользоваться традиционными сезонами праздников. Правительство также продвигает деловой туризм, поскольку это обеспечивает прибыльный источник дохода.

Чешская Республика традиционно была ведущей страной-источником въездных туристов в Словакию, на которую приходилось 40% от общего числа международных прибытий в 2017 году.

По данным Словацкого статистического управления (SU), самым популярным направлением в 2018 году была Хорватия с 116 784 поездками, затем Турция с 90 295 и Болгария с 56 790.

Ожидается рост рынка авиаперевозок в Словакии в сегменте LCC с расширением Ryanair. С учетом норвежского воздушного шаттла, на LCC приходится 80 % вместимости нации. В течение прогнозного периода авиационный рынок страны будет демонстрировать рост.

Количество отелей в Словакии увеличивается, и ожидается, что эта тенденция сохранится в течение последующего времени.

Четыре туристических агентства, Tip Tour, A-Tour, Best Choice и Medina Tours, обанкротились по причине конфликта в арабских странах и слабого экономического роста. Многие агентства также предлагают аналогичные продукты на небольшом рынке. Агентства с достаточными финансовыми резервами и агентства, которые не занимаются Северной Африкой, продолжали расти и не пострадали от кризиса.

Выводы. Туризм является одним из стратегических вопросов регионального развития Словакии. Положение регионов укрепляется также из-за членства Словакии в ЕС. Эффективная региональная политика является предварительным условием региональной сплоченности и средством развития перспективной экономической деятельности, включая туризм.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Отдых в Словакии 2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.turizm.ru/slovakia/> (дата обращения : 15.04.2019).

2. Словакия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.tourister.ru/world/europe/slovakia> (дата обращения : 15.04.2019).

3. Туризм в Словакии: города, достопримечательности и особенности путешествия по стране [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://zagran.guru/dostoprimechatelnosti/dostoprimechatelnosti-stran/dostoprimechatelnosti-slovakija.html> (дата обращения : 15.04.2019).

4. Туризм в Словакии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.uadream.com/tourism/europe/Slovakia/element.php?ID=92549> (дата обращения : 15.04.2019).

УДК 338.48

**БОЛГАРИЯ, КАК ПОПУЛЯРНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕТСКОГО
ОТДЫХА СРЕДИ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ**

**BULGARIA, AS A POPULAR DIRECTION OF CHILDREN'S REST
AMONG RUSSIAN TOURISTS**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Таланова А., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

A. Talanova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается Болгария, как популярное направление детского туризма. Отмечены достоинства данного региона. Выделены основные зоны детского отдыха в стране.

Annotation

The article considers Bulgaria as a popular direction of children's tourism. The advantages of this region are noted. The main areas of children's recreation in the country are highlighted.

Ключевые слова: туризм, детский туризм, Болгария, детский лагерь, парк развлечений.

Keywords: tourism: children's tourism, Bulgaria, children's camp, amusement park.

Введение. Есть много мест, которые привлекательны для туристов. Отдых с детьми в Болгарии, набирает популярность с каждым годом. Интерес к этой стране обусловлен различными причинами. Например, близкое расстояние до этой страны позволяет брать с собой на отдых даже

детей до одного года. В Болгарию можно ехать самолетом и поездом. Разница в выборе способа передвижения является необходимым условием для каждой категории туристов.

Цель исследования: определить преимущественные характеристики Болгарии, как направления детского туризма.

Результаты исследования. Болгария — страна, которая привлекает туристов с детьми. Жители этой страны хорошо относятся к русским туристам, особенно с детьми, это во многом связано с прошлым болгар: освобождение страны от турецкого ига произошло с помощью русских солдат в XIX веке. По всей стране много памятников и музеев, которые рассказывают о «русских братьях» [1].

В этой стране нет тропической жары, ее курорты славятся средиземноморским климатом, поэтому отдых с детьми в Болгарии, привлекателен для наших соотечественников. Акклиматизация детей проходит достаточно легко.

Правильное питание — залог хорошего отдыха. Болгарские блюда нравятся детям, потому что они принадлежат к славянской кухне. Продукты в этой курортной стране хорошего качества, натуральные. Кислое молоко и брынза являются отличным источником витаминов и помогают укрепить здоровье.

В Болгарии славятся за экологией. Отдых с детьми, отзывы о которых чаще положительные, чем отрицательные подчеркивают, что в стране чистый воздух и чистое море. Здесь мало машин и других видов транспорта, практически нет тяжелой промышленности, небольшое количество заводов. В прибрежной зоне вообще нет добычи, потому море здесь очень чистое.

Горы с сосновым лесом, европейский комфорт, высокий уровень культуры, экологически чистые продукты — это привлекает россиян на болгарские курорты. Болгары понимают русскую речь, многие говорят по-

русски — это одна из причин, почему каникулы с детьми в Болгарии предпочтительны для русских туристов [3].

Отдых с маленькими детьми в Болгарии становится все более комфортным, так как здесь строятся отели европейского качества, которые включают анимацию для детей и взрослых, телевидение с русскими каналами, детские площадки и бассейны.

При посещении разных городов можно заметить внимательное отношение болгар к детям: в парках и на улицах курортов можно бесплатно пользоваться спортивными сооружениями на площадках, за небольшую плату предлагаются детские аттракционы. Курорты страны отличаются чистыми песчаными пляжами, действительно теплым морем.

Болгария — это тихое и уютное место, где можно провести незабываемый семейный отдых. Для отдыха с детьми наиболее рациональным выбором станут отели рядом со спа-курортами. Этот вид отдыха будет сочетать пляжные развлечения и оздоровительные процедуры. В Болгарии есть несколько больших и интересных аквапарков, в которых дети могут повеселиться и отдохнуть целый день. Привлекательно посетить зоопарк в Варне, посетить дельфинарии и парки развлечений. Экскурсионная часть детских каникул также будет насыщенной, потому что в Болгарии есть множество детских музеев и выставок [4].

Один из самых больших и самых интересных аквапарков в Болгарии — Аква Парадиз, в одном из старейших и красивейших городов страны, Несебр. Общая длина всех горок - более 3 тысяч метров. Дети и взрослые могут покататься на одном из 40 аттракционов, поплавать в огромном бассейне или расслабиться в одном из многочисленных кафе. После экстремальных спусков будет очень приятно искупаться в «ленивой» реке или расслабиться в джакузи. Самому маленькому ребенку в аквапарке тоже не будет скучно, для него созданы увлекательные и безопасные аттракционы с учетом возраста и специфики поведения маленьких детей.

Самый большой аквапарк в стране — Action, расположенный на Золотом берегу, один из самых популярных курортов в Болгарии. В парке много увлекательных тематических аттракционов, где дети могут отправиться в увлекательное путешествие, например, «Руины затонувшей Атлантиды» или Водный дворец, где их ждет много открытий. Другое интересное место - Остров Сокровищ, где в захватывающих и реалистичных пейзажах можно спуститься с нескольких горок и почувствовать себя настоящим пиратом. Ежедневно аниматоры дают тематические представления на специальной сцене. Спасатели дежурят по всему периметру аквапарка. В общей сложности более 30 различных горок и аттракционов ждут гостей этого захватывающего места [5].

Аквапарк «Аква полиция» отличается продуманным мавританским стилем, что делает его одним из самых красивых во всей Восточной Европе. Он расположен в парковой зоне курорта Золотые пески и представляет собой масштабные исторические руины и замки, среди которых есть различные водные аттракционы. Один из новейших аквапарков в Болгарии — Аква Планета в городе Приморско. В дополнение к огромному комплексу горок и аттракционов, этот аквапарк имеет широкие возможности для занятий различными видами спорта. Отдыхающие смогут поиграть в теннис на нескольких кортах, устроить матч на волейбольной или баскетбольной площадке, посетить современный фитнес-центр или заглянуть в SPA-салон.

Варна предлагает большое количество вариантов организации детского досуга. В этом городе вы можете посетить «Фестский дельфинарий», уникальное место, где дети и взрослые могут посетить волшебное шоу самых умных млекопитающих. Отдельного внимания заслуживает веревочный парк «Маугли», где дети могут преодолевать разные расстояния на высоте нескольких метров [5].

В Варне вы можете можно посетить зоопарк, открытый более полувека назад. Зоопарк занимает площадь в 30 тысяч квадратных метров, а на его территории проживают представители самых разнообразных уголков земного шара. Стоит заглянуть в Музей ретро в Варне, где дети знакомятся с историей XX-го века и социалистическим прошлым.

Один из лучших лагерей в Болгарии расположен в Международном молодежном центре на курорте Приморско. Лагерь «Астра» в Приморско предлагает возможность расширить свои познания па разным направлениям. Вне лагеря также есть много интересных мест, которые можно посетить во время тематических поездок: древние болгарские города, природный парк Ропотамо, исторические, культурные и природные достопримечательности. В течение многих лет лагерь Астра в Приморско посещал дети из разных школ России, из Ханты-Мансийского автономного округа — Югра, дети сотрудников одного из крупнейших российских медиахолдингов — РИА Новости, а также Министерства МВД России.

Выводы. Болгария — это направление, традиционно популярное среди граждан России, куда родители охотно отправляют своих детей на каникулы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Квартальнов В. А. Современные концепции социального туризма / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2005. — 254 с.
2. Посетите Болгарию. — София, 2007. — 126 с.
3. Самойленко А. А. География туризма : учебное пособие / А. А. Самойленко. — 2-е изд. — Ростов н/Д : Феникс, 2006. — 354 с.
4. Сенин В. С. Организация международного туризма : учебник / В. С. Сенин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 366 с.

5. Туризм в Болгарии [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.bulgariavac.ru/> (дата обращения : 15.04.2019).

УДК 338.48

**ХАРАКТЕРИСТИКА БОГЕМСКОГО КУРОРТНОГО
ТРЕУГОЛЬНИКА ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**CHARACTERISTICS OF THE BOHEMA RESORT
TRIANGLE OF THE CZECH REPUBLIC**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Тюрин Д., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

D. Turin, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследован ресурсный потенциал ведущего курортного региона Чешской республики. Проанализировано современное состояние и перспективы развития курортов региона.

Annotation

The article explores the resource potential of the leading resort region of the Czech Republic. Analyzed the current state and prospects of development of resorts in the region.

Ключевые слова: оздоровление, курорт, спа, минеральные источники, Чехия.

Keywords: recovery, spa, spa, mineral springs, Czech Republic.

Введение. Чешская Республика — страна, известная своими прекрасными природными ландшафтами. В этой стране довольно много

курортных городов, курортная культура Чешской Республики на высоком уровне. Многие из спа относятся к 1500-м годам и известны своими впечатляющими лечебными свойствами [3].

Цель исследования — определить основные характеристики наиболее популярных курортов Чешской Республики.

Результаты исследования. Чешская Республика является известным курортным направлением в Европе и имеет почетную репутацию в сфере бальнеологического лечения и релаксации. В стране более тридцати курортных городов. Некоторые из них объединяют десятки спа-центров и курортов, некоторые могут иметь единственный санаторий. Но в любом случае их посетителям предоставляется высочайшее качество лечения и услуг.

Традиция чешского спа восходит к XV веку, и с тех пор местные терапевты делают все возможное, чтобы сочетать лучшие традиционные методы с современными достижениями, чтобы обеспечить эффективное лечение и комфортное пребывание для посетителей. В стране есть несколько сотен природных минеральных источников и богатых минеральными грязями месторождений, которые в сочетании с умеренным климатом оказывают доказанное целебное действие [1].

Посетители чешских спа-курортов могут рассчитывать на высокие стандарты медицинских услуг и довольно бюджетные цены по сравнению с другими европейскими курортами. Самые современные и инновационные терапевтические и реабилитационные методы используются в сочетании с традиционным лечением с помощью минеральной воды, лечебной грязи и природного газа. Чешские спа-курорты также хороши как места для послеоперационной реабилитации для тех, кто подвергается хирургическим операциям, медицинским или косметическим, в стране. Профессиональный персонал спа-центров заботится о своих гостях.

Местные бальнеологические курорты предлагают широкий спектр процедур для восстановления организма с использованием природных ресурсов. Здесь получить довольно приятный и в то же время целительный опыт и принять различные виды массажа, подводную терапию, торфяные обертывания, жемчужные ванны, газовые инъекции и так далее [5].

Крупнейший курортный город в Чешской Республике — Карловы Вары, расположенный между Крушными горами и Славковским лесом в 120 км от Праги. Карловы Вары славятся более чем тремя сотнями термальных горячих источников. В древние времена нагорье, окружавшее город, было областью вулканической активности, это главная причина существования этих знаменитых источников.

Город был основан императором Священной Римской империи Карлом IV в 1370 году, а затем назван в его честь. Старая легенда гласит, что император построил город после случайного открытия горячих источников в этом районе во время его поездки на охоту. Еще в XVI веке местные аристократы использовали источники в лечебных целях. В XIX веке благодаря публикациям таких врачей, как Дэвид Бехер и Йозеф фон Лёшнер, Карловы Вары стали популярным туристическим направлением как общеевропейский спа-курорт. Вода и грязь там используются для лечения желудочно-кишечных и опорно-двигательного аппарата, диабета и ожирения [2].

Одним из самых красивых курортов в Чешской Республике является Карлова Студанка, деревня в Моравско-Силезском крае. Местная местность очень живописная и красивая. Климат там очень благоприятный, а горный воздух благотворно влияет. В XIX веке был построен санаторий, специализирующийся на лечении тех, кто страдает заболеваниями органов дыхания.

Франтишковы Лазне, город в Карловарском крае, известен своими первыми в мире грязевыми ваннами, открытыми в 1792 году. Это был год

коронации императора Австрии и чешского короля Франца I, поэтому вполне естественно, что курорт был назван в честь этого королевского человека. Курортные центры Франтишковы Лазне специализируются на лечении сердца и кровообращения, болезней внутренних органов и гинекологических проблем, включая бесплодие [4].

Другим очень популярным курортным направлением являются Марианские Лазни (лечение почек, мочевыводящих путей, а также передвижение органов болезней), Янские Лазни (лечение послеоперационных и после травмы травм, после проблем с полиомиелитом и травм, вызванных нервными и мышечными расстройствами), который также известен занятиями зимними видами спорта, Жезеник (дыхательной и нервной системы, заболеваний и расстройств опорно-двигательного аппарата) и многое другое.

Выводы. Богемский курортный треугольник составляют три самых популярных курортных города: Карловы Вары, Марианские Лазни (Мариенбад) и Франтишковы Лазни (Франценсбад). Эти курортные города предлагают не только успокаивающие минеральные источники, в которых туристы могут расслабиться, но также исторические и культурные достопримечательности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Крылов Д. Чехия / Д. Крылов, Т. Яровинская. — М. : Эксмо, 2010. — 372 с.
2. Прага и Чешская республика. Путеводитель. — М. : Эксмо, 2013. — 360 с.
3. Яровинская Т. Чехия. Путеводитель (+ карта) / Т. Яровинская. — М. : Эксмо, 2014. — 128 с.

4. Horejsi J. Чехословацкие курорты / Ceskoslovenske kupele lazne / Tschechoslowakische Kurorte / Czechoslovak Spas / Jaroslav Horejsi. — Москва : Мир, 2011. — 208 с.

5. Бальнеологические курорты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.royalmedgroup.com/resorts/balneological-resorts> (дата обращения : 11.04.2019).

УДК 338.48

ВЕЛОСИПЕДНЫЙ ТУРИЗМ НИДЕРЛАНДОВ

BIKE TOURIST OF THE NETHERLANDS

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Худяков Р., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

R. Xudyakov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье исследован ресурсный потенциал велосипедного туризма Нидерландов. Проанализировано современное состояние велосипедного туризма в стране и даны рекомендации по развитию велосипедного туризма.

Annotation

The article explores the resource potential of cycling tourism in the Netherlands. Analyzed the current state of cycling tourism in the country and made recommendations on the development of cycling tourism.

Ключевые слова: туризм, велосипедный туризм, Нидерланды, туроператор, турпродукт.

Keywords: tourism, cycling tourism, the Netherlands, a tour operator, a tourist product.

Введение. Велоспорт популярен в Нидерландах не только как вид транспорта, но и как отдых. Велоспорт является частью повседневной жизни в Нидерландах.

Целью исследования рынка велосипедного туризма Нидерландов необходимо для лучшего понимания организации велосипедных туров как особого сегмента туристского рынка. Основное внимание уделяется туру на велосипеде с гидом или без него, а также базовые велосипедные и продолжительные поездки.

Результаты исследования. В Нидерландах 19 миллионов велосипедов — это самая высокая плотность велосипедов в мире. Голландцы видят в велосипеде удобный и надежный транспорт: 84 % положительно относятся к велоспорту. Из всех велосипедистов 95 % имеют положительные отношение к велоспорту, и даже среди других категорий граждан более 50% считают, что езда на велосипеде является позитивной [1].

Езда на велосипеде означает спокойствие, отсутствие раздражений, отсутствие задержек, на велосипеде можно всегда приехать вовремя и дешево. Туристы, предпочитающие велоспорт, среди преимуществ данного направления отмечают независимость и гибкость.

Велоспорт не только популярен как вид транспорта, это также популярное развлечение для 52 % населения, с более чем 197 миллионов однодневных поездок в год (> 1 час) в 2018 году. В 2018 году 1,5 миллиона голландцев отправились на велосипедный уикенд, а 300 тысяч человек отправились на велосипедные каникулы за границу. Голландский велосипедный турист, это человек в возрасте 30–49 лет, который путешествует с двумя попутчиками и принадлежит к высшему социальному классу. Кроме того, тематические праздники с участием велосипеда становятся все более популярными. Культурные, пешие и велосипедные каникулы являются самыми популярными в стране [3].

Потенциал велосипедного туристского рынка в Нидерландах достаточно велик: 1,1 миллиона голландцев планируют ездить на велосипеде в ближайшие 3 года, это 8 % от общей численности населения. Более подробный анализ нидерландских велосипедных туристов за границей страны их проживания затруднен. Это связано с тем, что велосипедисты обычно едут к месту назначения на машине, автобусе, поезде, самолете и т. д. и поэтому они не определяются как велосипедные туристы.

Всего на туристском рынке Голландии было выявлено 27 соответствующих туроператоров, предлагающих велосипедные продукты. Это туроператоры с широким ассортиментом продукции, включая велосипедные продукты, а также специализированные туроператоры, предлагающие только велосипедные продукты [4].

Основываясь на информацию, предоставляемую туроператорами, можно выделить три целевые группы туристов:

– туристы, которые желают более активно исследовать пункт назначения. Это не обязательно опытные велосипедисты, но с относительно активным образом жизни. Эта целевая группа будет предпочитать электронный велосипед.

– активные туристы и семьи, специально ищущие активный отдых. Эти туристы также заинтересованы и в других мероприятиях, но велосипедный тур является основной частью их отдыха.

– спортивные велосипедисты с ездой на велосипеде и тренировкой в качестве основного направления. Эта целевая группа ищет сложные маршруты и направления. Велосипедные возможности для них являются наиболее важными, сюда включены дорожные велосипедисты и горные велосипедисты.

Крупные туроператоры в основном занимаются велоспортом, а специализированные туроператоры предлагают приключенческие или

физически сложные туры. Большинство туроператоров продают индивидуальные туры и групповые туры, часто также индивидуальные по запросу [3].

Выводы. В заключение можно сделать следующие основные рекомендации для развития велосипедного туризма и соответствующего турпродукта:

– необходима четкая информация о пунктах назначения и велосипедных турпродуктах;

– необходимо определять пункты назначения и вспомогательные элементы, такие как жилье, питание, и перевозка багажа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Велосипедный туризм в Нидерландах [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nbtcniporesearch.nl/nl/home/wat-erspeelt/de-fietsvakantie-in-nederland.htm> (дата обращения : 16.04.2019).

2. Министерство инфраструктуры и развития Нидерландов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.fietsersbond.nl/defeiten/fietsen-cijfers#.V5tLT_mLSUk (дата обращения : 16.04.2019).

3. Популярные туристические места Нидерландов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nbtcniporesearch.nl/nl/home/wat-erspeelt/themavakanties-populair-onder-nederlanders.htm> (дата обращения : 16.04.2019)

4. Туризм в Нидерландах [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.raivereniging.nl/artikel/marktinformatie/branche-analyses/brancheanalyse-fietsen.html> (дата обращения : 16.04.2019).

УДК 338.48

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

REGIONAL MARKETS FOR MEDICAL TOURISM

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Юркова Ю. К., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Y. K. Yurkova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье проведено исследование тенденций развития медицинского туризма. Определены факторы, влияющие на развитие данного вида туризма и основные регионы данного направления.

Annotation

The article presents a study of trends in the development of medical tourism. The factors influencing the development of this type of tourism and the main regions of this direction are determined

Ключевые слова: туризм, медицинский туризм, развитие, тенденции туризма.

Keywords: tourism, medical tourism, development, tourism trends.

Введение. Тенденции в области медицинского туризма сохранятся в 2018 году, поскольку в последние десятилетия отрасль становится одной из самых динамичных и быстрорастущих в мировой индустрии здравоохранения.

Цель исследования — исследовать состояние и тенденции развития медицинского туризма в странах Юго-Восточной Азии.

Результаты исследования. Спрос на более совершенные, качественные и экономически эффективные медицинские услуги в сочетании с непосредственным воздействием глобализации и урбанизации заставляет все большее число людей по всему миру путешествовать в разные регионы или страны для обращения за медицинской или медицинской помощью. Таким образом, рынок медицинского туризма, как ожидается, достигнет более сильного роста в ближайшем будущем.

Медицинский туризм определяется как поездка пациента за границу для получения медицинского лечения в связи с такими факторами, как снижение затрат, повышение качества обслуживания, доступность по цене, сокращение времени ожидания или его отсутствие, а также более персонализированный уход. Наиболее распространенные виды лечения, для которых люди выезжают за границу, включают лечение рака, сердечно-сосудистые операции, ортопедические процедуры, стоматологию, косметические операции, репродуктивные процедуры, терапию для похудения, медицинские осмотры, а также медицинские анализы и сканы. В тяжелых случаях значительное количество пациентов также запрашивает второе мнение врачей-специалистов из своих стран.

Мировой рынок медицинского туризма в 2016 году составил почти 61,2 млрд долларов США, и ожидается, что рынок достигнет общего объема 165,3 млрд долларов США к 2023 году, увеличившись на 18,8 %. Высокие затраты на лечение и длительное время ожидания по сравнению с лучшими вариантами медицинских процедур за рубежом, достижениями в области технологий и развитием рынка являются основными факторами роста мировой индустрии медицинского туризма.

В 2016 году во всем мире насчитывалось около 14 миллионов трансграничных пациентов, которые тратили в среднем 3 800–6 000 долл. США на одно посещение во время своих поездок, чтобы получить медицинское лечение, включая расходы на медицинское обслуживание,

трансграничный и местный транспорт, пребывание в стационаре и проживание. По оценкам, в Америке 1,4 миллиона американцев ежегодно выезжают за пределы США для получения медицинской помощи.

Объем мирового рынка медицинского туризма в 2018 году оценивался в 36,9 млрд долларов США, и ожидается, что в прогнозируемом периоде он составит 21,9 %. Доступность таких преимуществ, как лучшее здравоохранение, новейшие технологии, инновационные лекарства, современные устройства, лучшее гостеприимство и индивидуальный уход, являются одними из факторов, влияющих на рынок.

Ожидается, что рынок будет расти быстрыми темпами в течение прогнозируемого периода. Факторы, способствующие росту рынка, включают неадекватные страховые льготы и отсутствие медицинской страховки на местных рынках в сочетании с растущим спросом на процедуры, которые не покрываются страховкой, такие как лечение бесплодия, реконструкция зубов и косметическая хирургия.

Доступность более дешевых вариантов лечения наряду с лучшим качеством обслуживания является основным фактором, определяющим предпочтение оффшорного медицинского туризма. Пациенты могут сэкономить от 30 % до 80 % от общей стоимости лечения в этих направлениях. Более легкая доступность квалифицированного специалиста по более низкой цене является основной причиной более дешевых затрат на лечение в местах медицинского туризма.

Что касается региональных рынков, то Северная Америка и Азиатско-Тихоокеанский регион лидируют и на их долю приходится 63,6% общий мировой рынок медицинского туризма в 2016 году. Некоторые из основных направлений медицинского туризма по всему миру включают Индию, Малайзию, Таиланд, Южную Корею, Дубай, Сингапур, Мексику, Германию, Польшу, Канаду и США.

Поток туристов, ищущих трансграничные варианты лечения, будет самым высоким в Мексике, в то время как ожидается, что Южная и Юго-Восточная Азия будут доминировать на мировом рынке в ближайшем будущем. В настоящее время Индия является одним из самых известных направлений медицинского туризма для специализированных кардиохирургических операций, в то время как Сингапур известен своим опытом в сложных хирургических процедурах. Малайзия предлагает лучшую в мире медицинскую инфраструктуру и лечение высококвалифицированными медицинскими работниками, что делает ее еще одним популярным направлением для медицинских туристов, и ожидается, что она станет одним из главных направлений на мировом рынке медицинского туризма, благодаря своим доступным вариантам лечения и благоприятные правительственные инициативы.

Выводы. Глобальный медицинский туризм ежегодно увеличивается. Быстро меняются доля каждой страны в общем рынке и характер медицинских туристов, которых они привлекают. Страны, которых считают поставщиками медицинских туристов — США, Китай, Россия и страны Персидского залива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учеб. пособие / А. В. Бабкин. — Ростов н/Д : Феникс, 2008. — 252 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм / М. Б. Биржаков. — СПб. : Герда, 2000. — 192 с.
3. Ветитнев А. М. Курортное дело / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. — М. : КНОРУС, 2007. — 528 с.
4. Кусков А. С. Основы курортологии / А. С. Кусков, Л. В. Макарецва. — Саратов, 2002. — 231 с.

5. Кусков Л. С. Курортология и оздоровительный туризм : учебное пособие / Л. С. Кусков, О. В. Лысикова. — Ростов н/Д. : Феникс, 2004. — 320 с.

УДК 338.48

**ОСОБЕННОСТИ И ОПЫТ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ
С ДЕТЬМИ ПО ЕВРОПЕЙСКИМ СТРАНАМ**

**FEATURES AND EXPERIENCE OF INDIVIDUAL TRAVELING WITH
CHILDREN IN EUROPEAN COUNTRIES**

Чеглазова М. Е., к. г. н., доцент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Яценкова С. С., студентка,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

M. E. Cheglazova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

S. S. Yazenkova, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются возможности реализации индивидуальных путешествий с детьми по странам европейского региона. Даны рекомендации по совершенствованию подобных путешествий.

Annotation

The article discusses the possibility of individual travel with children in the countries of the European region. Recommendations for improving such trips are given.

Ключевые слова: туризм, путешествия, индивидуальный туризм, семейный туризм, детский туризм, европейский регион.

Keywords: tourism, travel, individual tourism, family tourism, children's tourism, the European region.

Введение. Европейский Союз или ЕС — это территория, состоящая из 28 государств-членов, которые используют единую валюту, евро. Индивидуальные путешественники могут свободно перемещаться между этими странами европейского союза, так как между ними нет пограничных проверок, однако, если при путешествии между странами виза и документы должны быть в порядке.

Цель исследования — определить возможности индивидуальных путешествий семьей по странам шенген-зоны.

Результаты исследования. Если путешествовать между большинством стран-членов ЕС автомобильным и железнодорожным транспортом, то не нужно предъявлять документы, если — воздушным транспортом, нужно иметь при себе паспорт, если только турист не является гражданином ЕС. При поездке в Ирландию и Великобританию из континентальной Европы необходимо предъявлять паспорт. Дополнительные визы могут потребоваться при поездке в эти страны в зависимости от вашей страны происхождения.

Путешествовать по Европе довольно просто. Во многих странах работают скоростные поезда, которые являются эффективными и намного более беспрепятственными, чем воздушные перевозки, особенно с детьми. Есть также несколько вариантов паромов, и есть аэропорты, соединяющие все крупные города. Существуют огромные различия в климате разных регионов. Лето и весна обычно являются хорошими вариантами, однако в летние месяцы во многих странах Центральной Европы душно и жарко. Август может быть особенно жарким периодом. Температура в летние месяцы более комфортная вблизи моря, например, Средиземном море. Ирландия, Великобритания, Северная Франция, Голландия и Скандинавия обычно имеют более мягкий климат в летние месяцы, который идеально подходит для детей. Зимой во многих европейских странах может быть

очень холодно, особенно в Скандинавии, Польше, а также в части Германии и Голландии [4].

К путешествию по Европе лучше подготовиться заранее. Необходимо поощрять детей узнавать о странах, городах, достопримечательностях и людях, которых они будут посещать, читая книги об их пунктах назначения или просматривая мультфильмы с известными достопримечательностями.

Крупнейшими центрами авиаперевозок в Европе являются: Лондон (LON: LCY, LHR, LGW, STN, LTN), Франкфурт (FRA, HHN), Париж (CDG, ORY), Мадрид (MAD), Брюссель (BRU) и Амстердам (AMS), которые, в свою очередь, имеют связи практически со всеми основными туристскими центрами в Европе. Тем не менее, почти в каждом европейском городе есть прямые рейсы на дальние расстояния, по крайней мере, в некоторые пункты назначения в других местах, и другие более мелкие аэропорты могут иметь смысл для конкретных рейсов: например, Вена (VIE) имеет очень хорошую сеть рейсов на Ближний Восток и Восточную Европу, в то время как Хельсинки (HEL) является географически самым близким местом для перемещения для туристов из Восточной Азии.

Десятки бюджетных авиакомпаний позволяют очень дешево путешествовать по Европе, часто намного дешевле, чем поезд или даже автобусные билеты на одно и то же путешествие. Самые дешевые рейсы предлагают дешевые авиакомпании, такие как Air Berlin, Germanwings, EasyJet, Tuifly, Ryanair и WizzAir. Все эти рейсы должны быть забронированы в Интернете заранее, чтобы получить более интересную стоимость. Если бронировать рейс с низкобюджетной авиакомпанией, нужно помнить, что это может быть не такое удобное путешествие, как с полным билетом, если у вас есть ребенок или малыш. Многие низкобюджетные авиалинии не являются комфортными, например, возможно, придется нести коляску на несколько ступеней к взлетно-посадочной полосе и т.д. Также нужно определить расположение аэропорта,

поскольку некоторые бюджетные авиалинии выбирают очень маленькие аэропорты рядом с крупным городом. Так даже если расстояние составляет до двух часов езды на автобусе (например, Ryanair и Wizz Air Франкфурт-Хан Wizz Air, который не является Франкфурт-на-Майне International), это может увеличить время в пути, что является важным фактором, который необходимо учитывать при путешествии с младшими детьми [1].

Поезда (особенно в Западной Европе) быстрые, эффективные и экономически выгодные в дороге. Высокоскоростные поезда в Италии, Германии, Франции и Испании, а также трансграничные службы Eurostar и Thalys развивают скорость до 320 км/ч (200 миль в час) и, время в пути до аэропорта и обратно, часто бывают быстрее, чем самолет.

Многие автобусы в Европе предлагают очень удобные сидения с подключением к интернету, откидывающиеся сиденья, по очень низким ценам. Поездка на автобусе, как правило, выгодна для коротких поездок.

Отпуск за рулем — альтернативный вариант путешествия по Европе. Вождение по левой стороне дороги в Великобритании и Ирландии, а также по правой во всех других европейских странах. Это дает большую гибкость и позволяет брать с собой все, что нужно, особенно если путешествие планируется с детьми и малышами. Автокресла являются обязательными во всех странах ЕС (за исключением случаев путешествия на такси). Можно заказывать такси с автокреслами по всей Европе, это также может организовать отель.

Вождение может быть самым приятным способом путешествовать по Европе с детьми, так как позволяет путешествовать с гораздо большим количеством багажа. Многие авиакомпании позволяют брать с собой два больших предмета снаряжения для детей, в том числе дорожные кровати, автокресла и другие предметы, поэтому, если у вас есть машина, вы сможете привезти больше. Во многих европейских странах есть компании, которые арендуют детское оборудование.

Disney Cruise Line предлагает круизы по Европе на роскошных лайнерах, в которых есть детские клубы, детское питание и множество развлечений и развлечений для детей. Существует ряд европейских маршрутов, таких как Северная Европа, Средиземноморье, Норвежские фьорды и Британские острова.

Существует значительное количество автомобильных паромов из Ирландии в Великобританию и Францию. Есть также многочисленные маршруты в Данию, страны Бенилюкса и даже через Бискайский залив в Испанию [3].

В Средиземном море большое количество паромов работает между Испанией, Италией и Южной Францией. А через итальянские полуостровные паромы также курсируют по Адриатическому морю в Хорватию и Грецию, главным терминалом является Бари.

Балтийское море имеет несколько линий, проходящих между крупными городами (например, Гданьск, Стокгольм, Хельсинки, Таллинн, Рига и т. д.). Большинство судов очень большие, и параллельные Карибские круизные лайнеры по размеру и в обслуживании. В Черном море также есть несколько паромов, курсирующих по его водам, Потти, Стамбул и Севастополь являются главными портами.

Есть также различные паромы на больших озерах и для пересечения рек. Кроме того, есть несколько регулярно курсирующих круизных линий на более крупных реках, таких как Рейн (например, круизы на рождественском базаре), Дунай и Волга. Проживание варьируется от самых простых до очень роскошных, в зависимости от выбранной компании и класса поездки. Другая известная линия - круизные паромы Hurtigruten, которые ходят вдоль удивительной береговой линии Норвегии и фьордов.

Самым популярным местом семейного отдыха в Европе является Дисней-Лэнд, расположенный недалеко от Парижа. Другие популярные направления для семей — Лондон, Париж, Рим, Тоскана, Амстердам,

Копенгаген, Дублин, Прованс, Барселона и греческие острова, где есть много интересных мест для отдыха с детьми. В Австрии, Германии, Португалии и Греции есть множество семейных отелей и гостиниц с удобствами, специально предназначенными для родителей с младенцами и малышами.

Для пляжного отдыха европейские средиземноморские курорты, такие как Майорка, Ибица, Португалия (на фото), Коста-дель-Соль и Французская Ривьера предлагают несколько достойные варианты для семей с маленькими детьми. Во французской сельской местности есть много развлечений, которые также обслуживают родители с младшими детьми. Многие из них могут быть забронированы с радионянями и другим специальным оборудованием для детей. Есть также множество курортов в Европе, таких как Eurocamp и Falcon Holiday Resorts, предназначенных для родителей, путешествующих с маленькими детьми. В них есть затененные бассейны и детские учреждения.

Самые популярные города в Европе — это Париж, Рим, Амстердам, Лондон, Барселона, Берлин, Копенгаген, Стамбул, Прага и Афины. В частности, для малышек могут быть трудны поездки по городу, поэтому необходимо тщательное планирование поездки [2].

Другие известные достопримечательности включают замок Нойшванштайн (на фото выше), знаменитый сказочный замок в Баварских Альпах в Баварии, Национальный парк Плитвицкие озера, с красивыми бирюзовыми озерами, окруженными большим лесным комплексом в Хорватии, и Альгамбру, мавританское архитектурное чудо, расположенное в Гранаде в Испании.

Выводы. Европа очень дружелюбна к по отношению к детям, детский отдых в этих странах будет основываться на новых впечатлениях и гостеприимном отношении. Путешествовать по Европе с детьми легко и удобно. В каждом крупном городе есть скоростные поезда, хорошо

обслуживающие автобусные маршруты и аэропорты. Есть также много вариантов размещения в Европе, которые подходят для детей, малышей и детей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Исмаев Д. К. Основная деятельность туристской фирмы: учеб. пособие [Текст] / Д. К. Исмаев. — М. : ООО «Книгодел» ; МАТГР, 2005. — 196 с.
2. Кабушкин Н. И. Организация туризма : учебник / Н. И. Кабушкин, А. П. Дурович. — М. : Новое знание, 2003. — 126 с.
3. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е. Н. Ильина. — 2009. — 216 с.
4. Кусков А. С. Туроперейтинг / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, 2009. — 244 с.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ОПТИМИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ, ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ.....3

<i>Ибрагимов Э.Э., Абашева В.В., Литвиненко А. Е.</i> Необходимость программ лояльности в туристской деятельности на современном этапе	3
<i>Ибрагимов Э.Э., Джемелитдинов Т.Н.</i> Перспективы развития пешеходного туризма.....	7
<i>Ибрагимов Э.Э., Ибрагимова Э.Э.</i> Анализ программ лояльности клиентов как составляющая эффективного туристического менеджмента	11
<i>Иванова В.А.</i> Проблемы законодательного регулирования хозяйственной деятельности в прибрежных дестинациях.....	15
<i>Карпова Г.А., Кучумов А.В.</i> Методические подходы к определению факторов, влияющих на восприятие имиджа туристической дестинации	21
<i>Мухамедова З.Х., Меметова А.Р.</i> Современные тенденции развития гастрономического туризма	32
<i>Мухамедова З.Х., Бехтольд Н.В., Юрьева Л.Ю.</i> Виртуальный туризм как решение проблемы путешествий лиц с ограниченными возможностями	36
<i>Мухамедова З.Х., Гасанова Е.А.</i> Современные тенденции развития сельского туризма.....	41
<i>Мухамедова З.Х., Данченко В.С.</i> Военно-исторический потенциал страны и его реализация в туристских целях	45
<i>Мухамедова З.Х., Дубина В.Д.</i> Концептуальные основы развития детского и школьного туризма	49
<i>Мухамедова З.Х., Сапраньков В.А.</i> Основные факторы конкурентоспособности туристского сектора	54
<i>Мухамедова З.Х., Ходус А., Антонюк Д.</i> Развитие технологий в индустрии туризма	58
<i>Резникова О.С.</i> Анализ подбора и найма персонала в сфере предоставления гостиничных услуг	62
<i>Чеглазова М.Е., Кыкиши С.</i> Пустынный туризм и песочная терапия как альтернативные виды оздоровления	70
<i>Чеглазова М.Е., Перескоков А.С.</i> Оценка значения культурного туризма для устойчивого развития туристского региона.....	74

<i>Чеглазова М. Е., Юрек К.</i> Деловой туризм как быстрорастущий сегмент туристской сферы.....	79
СЕКЦИЯ 2. КЛАСТЕРНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА: ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ.....	84
<i>Данилевич В.В.</i> Туристские кластеры Республики Татарстан	84
СЕКЦИЯ 3. ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	90
<i>Ибрагимов Э.Э., Медведская И.К., Черкашин С.Д.</i> Реализация методики развития и популяризации аккаунта туристской фирмы в социальной сети Instagram.....	90
<i>Баутиста Х., Колодяжная П.С., Подольский Л.А.</i> Индустрия 4.0 в туризме и гостеприимстве	94
<i>Лазницкая Н.Ф.</i> Инновации в развитии туризма	99
<i>Мухамедова З.Х., Калинина Э.В.</i> Роль инноваций в повышении конкурентоспособности туристских дестинаций.....	105
<i>Трегулова И.П., Ухтеев А.Д.</i> Проблематика и перспективы развития маркетинговых инноваций на рынке туристических услуг Крыма	110
<i>Чеглазова М.Е., Зотова Н.В.</i> Роль искусственного интеллекта в развитии туристской сферы.....	116
СЕКЦИЯ 4. УЛУЧШЕНИЕ ПОЗИЦИЙ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ: АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ.....	121
<i>Гуров С.А., Молчанова Е.А.</i> Шри-Ланка как популярная дестинация для россиян: территориальные аспекты туристского развития	121
СЕКЦИЯ 5. НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ... 	127
<i>Воробец Т.И.</i> Теоретические основы формирования системы мотивации персонала предприятий туристской отрасли	127
<i>Гуров С.А., Алексеенко М.А.</i> Изучение структуры социотипов работников сферы туризма как основа совершенствования кадрового обеспечения рекреационной отрасли.....	132
<i>Дышловой И.Н., Пасечник М.В.</i> Анализ современных подходов мотивации персонала, зарубежный опыт	137

СЕКЦИЯ 6. КРЫМ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА.....143

<i>Белкина С.В., Верзилова В.В.</i> Особенности развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым	143
<i>Бугаец Т.Г.</i> Культурно-природные ландшафты Крыма как объект культурного туризма.....	148
<i>Бугаец Т.Г., Семенченко И.В.</i> Экскурсионно-познавательный туризм как приоритетное направление туризма в Крыму	153
<i>Бугаец Т.Г., Глушкова В.О.</i> Автотуризм как одно из перспективных направлений туризма в Крыму.....	156
<i>Бугаец Т.Г., Мысливец М.В.</i> Экологический туризм в Крыму как двигатель прогресса в сфере туризма	160
<i>Гаврилова Е.А.</i> Крым в системе российского и международного туризма	165
<i>Дугаренко Н.Ю., Клименко И.Ю.</i> Парки-памятники садово-паркового искусства в системе экологического туризма в Крыму.....	169
<i>Ибрагимов Э.Э., Авдиль И.Э.</i> Перспективы развития военно-исторического туризма в Крыму	174
<i>Ибрагимов Э.Э., Ибрагимова Л.С.</i> Проблемы и перспективы развития туризма в Крыму	178
<i>Ибрагимов Э.Э., Костылева А.А.</i> Проблематика развития оздоровительного туризма на современном этапе в Республике Крым.....	182
<i>Ибрагимов Э.Э., Пукасов М.О., Степаненко Е.С.</i> Тенденции развития велосипедного туризма в Республике Крым	186
<i>Каджаметова Т.Н.</i> Совершенствование стратегического управления и развития туристско-рекреационного потенциала региона.....	191
<i>Лазницкая Н.Ф., Землянская А.В.</i> Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма в Крыму.....	204
<i>Логвина Е.В., Лобас К.В.</i> Развитие делового научного туризма в Крыму.....	210
<i>Мухамедова З.Х., Богатова С.М.</i> Особенности развития бальнеотерапии в Крыму	215
<i>Страчкова Н.В., Лукьяненко Е.А.</i> Потенциал усадебного туризма в Крыму.....	219
<i>Чеглазова М.Е.</i> Развитие туристской инфраструктуры крымского региона как важной составляющей туристской сферы полуострова.....	225

<i>Чеглазова М.Е., Ганичева Э.</i> Перспективы развития событийного туризма в Крыму	231
<i>Чеглазова М.Е., Глухоедов Д.И.</i> Проблемы развития туризма в Республике Крым.....	235
<i>Чеглазова М.Е., Филиппова Т.Е.</i> Развитие религиозного и паломнического туризма в Крыму	239

СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ246

<i>Бугаец Т.Г., Карась А.В.</i> Проблемы развития культурно-познавательного туризма в Калининградской области в Российской Федерации	246
<i>Бугаец Т.Г., Коваленко В.С.</i> Особенности развития бизнес-туризма в Российской Федерации на современном этапе	250
<i>Булатова Г.Н., Биктимиров Н.М., Мустафин М.Р.</i> Древний Булгар как центр событийного туризма Республики Татарстан	254
<i>Ибрагимов Э.Э., Самойлова Е.А.</i> Туризм в Сочи: опыт, современное состояние и оценка перспектив развития.....	260
<i>Ибрагимов Э.Э., Стукальский А.А.</i> Развитие велотуризма в Краснодарском крае на современном этапе.....	263
<i>Ибрагимов Э.Э., Трусова Т.А.</i> Проблемы развития культурно-познавательного туризма в Республике Адыгея	267
<i>Мухамедова З.Х., Гаджиев М.М.</i> Формирование механизма эффективного управления предприятиями санаторно-курортного комплекса	272
<i>Мухамедова З.Х., Ганиева В.С.</i> Принципы развития лечебного и оздоровительного туризма в Ставропольском крае	276
<i>Мухамедова З.Х., Голымбиевская Ю.И.</i> Современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Северная Осетия — Алания	280
<i>Мухамедова З.Х., Мандрик Е.Л.</i> Перспективы развития военно-исторического туризма в городе Волгоград.....	284
<i>Рубцов В.А., Байбаков Э.И., Рожко М.В.</i> Перспективы развития санаторно-курортного туризма в Республике Татарстан	288
<i>Севастьянова О.В.</i> Лечебно-оздоровительный туризм как драйвер развития территории	293
<i>Хаирова Э.А.</i> Современное состояние развития «зеленого» туризма в России и Республике Крым	299
<i>Чеглазова М.Е., Якубов Т.С.</i> Роль экологического туризма в России.....	306

<i>Шабалина С.А.</i> Подходы к туристско-рекреационной типологии регионов Приволжского федерального округа	310
СЕКЦИЯ 8. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА.....	316
<i>Дугаренко И.А., Глухий Е.Л.</i> Тематические парки как инструмент продвижения региона.....	316
<i>Чеглазова М.Е., Граб И.В.</i> Аспекты формирования имиджевой политики в Ленинградской области.....	321
<i>Чеглазова М.Е., Киреева Л.А.</i> Формирование туристского имиджа региона	326
<i>Ячменева В.М., Ячменев Е.Ф.</i> Туризм как фактор социально-экономического развития региона.....	332
СЕКЦИЯ 9. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	340
<i>Афанасьева Е.А.</i> Методика рекреативно-оздоровительной деятельности, направленной на поддержание уровня физической подготовленности туристов-спортсменов	340
<i>Денисюк Н.П.</i> Проблемы развития детского оздоровительного туризма в Российской Федерации.....	344
<i>Ибрагимов Э.Э.</i> Механизм формирования стратегии развития учреждений детского туризма.....	349
<i>Логвина Е.В., Дрожжин И.А.</i> Нормативно-правовые аспекты детского туризма.....	356
<i>Мионов М.А.</i> Проблемы проведения туристских походов с обучающимися 17–19 лет	361
<i>Мухамедова З.Х., Никитина А.А.</i> Проблемы и перспективы развития детско-юношеского туризма Российской Федерации	364
<i>Тропина Е.А.</i> Особенности организации детско-юношеского туризма, отдыха и оздоровления детей в Российской Федерации на современном этапе.....	368
<i>Чеглазова М.Е., Юркова Ю.К.</i> Региональные рынки медицинского туризма	373
<i>Чугунова Т.Н.</i> Туризм как важнейший фактор формирования экологического мировоззрения у молодежи	377
СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА.....	383
<i>Бугаец Т.Г., Запольская И.С.</i> Этапы развития горнолыжного туризма в Норвегии	383

<i>Ибрагимов Э.Э., Меметова Н.Т.</i> Проблематика развития горнолыжного туризма в Швейцарии	386
<i>Тропина Е.А., Щербак А.О.</i> Перспективы развития событийного туризма в мире.....	391
<i>Чеглазова М.Е., Коробова П.</i> Современные тенденции развития туризма	395
<i>Чеглазова М.Е., Виницкий А.А.</i> Характеристика хорватского направления на туристском рынке восточной Европы.	400
<i>Чеглазова М.Е., Грибова А.А.</i> Основы организации спортивного туризма в Швейцарии.....	404
<i>Чеглазова М.Е., Губская Н.И.</i> Туристские возможности семейного отдыха с детьми в Хорватии.....	408
<i>Чеглазова М.Е., Гулай Н.О.</i> Развитие туристской индустрии в Сингапуре	413
<i>Чеглазова М.Е., Залесова Т.В.</i> Новые технологии как фактор развития бизнес-туризма в развивающихся странах и странах с переходной экономикой	419
<i>Чеглазова М.Е., Запарова Э.</i> Содержание детского туризма в Нидерландах	423
<i>Чеглазова М.Е., Коузов П.</i> Аналитическое исследование туристской сферы Венгрии.....	427
<i>Чеглазова М.Е., Молчанова А.И.</i> Рекреационные ресурсы Черногории, как фактор развития туризма	433
<i>Чеглазова М.Е., Орлов А.А.</i> Современное состояние туризма в Словакии	438
<i>Чеглазова М.Е., Таланова А.</i> Болгария, как популярное направление детского отдыха среди российских туристов	444
<i>Чеглазова М.Е., Тюрин Д.</i> Характеристика Богемского курортного треугольника Чешской Республики	449
<i>Чеглазова М.Е., Худяков Р.</i> Велосипедный туризм Нидерландов.....	453
<i>Чеглазова М.Е., Юркова Ю.К.</i> Региональные рынки медицинского туризма	457
<i>Чеглазова М.Е., Яценкова С.С.</i> Особенности и опыт индивидуальных путешествий с детьми по европейским странам	461

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО
ТУРИЗМА В РОССИИ**

*Материалы
II Всероссийской с международным участием
научно-практической конференции*

25–26 апреля 2019 г.
г. Бахчисарай

в авторской редакции

Формат 60×84/16. Усл. печат. л. 18,68. Тираж 300 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, www.arial.3652.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии ИП Бражников Д.А.
295053, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Оленчука, 63,
тел. +7 978 71 72 902, e-mail: braznikov@mail.ru