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
Отделение Русского географического общества в Республике Крым
Междисциплинарный научно-образовательный центр
социально-экономических региональных исследований «Интерцентр»

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Материалы
I Всероссийской с международным участием научной конференции

26-27 апреля 2018 года

г. Алушта

Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2018

УДК 330.534
ББК 65.04
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;

Страчкова Н.В., секретарь, к.г.н., доцент;

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

П 76 **Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России:** материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции, г. Алушта, 26-27 апреля 2018 г. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018. – 422 с.
ISBN 978-5-907032-52-1

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

УДК 330.534
ББК 65.04

© Коллектив авторов, 2018
ISBN 978-5-907032-52-1
© ИТ «АРИАЛ», 2018

СЕКЦИЯ 1.

ОПТИМИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ, ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

УДК 911.3:316

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

AUTOMATION PROVISION OF CATERING SERVICES IN TOURISM OF CRIMEA REPUBLIC

Вахрушев И.Б., к.г.н., доцент,
Заславский Г.А., ассистент кафедры туризма ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского", Таврическая академия, г. Симферополь

Vakhrushev I.B. Candidate of Geography Sciences, Associate Professor,
Zaslavskiy G.A. Assistant Professor, Department of tourism, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Одной из актуальных проблем развития современного сервиса услуг является вопрос автоматизации процессов обслуживания и администрирования. Туризм отвечает всем тенденциям развития постмодернистской цивилизации, представляя информационно насыщенную отрасль. Основным компонентом туристического продукта выступают услуги питания, их автоматизация сказываться на качественных и даже количественных характеристиках обслуживания. Мы рассматриваем проблемы, перспективы и направления автоматизации услуг общественного питания, представляемое туристам в Республике Крым.

Annotation

One of urgent problems in modern service development is automation of service processes and administration. Tourism meets all trends of postmodern civilization, representing an information rich industry. The main component of tourist product is catering services, their automation affects quality and even quantitative characteristics of service. We consider problems, prospects and directions automation of catering services, presented to tourists in Crimea Republic.

Ключевые слова: автоматизация услуг общественного питания, информация в туризме, управление в туризме, развития туризма в Крыму, современная туристская инфраструктура.

Keywords: automation of catering services, information in tourism, management in tourism, tourism development in Crimea, modern tourist infrastructure.

Введение. Разнообразие форм и видов автоматизации предоставления услуг общественного питания в туристической сфере в Мире на сегодня принимает массовый характер. Это вызывает необходимость изучения данного процесса и в реалиях Республики Крым, как одного из наиболее динамично развивающихся туристических регионов Российской Федерации.

Цель исследования. Изучение проблемы, перспективы и направления автоматизации услуг общественного питания, представляемое туристам в Республике Крым.

Результаты исследования. Общие тенденции автоматизации туристической сферы, и сферы общественного питания как важной составляющей, состоят во внедрении двух подходов.

Первый подход заключается по внедрении централизованных схем управления, которые сводятся к наличию единого центра управления обеспечивающего формирование меню, цен, обеспечение работы и расчетов с поставщиками, а так же отслеживание перемещения продукции. В данной системе так же производится бухгалтерский учет, анализ показателей эффективности работы и формирование финансовой отчетности.

Второй подход диаметрально противоположный и заключается в формировании системы децентрализованного управления. При таком подходе осуществляется сбор и анализ данных относительно показателей работы точек общественного питания, с последующим единым анализом эффективности, а вся остальная работа осуществляется в самих предприятиях децентрализовано.

Отметим, что, по мнению большинства авторов, проводящих исследования в данном вопросе, на практике внедряется смешенная система управления и автоматизации, особенно если речь идее о предприятиях общественного питания со всем их разнообразием и индивидуальной спецификой [1-3].

Автоматизация процессов и рабочих мест на предприятиях общественного питания имеет определенную роль в формировании туристического имиджа Республики Крым, как в принципе и любого региона. Это связано с тем, что уровень внедрения информационных технологий должен соответствовать современным тенденция рынка и уровнем оснащения предприятий общественного питания в Мире и в регионах конкурентах. Применение контент-анализа для выявления туристского имиджа Крыма в интернет-пространстве показало важную роль данных закономерностей [2].

На сегодня вопрос определения количественных показателей уровня автоматизации предприятий общественного питания в Республике Крым, как и во многих регионах остается открытым.

В соответствии со сведениями обработки итогов формы федерального статистического наблюдения № 1-МО «Сведения об объектах инфраструктуры муниципального образования» в Республики Крым общее количество

заведений общественного питания составляет: 2154 ресторана, кафе, бара с общим посадочными числом мест в них 100332 при общей площади зала обслуживания посетителей 219528 кв. м, 1152 общедоступные столовые и закусочные с общим посадочными числом мест в них 41675 и при общей площади зала обслуживания посетителей 105106 кв. м, 651 столовая учебных заведений и предприятий с общим посадочными числом мест в них 54741 при общей площади зала обслуживания посетителей 123755 кв. м.

Доля предприятий внедривших автоматические системы и их эффективность определить количественно затруднительно, в связи с отсутствием детальной отраслевой статистики как по Крыму в целом, так и по основным туристическим регионам. В связи с этим определение объемов сегмента рынка автоматизации рабочих мест, представляется важной и перспективной задачей. Еще более узкой, но практически наиболее эффективной представляется задача определения количественных показателей процесса информатизации и автоматизации рабочих мест на предприятиях общественного питания при средствах размещения, как наиболее эффективно реагирующих на внедрение новых технологий.

Выводы. Таким образом, на сегодня сфера туризма является наиболее информационно насыщенной, что актуально и для условий Республики Крым. Внедрение информационных технологий, в том числе и на предприятиях общественного питания при средствах размещения осуществляется намного быстрее, чем в других отраслях сферы услуг. Данные предприятия осуществляют процесс автоматизации и информатизации рабочих мест существенно быстрее, что связано с тем, что средства размещения интенсивно автоматизируют рабочие места, а это, в свою очередь обуславливает необходимость унификации информационных средств, в связи с необходимостью работы в единой системе. Наиболее ярко это проявляется в случае, когда турист заказывает размещение с питанием.

В данной сфере присутствует проблема системного характера, связанная с отсутствием общепринятой стандартизации процесса информатизации и автоматизации рабочих мест в индустрии питания, а так же отсутствия единых стандартов к программному обеспечению. Это в свою очередь приводит к прогнозируемому хаотичному развитию процесса автоматизации, в том числе и в Республике Крым на предприятиях общественного питания при средствах размещения. Следствием данного процесса будет являться нарушение системности и снижении эффективности реализуемых мероприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Богушева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров - Ростов - на - Дону: Феникс, 2012 - 416с.
2. Вахрушев И.Б. Применение контент-анализа для выявления туристского имиджа Крыма в русскоязычном интерент пространстве для целей

территориального маркетинга / И. Б. Вахрушев // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: География.- 2011. - Т. 24 (63). - № 2-2. - С. 154-160

3. Зайко Г. М., Джум Т. А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб. Пособие I Магистр. ИНФРА-М, 2013. С.17.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНО – ОРИЕНТИРОВАННЫХ АСПЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

THE FORMATION OF VALUE – ORIENTED ASPECTS OF MANAGING A TOURIST ENTERPRISE

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
ГБОУ ВО РК "Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Литвиненко А.Е., студент,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

Ibragimov E. E., Doctor of Science (Econom ics),
Professor, "Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
A. E. Litvinenko student, 4 tour,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются аспекты управления туристскими предприятиями на основе разработки комплексного подхода к управлению, направленного на повышение ценности туристского бизнеса для социально-экологической и экономической системы. Исследованы предпосылки формирования ценностно- ориентированных аспектов управления туристскими предприятиями. Определен положительный экономический эффект мультипликаторов как залог успешного управления хозяйственной деятельностью предприятий отрасли туризма.

Annotation.

The article deals with the aspects of management of tourist enterprises on the basis of the development of an integrated approach to management aimed at increasing the value of tourism business for the socio-environmental and economic system. Preconditions of formation of value - oriented aspects of management of tourist enterprises are investigated. The positive economic effect of multipliers as a pledge of successful management of economic activity of the enterprises of branch of tourism is defined.

Ключевые слова: процесс разработки прогнозов, отрасль туризма, факторы риска и неопределенности, достоверность прогнозов, прогнозные параметры.

Keywords: tourism, management of tourism enterprises, socio-ecological and economic systems, tourism phenomenon, development trends.

Введение. Динамичность и масштабность развития туризма способствуют тому, что даже в условиях неблагоприятной конъюнктуры и периодов глобального экономического кризиса этот вид экономической деятельности способен сохранить положительные тенденции развития.

Современные условия хозяйствования инициируют появление определенного количества управленческих задач, а именно: обеспечение стратегической устойчивости туристских предприятий, реализации их возможных и потенциальных конкурентных преимуществ, интеграции принципов управления туристскими предприятиями на конструктивной системообразующей основе. Также обеспечение консолидации интересов физических и юридических лиц, которые для реализации и выражения экономических потребностей и интересов вступают в экономические отношения, и тому подобное.

В интегративной сфере туризма эти задачи наиболее последовательны. Следовательно, их нужно решать с позиций многоаспектной управленческой интеграции, что дает возможность обнаруживать, распознавать и использовать резервы повышения эффективности функционирования туристских предприятий.

Цель исследования. Исследовать аспекты управления туристскими предприятиями на основе разработки комплексного подхода к управлению, направленного на повышение ценности туристского бизнеса. А также экономического эффекта мультипликаторов для успешного управления хозяйственной деятельностью предприятий отрасли туризма.

Результаты исследования. Решение этих задач обостряет научный интерес к теоретическому осмыслению проблематики ценностно – ориентированных аспектов управления, поскольку развитие экономической науки напрямую связано с поиском ответа на вопрос о природе стоимости, источник прибыли и ценности предприятий для социально-экономической системы. Соответственно возникает вопрос, почему, с нашей точки зрения, целесообразно исследовать ценностные ориентиры экономического развития туристских предприятий? При оценке результата явлений или действий, субъект анализа может учитывать определенные критерии, которые присутствуют в его личном представлении и которые сформировались в результате личностных факторов мотивации, а также потребностей или в представлении субъектов, которые его окружают. Достижение или не достижение ожиданий различных субъектов, которые имеют определенную адресность в отношении оцениваемого объекта – туристского предприятия, могут во многом определяться общепринятыми ценностями, из которых доминируют материально – практические и утилитарно – прагматические ценности, что может затруднять использование основных управленческих механизмов и обуславливает их переосмысление.

В условиях возрастающей сложности системного восприятия процессов, происходящих в микро-, мезо - и макросреде туристского предприятия и

с целью преодоления фрагментарности исследований в туризме, необходимо объединить понятия проблематики максимизации наиболее вероятной ценности туристского предприятия в единую динамическую конструкцию с присущей объективной незавершенностью для обеспечения непрерывности развития научного мышления.

Панков В.А. определяет необходимым отметить, что объективно востребованным является переход к совершенно новой идеологии корпоративного стратегического управления как комплексно – целевой системы управления на основании ценностного подхода, что предусматривает подчинение всех подпроцессов функционального и линейного управления основным целям возникновения предельной полезности, определение потенциальных интересов и формирование потребностей заказчиков, развитие бизнеса в направлении создания рынков сбыта, которые планируются [1]. Среди доводов, в пользу необходимости применения ценностного подхода в управлении предприятиями является заключительное Коммюнике III Международной конференции Всемирного банка, посвященной финансовым аспектам устойчивого развития, где отмечалось, что“... наша система экономических измерителей убыточна: хитроумные расчеты часто уменьшают или полностью игнорируют ценность того, что более чем трудно купить или продать” [2].

Если считать социально – экономические трансформации, глобализации и кризисные вызовы как "потоки", которые определяют направление дальнейшего движения (экономического развития), то для всех предприятий особо важной является проблема оптимального "выживания", которую необходимо понимать, как свойство максимизировать положительные и/или минимизировать негативные эффекты от глобализации, последствий экономического кризиса и внутренних социально – экономических трансформаций. Паламарчук В.П. описывает данную направленность этого движения, обусловливая ценностными ориентациями развития, которые определяют траекторию, перспективы и качество экономического развития и являются ключевыми компонентами современных концепций управления [3].

Согласно мнению В.Л. Иноземцева, “...постиндустриальный мир начинает осознавать, что чисто экономические методы уже не служат целям формирования единого гармоничного мирового порядка” [4]. С этой точки зрения важность решения проблемы совершенствования существующих управленческих концепций нашла свое выражение в монографии "Идеология экономической политики: проблема российского выбора", в которой доказано, что "управление в любом историческом периоде будет неэффективным при отсутствии комплексного ценностного выбора, установления цели, общего видения путей и механизмов достижения поставленных задач" [5, с. 174].

Первостепенную важность эти процессы могут приобретать в сфере туризма. Туристские продукты являются более сложными, с более высоким содержанием знаний, а значения элементов цепочки ценности, основанной на имеющихся, на предприятии знаниях и способностях, становится определяю-

щим в контексте обеспечения конкурентных преимуществ. Успешные предприятия на современных гиперконкурентных туристских рынках должны иметь доступ к совокупности уникальных, трудных для копирования способностей, компетенций и квази – активов.

Соответственно, важными предпосылками формирования ценностно-ориентированных аспектов управления туристскими предприятиями являются:

- определение ценности туризма как социо – эколого – экономической системы для национальной экономики;

- построения системы принятия управленческих решений, направленных на максимизацию ценности туристских предприятий в предпринимательской среде;

- определение целевой функции субъекта туристской деятельности в контексте его вклада в устойчивое развитие туризма;

- установление рейтинговой оценки показателей деятельности при принятии туристскими предприятиями управленческих решений в сфере маркетинга; моделировании системы дистрибуции и сбыта; в процессах реинжиниринга; слияниях и поглощениях;

- определение формата "дерева" факторов создания ценности туристского предприятия относительно других участников экономических взаимоотношений и обоснование наиболее адекватных показателей создания ценности предприятия на различных уровнях управления;

- установление четкой связи между ценностью компании для собственников и корпоративными и бизнес – стратегиями;

- выявление влияния потребителей туристских услуг на экономическое поведение микроэкономических объектов – туристских предприятий.

Выводы. Таким образом, необходимо отметить, что решая задачи формирования ценностно – ориентированных аспектов управления туристскими предприятиями мы исходили из того, что существующие концепции управления недостаточно учитывают то, что туризм, имея сложную социально – экономическую структуру генетически связан с другими социально – экономическими подсистемами. Именно это обуславливает его мультипликативное влияние на процессы развития экономики, экологии и социальной сферы конкретного региона. Общеизвестно, что "экономическая мощь" туризма проявляется в мультипликативном эффекте, который в туризме является весьма значимым. При этом положительный экономический эффект мультипликаторов может быть ощутим и благодаря успешному управлению хозяйственной деятельностью, которое проявляется в:

1) сочетании функций, каждая из которых направлена на решение внутриотраслевых, межотраслевых специфических взаимодействий между участниками экономических взаимоотношений и, соответственно, обусловливает оптимальное взаимовлияние составляющих социо – эколого – экономической системы;

2) обоснованном определении фундаментальной основной цели деятельности туристских предприятий в предпринимательской среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Панков В.А. Управление стоимостью наукоемкого машиностроительного предприятия: теория и практика: монография / В.А. Панков. – К.: Научная мысль, 2003. – 424 с.

2. Effective financing of environmentally sustainable development: proceedings of the third annual World Bank Conference on Environmentally Sustainable Development 1995, in I. Serageldin and F. Sfeir-Younis (eds.), 1995, Environmentally Sustainable Development Proceedings Series No. 10, The World Bank, Washington, D.C.

3. Паламарчук В.П. Что должны наращивать менеджеры: ценность или стоимость компании / В.П. Паламарчук. – М.: Корпоративный финансовый менеджмент, ГОУ ВПО АНХ при Правительстве РФ, 2007. – С. 45–57.

4. Иноземцев В.Л. Расколотая цивилизация: Наличествующие предпосылки и возможные последствия постэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia – Наука, 1999. – 724 с.

5. Якунин В.И. Идеология экономической политики: проблема российского выбора: монография / В.И. Якунин, В.Э. Багдасарян, С.С. Сулакшин. – М.: Научный эксперт, 2008. – 288 с.

УДК 338.48

ИНВЕНТ-ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

INVENT TOURISM AS A PERSPECTIVE DIRECTION OF TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Котова О.А., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

Kotova O.A. student, 4 tour,
Crimean University of Culture, Arts and
Tourism, Simferopol

Аннотация.

Статья посвящена событийному туризму в Российской Федерации, а также вопросам, связанным с организацией событийного туризма и проведением массовых фестивалей и праздников.

Annotation.

The article is devoted to event tourism in the Russian Federation, as well as issues related to the organization of event tourism and the holding of mass festivals and celebrations.

Ключевые слова: Российская Федерация, фестивали, события, туризм.

Keywords: Russian Federation, festivals, events, tourism.

Введение. В настоящее время всё большую популярность и массовость приобретает событийный туризм. Ивент-туризм довольно молодое и перспективное направление в турбизнесе, на данный момент активно развивается и вносит разнообразие в другие отрасли туристской деятельности.

Россия — это огромная платформа, где в течение года проходит множество мероприятий, на которые едут как российские туристы, так и зарубежные. В стране постоянно проводят фестивали, ярмарки, съезды, выставки и т.д., большинство из которых имеют статус международных.

Событийный туризм с каждым годом выходит на более высокий уровень и привлекает все большее количество туристов.

Данный вид туризма является новым направлением и появился только в прошлом веке, следовательно, в этой области можно развивать еще незанятые ниши. Туристы выбирают событийный туризм в основу поездки и приурочивают к определенному событию. В связи, с чем такие поездки пользуются спросом, т.к. традиционный отдых и участие в нестандартных мероприятиях создает уникальное туристское сочетание. Ключевой задачей событийного туризма относят умение объединить атмосферу праздника с индивидуальными условиями отдыха. На сегодняшний день событийный туризм можно считать одним из перспективнейших и стремительно развивающихся направлений туризма.

Цель исследования – изучить особенности развития событийного туризма в Российской Федерации.

Результаты исследования. Наиболее актуальной считают классификацию А. В. Бабкина. В свой работе он делит событийный туризм на тематические виды и выводит самые популярные события по посещаемости. К наиболее популярным событиям в данном виде туризма относятся фестивали и крупные международные спортивные соревнования. Таким образом, туристы, приезжающие в тот или иной регион могут разнообразить свой отдых не только экскурсиями и отдыхом, но и посещением культурных, спортивных и гастрономических фестивалей. Данные виды фестивалей пользуются наибольшей популярностью среди туристов и местного населения. Можно столкнуться высоким уровнем рекламной кампании некоторых мероприятий либо с их популярностью, так как их проводят не первый год, в связи с чем люди массово посещают такие события, а есть те, что остаются без внимания и совсем не интересны не только приезжим, но и местным жителям.

Примерами массовых мероприятий могут послужить фестивали, которые прошли в 2017 году и собрали наибольшее количество зрителей и участников.

1. «Забег WingsforLifeWorldRun» – это благотворительное мероприятие, которое проходит на мировом уровне в уникальном формате. Это забег, где все участники выходят на старт одновременно и бегут не к финишной черте, а от нее.

2. «KasperskyGeekPicnic. Игры разума». Мероприятие прошло 17-18 июня в г. Москва, за время фестиваля его посетило более 25 тыс. человек. Главный фестиваль в России, посвященный новым технологиям.

3. «Дикая мята» проходил 23-25 июня, фестиваль посетило более 15 тыс. человек в Тульской области. Действие происходило на трех сценах, где выступило более 70 артистов из 10 стран, для гостей были организованы необычные виды отдыха.

4. Фестиваль музыки и развлечений «Доброфест» посетили более 15 тыс. гостей, прошел он 30 июня - 2 июля в Ярославской области на аэродроме «Левцово». Фестиваль живой музыки в жанрах рок, альтернатива, панк и хип-хоп.

5. Экокультурный фестиваль «ВОТЭТНО!» 29 июня - 1 июля, проходил в туристическом комплексе «Талда» в Горном Алтае. Для фестиваля традиционно объединять направления и людей, мейнстрим и древние обычаи, культуру стран и континентов. Три дня музыки под открытым небом, мастер-классы для детей и взрослых, ярмарка народных промыслов.

6. «Нашествие» за дни фестиваля (7-9 июля) собрал около 200 тыс.гостей в с. Большое Завидово. Событие проходило уже в семнадцатый раз.

7. «AlfaFuturePeople» – 50 тыс.человек. Прошло 7-9 июля в Нижнем Новгороде, рядом с поселком Большое Козино.

8. «МИР Сибири» – фестиваль этнической музыки и ремесел более 30 тыс.человек. Проходил 7-9 июля, поселок Шушенское, Красноярский край.

9. Гастрономический эко-фестиваль «ПИР ФЕСТ» в прошлом году посетило 19 тыс. человек. 15-16 июля в Крыму, Добровская долина. Каждый гость события смог попробовать фирменное фестивальное меню ведущих гастрономических заведений Крыма по специальным ценам.

10. Международный фестиваль экстремальных видов спорта «EXTREME Крым» за все время посетило 50 тыс. посетителей. Фестиваль проходил 19 июля-6 августа, Крым, мыс Тарханкут, пос. Оленевка.

11. Музыкально-спортивный фестиваль «ARENALAND» - более 9 тыс. человек. 22-23 июля, Казань, стадион «Казань Арена». «ARENALAND» – это крупнейший фестиваль на открытом воздухе с большим количеством сцен и активностей. Это уникальное мероприятие, позволяющее объединить в себе множество фестивалей и музыкальных форматов.

12. «Архстояние» в Никола-Ленивце посетило около 8 тыс. человек. 21-23 июля, парк Никола-Ленивец, Калужская область. В этом году фестиваль Архстояние делает акцент на одном из трех качеств, на которых основывается архитектура, а точнее, на пользе архитектурного произведения.

13. Байк-фестиваль «Тамань – полуостров свободы», более 6 тыс. человек посетило фестиваль 4-6 августа, Тамань, Темрюкский р-н, Краснодарский край.

Данные фестивали проводятся в разных регионах, имеют свои особенности и нестандартные организаторские задумки, которые привлекают публику и ежегодно привлекают все больше посетителей.

Если говорить о минусах событийного туризма - невозможно точно предугадать стабильность спроса на новое событие, а также учесть все составляющие его проведения. Из-за разнообразия событий организаторам приходится постоянно придумывать новые способы привлечения гостей. Кроме того, обеспечение безопасности, размещение гостей и создание максимального комфорта для отдыхающих - все это требует значительных вложений.

Причинами данной проблемы могут быть, например:

1. Недостаточное информирование о проведении фестиваля, из-за отсутствия финансирования либо неграмотный подход к рекламной кампании мероприятия.

2. Отсутствие спроса на событие в данном регионе, мероприятие не актуально.

3. Снижение интереса, из-за неудач в прошлом году/сезоне.

4. Неумение организаторов грамотно продумать идею и задумку фестиваля.

5. Проведение события «для галочки», чтоб впоследствии сдать отчет о том, что мероприятие прошло.

6. Трудности с поиском информации о фестивалях в отдельных регионах.

Решение причин возникновения проблем того или иного мероприятия, а также ознакомление с ними, улучшение уровня проведения фестивалей, большая информативность и помощь в поиске того или иного события значительно сократила бы время на поиски информации туристам. Создание сайта, который включал бы в себе все необходимые данные о событиях помог бы каждому туристу за небольшой промежуток времени познакомиться с событиями, проходящими в месте их пребывания.

В российской Федерации был создан сайт Национальный календарь событий, где собраны основные мероприятия в сфере событийного туризма РФ. Сайт включает в себя большое количество информации о проводимых мероприятиях по всей стране, поиск может производиться по регионам, по темам и датам, что значительно сокращает время на поиски. Минусом данного сайта является то, что по отдельным регионам отсутствует информация о событиях, которые проводятся в течение года. Например, для того, чтобы узнать куда можно отправиться в Крыму, любителям событийного туризма приходится просматривать огромное количество сайтов, анализировать и составлять маршруты самостоятельно. Данная процедура занимает много времени и та-

кие поиски не всегда дают полную картину происходящего, часто упускаются небольшие, но не менее интересные события, проходящие в Республике.

Выводы. Проанализировав Событийный туризм в Российской Федерации, можно прийти к выводу, что по отдельности каждый фестиваль, концертные программы, форумы, выставки и многое другое развиваются и с каждым годом выходят на новый уровень. Постоянно появляются новые направления и массовые культурные движения, но трудности в процессе поиска снижают уровень спроса, в особенности на немассовые мероприятия, но показывающие особенности культуры тех или иных регионов, их историю либо природный потенциал. Создание грамотной информационной событийной платформы и заполненная база по каждому субъекту Российской Федерации поможет решить многие проблемы и привлечь новые потоки туристов из других городов и стран.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / Рос. предпринимательство, 2011. - 172 с.

2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин - Ростов н-Д: Феникс, 2008. - 252 с.

3. Чеглазова М.Е. Место инноваций в определении перспективных направлений туристического бизнеса России. // Новая наука и актуальные тенденции в образовании. – 2017. – С.168-1744.

УДК 338.48

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

TOURISM AS FAKTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT IN RASSION FEDERATION

Кухарская Е. Ю., магистрант
ФГАУО ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

E. Y. Kukharskaya, master´s
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Главная идея статьи – развитие экономии в Российской Федерации под влиянием туризма. В данной статье речь идет о влиянии мультипликативного эффекта на макроуровне. В статье рассматривается динамика прямого дохода от туризма в ВВП России и ФЦП, касающиеся развития туризма.

Annotation

The main idea of the article is economic development under the influence of tourism. The article is about multiplicative effect influence at the macro-level. The article view dynamics direct contribution of tourism to GDP in Russian Federation and FTP concerning tourism development.

Ключевые слова: мультипликативный эффект, расходы туристов, доход, внутреннее потребление.

Keywords: multiplicative effect, tourist expenditure, income, home consumption.

Введение. За последние годы объемы поступлений во внутренний туризм в Российской Федерации значительно возросли. Это способствует формированию собственной туристской индустрии. Являясь сложным межотраслевым народнохозяйственным комплексом, туристская индустрия включает различные компоненты: организаторов туризма, производственные туристские предприятия, предприятия, предоставляющие услуги по размещению, органы управления туризмом и др. Таким образом туризм создает положительный мультипликативный эффект и увеличивает поступления в бюджет государства.

Цель исследования. Выявить современное состояние и предпосылки для развития туризма в Российской Федерации.

Результаты исследования. Туризм является одним из секторов, который играет важную роль в развитии экономики, формировании иностранного капитала.

По данным WTTC прямой доход от туризма в ВВП России в 2017 году составил 3,2 %. Согласно прогнозу WTTC к 2028 году доход от туризма повысится еще на 2,8 %.

Результатом реализации новой федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма с 2019 года должно стать увеличение доли туризма в ВВП страны до 5% к 2025 году, заявил глава Ростуризма Олег Сафонов. В 2017 году, по данным Ростуризма, доля туризма в ВВП России не превышает 3,4 %, тогда как в мире в среднем она составляет до 10%.

Развитие туризма обеспечивает занятость, поступление доходов в местный бюджет, способствует повышению образованности и культуры населения.

Влияние туризма на экономику имеет прямое и косвенное воздействие. Измерение экономического воздействия и стандартизация туристской услуги часто затрудняется в связи с тем, что их природа субъективна. Таким образом, в контроле над качеством туристских услуг возникают небольшие трудности. Экономический результат оказания туристских услуг мы получаем как комплексный результат.

Прямое воздействие туризма в экономике отражается через поступающие денежные средства за оплату проживания, питания, покупку сувениров,

посещение музеев, дворцов и т. д. Прямой эффект воздействия самый заметный, т. к. он не скрыт за повторными оборотами вырученных средств. Прямой эффект – это вырученные деньги за товары и услуги туризма.

Под косвенным воздействием понимают товары и услуги привлеченных компаний, предприятий, фирм, агентств, организаций, как бюджетных, так и коммерческих, которые необходимы для производства товаров и услуг туризма, а так же привлечение рабочей силы. Статистических данных о косвенном воздействии на смежные отрасли экономики практически нет, что делает затруднительным подсчет экономического развития. Однако неоспорим тот факт, что косвенное воздействие туризма приумножает экономическое развитие, а именно создает в экономике мультипликативный эффект.

Мультипликативный эффект – это понятие, которое отражает представление о совокупном (прямом и косвенном) воздействии туризма на национальную экономику [3].

Термин «туристский мультипликатор» характеризует отношение двух изменений: в одной из ключевых экономических переменных, таких как объем выпуска (заработная плата, занятость или доходные статьи бюджета), и расходов туристов [2].

Современная наука позволяет создать практический инструмент учета мультипликативного эффекта – мультипликатор туризма, который измеряет величину коэффициента влияния туризма на смежные отрасли. Этот коэффициент можно найти при помощи общей формулы мультипликатора:

$$k = 1/MPS = 1/ (1-MPC);$$

$$MPS+MPC = 1;$$

где, MPS – предельная склонность к сбережению;

MPC – предельная склонность к потреблению.

Таким образом, чтобы рассчитать туристский мультипликатор доходов, нужно из таблицы (1) взять значение располагаемого дохода (V0) и его изменение (ΔV1), чтобы рассчитать увеличение располагаемого дохода. Также из таблицы (1) нужно знать величину потребления (C0) и его изменение (ΔC1).

Таблица 1

Показатели доходов и расходов туризма [4].

Показатель, млрд. чел.	2016 г.	2017 г.
Располагаемый доход	5023,7	5418
Потребление	2245,7	2437,3

*Для того чтобы получить располагаемый доход, мы суммировали значение внутреннего потребления туризма и покупки туристских провайдеров.

Определим увеличение располагаемого дохода:

$$5023,7-5418 = 394,3$$

Определим изменение потребления за этот же период:

$$2245,7-2437,3 = 191,6$$

Таким образом, мы получили, что доход за 2017 год вырос на 394,3 млрд. руб., а потребление на 191,6 млрд. руб. Отсюда:

$$MPC = 191,6/ 394,3 = 0,4$$

Тогда:

$$k = 1(1-MPC) = 1/0,6 = 1,6$$

Таким образом, мы получили, что коэффициент мультипликатора дохода составляет 1,6. Это значит, что 1 руб. потраченный туристами дал 60 коп. косвенного дохода. Соответственно мультипликативный эффект составляет 60%.

Коэффициент можно найти также при помощи мультипликативного эффекта, который математически является отношением суммы прямых и косвенных эффектов к прямым эффектам, а фактически означает, сколько рублей косвенного дохода (в других секторах) дает один рубль, потраченный туристами.

Мультипликативный эффект (Эм) определим по формуле:

Эм = (Эп+Эк)/ Эп;

где, Эп – прямой эффект;

Эк – косвенный эффект.

Таблица 2

Доходы и расходы прямого и косвенного влияния туризма [4]

Прямое влияние, млрд. руб.		Косвенное влияние, млрд. руб.	
Внутреннее потребление туризма	3276,8	Внутренние расходы	2437,3
Покупки туристских агентств	2141,2		
Итого	5418	Итого	2437,3

Следовательно, мультипликативный эффект в 2017 году в России составил 1,4%, то есть 1 рубль, потраченный туристами, дал 40 коп. косвенного дохода.

Далее определим эффект занятости в туризме, используя данные по количеству работников в туризме и смежных секторах.

Таблица 3

Показатели занятости населения [1]

Показатель	Значение, млн. чел.
Средняя численность работников туризма (по кодам ОКВЭД 2007)	1231779
Трудоспособное население	83244000

К занятости = (занятые в туризме/ трудоспособное население) * 100%;

Итак, коэффициент занятости составляет 1,4%.

Выводы. Таким образом, можно сказать, что доля туризма в валовом внутреннем продукте России в 2017 году была незначительной. В туризме и смежных отраслях национальной экономики было занято чуть более одного процента трудоспособного населения.

Данная ситуация экономики туризма объясняется такими негативными явлениями, как неравномерное развитие ее различных сегментов и видов туризма, состояние сферы гостеприимства в стране, резкие экономические диспропорции в пользу индустриально развитых регионов и др.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. http://www.gks.ru

2. Богданов Е. И. Экономика отрасли туризм / Е. И. Гуляев. – М.: НИЦ Инфра - М, 2013. – 318 с.

3. Морозов М. А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 320 с.

4.World Travel&Tourism Economic Impact 2018 – March 2018. All right reserved.

УДК 338.48-61(470+571)

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

THE FORMATION OF THE PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN RUSSIA

Логвина Е.В. к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского,
Таврическая академия, г.Симферополь

E.V. Logvina candidate of economic sciences, PhD, Associate Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University Taurian Academy, Simferopol

Аннотация

В статье даются определения «событийного туризма». Рассмотрены проблемы низкой популярности событийного туризма в Российской Федерации. Проведенный социальный опрос позволил выделить наиболее популярные виды ивентов. Даны рекомендации по формированию событийного туризма в России.

Annotation

The article defines "event tourism". The problems of low popularity of event tourism in the Russian Federation are considered. The conducted social survey allowed to identify the most popular types of events. Recommendations on the formation of event tourism in Russia are given.

Ключевые слова: событийный туризм, туристский поток, дестинации, ивент, фестиваль, маркетинговые коммуникации, респондент, турист.

Keywords: event tourism, tourist flow, destinations, event, festival, marketing communications, Respondent, tourist

Введение. Термин «событийный туризм» впервые был введен департаментом туризма и общественности Новой Зеландии в 1987 году и закрепил взаимосвязь специально организованных событий с туризмом [1].

В зарубежных научных школах используется термин «event tourism» (от англ. event - событие) и трактуется как «важная альтернатива» для туристской дестинации, бизнеса и органов управления, заинтересованных в увеличении туристских потоков. Проблемы «event tourism» исследовались зарубежными учеными, и заключались в том, чтобы понять и дифференцировать структурные или неизменные элементы дестинации из временных (неустойчивых) элементов, таких как события. В работах российских авторов используются термины «ивент-туризм» или «событийный туризм». Центральным элементом системы событийного туризма, оказывающим влияние на активность потребителей, является туристский продукт, а именно: событийное мероприятие. Формирование турпродукта базируется на имеющихся в дестинации туристских ресурсах, способных удовлетворить запросы потребителей.

Цель исследования. Выявить проблемы событийного туризма и определить наиболее популярные виды ивентов.

Результаты исследования. Частью событийного туризма является посещение дестинации во время проведения специально организуемого события или наблюдения редкого явления природы. Ресурсное обеспечение этого вида туризма отличается разнообразием и имеет конкретную направленность на определенный ивент, заложенный в основу формирования турпродукта. Как показывает практика, в организации событийных мероприятий в России и зарубежном, имеются отличия как по количеству, так и масштабности их проведения. По мнению экспертов, причиной низкой популярности событийного туризма в России является не многочисленное количество интересных для туристов ивентов, а также неэффективное продвижение весьма масштабных и качественно организованных брендовых праздников. Продвижение ивент-сегмента в отечественной индустрии будет способствовать созданию единого туристского пространства в России, а также обеспечит высокое место в рейтинге мировых дестинаций. Определенные успехи в этом направлении уже имеются, так Москва заняла второе в Европе

и пятое место в мире в рейтинге активно развивающихся туристических направлений (согласно рейтингу международного электронного ресурса Tripadvisor, Интернет 21.03.2016г.). Событийное мероприятие – фестиваль «Путешествие в Рождество» проходившие в Москве (с 22.12.2017 по 14.01.2018г.) пополнило бюджет РФ на 13,7 млрд.руб. В ближайшей перспективе событийные мероприятия Москвы будут направлены на запросы и потребности российских и иностранных туристов, для которых будут проводиться культурно-массовые мероприятия международного уровня («Масленица», Московский международный кинофестиваль, авиасалон «МАКС»; исторический фестиваль «Времена и эпохи»). Событийный туризм получает развитие, если он нацелен не только на получение прибыли, но и на удовлетворение возрастающих потребностей целевых сегментов [2].

Решением вопросов продвижения событийного туризма на государственном уровне занимается Ростуризм. В рамках реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» предусмотривается решение задач по продвижению российского турпродукта [3]. Кроме традиционных средств маркетинговых коммуникаций, в качестве эффективных инструментов продвижения рассматриваются именно ивенты, привлекающие внимание потенциальных туристов, как к программе мероприятия и его хедлайнерам, так и к дестинации, частью которой является конкретное событие. Для выявления предпочтений потенциальных туристов был проведен соцопрос в Интернет. В исследовании приняли участие 267 человек. Из них 72% молодые люди, в возрасте 16-25 лет, и 28% – респонденты, возраст которых 25-45 лет.

Частота путешествий россиян характеризуется следующими данными, что 70% респондентов один раз в год совершают разного рода путешествия; 20% – раз в полгода, 5 % – раз в несколько лет, 5,1% – раз месяц. Результаты исследования **предпочтений** относительно места путешествия показывают, что 82% респондентов интересует путешествие за границу, 15% – хотели бы отдохнуть в Крыму и 3% – заинтересованы в путешествии по территории РФ.

На **вопрос** «Чем объясняется низкая популярность регионального туризма среди населения?» - 55% – респондентов считают, что нет интересных предложений, 35% – не могут позволить себе такие путешествия из-за их высокой стоимости, 10% – не знают, где можно получить информацию о путешествии. Далее исследование было направлено на то, чтобы выяснить, какие события, вызывают интерес у граждан, желающих путешествовать. В связи с тем, что большая часть респондентов отдает предпочтение определенным видам ивентов, а именно фестивалям – 20%, спортивным событиям – 10% и т.д. рассмотрим их. *Музыкальные ивенты.* Музыкальные фестивали - музыкальное тематическое массовое празднество. *Спортивные ивенты.* Проведение даже небольших спортивных туристских мероприятий обеспечивают экономическую ценность для региона. *Мега-ивенты.* Мега-события

– это краткосрочные события, но с долгосрочными последствиями различных видов (Олимпийские игры, международные универсальные выставки, карнавалы). *Гастрономические ивенты.* Гастрономический туризм добавляет ценность территории путем предоставления для гостей нового и уникального опыта проведения дегустаций, который был приобретен в конкретной дестинации [4]. Одной из проблем регионов, является низкий уровень информированности потенциальных клиентов о проведении событийных мероприятий, поэтому необходимо более широко освещать их в СМИ. Эксперты считают необходимым создание отдельного портала для размещения информации о проведении разных видов ивентов. Вторая - низкая эффективность усилий турфирм в продвижении событий на уровне региона. Для достижения успеха, необходимо правильно определить целевую аудиторию, включающую потенциальных участников и гостей конкретного ивента. В целях формирования индустрии событийного туризма в России необходимо:

1) включать в целевые федеральные и региональные программы по развитию туризма, мероприятия по формированию, продвижению и реализации масштабных ивентов;

2) обеспечение условий для разработки новых ивент-продуктов с учетом туристского потенциала каждого региона, внедрения стратегии дифференциации туристских услуг, а также стратегии интеграции с другими российскими регионами в целях обеспечения масштабности и разнообразия видов ивент-туризма; **3)** в рамках государственно-частного партнерства обеспечить поддержку в разработке и внедрении инвестиционных проектов в области событийного туризма; **4)** разработать стратегию эффективного продвижения турпродукта.

В целях разработки ивентов, пользующихся спросом на рынке событийного туризма, необходимо проводить маркетинговые исследования: на **первом** этапе - выявить тенденции спроса на событийные мероприятия, провести анализ потребностей туристов и популярных ивентов. **Второй** этап - выявить предпочтения туристов относительно объектов инфраструктуры.

На **третьем** этапе - проводится сегментация рынка по потребностям потенциальных клиентов в отношении видов событийного туризма и определяются целевые сегменты на основе критериев их привлекательности.

Четвертый этап – исследование факторов внешней среды, привлекающих туристов в дестинацию, в регион, а также, состояние инфраструктуры, имидж, рекламные материалы, отзывы туристов. На **пятом** этапе - определяются особенности и характер изменения факторов внутренней и внешней среды конкретного региона. **Шестой** этап - прогнозирование доходов, которые получит региональный и государственный бюджет, вследствие проведения запланированных событийных мероприятий.

Выводы. Элементом системы событийного туризма, оказывающим влияние на активность потребителей, является туристский продукт, а

именно: событие. Выявлены проблемы: - низкий уровень информированности туристов о проведении событийных мероприятий; - низкий уровень рекламных кампаний. Проведенный опрос позволил выделить наиболее популярные виды ивентов: Музыкальные; Спортивные; Мега-события и гастрономические. Даны рекомендации по развитию событийного туризма России. Экономический эффект от развития событийного туризма пополнит бюджет государства и регионов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Климова, Т.Б. К вопросу развития событийного туризма на уровне региональных экономик /Т.Б. Климова, Е.В. Вишневская, И.В. Богомазова //Соврем. проблемы науки и образования. - 2014. - № 6. - URL: http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-razvitiya-sobytiynogo-turizma-na-urovne-regionalnyh-ekonomik#ixzz3x26qYjAQ.

2. ТАСС: Москва является примером развития событийного туризма. [Электронный ресурс]. – URL: http: //tass.ru/moskva/2758370

3. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 02 августа 2011 года № 644.

4. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс]. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252с., URL:http://tourlib.net/books_tourism/babkin.htm.

УДК 338.48

К ВОПРОСУ О «РЕЛИГИОЗНОМ ТУРИЗМЕ»

TO THE QUESTION OF "RELIGIOUS TOURISM»

Огудин В.Л.,
доктор исторических наук
Институт этнологии и антропологии
РАН

Ogudin V. L.,
Doctor of History Institute
of Ethnology and Anthropology RAS,

Аннотация

Показано различие целей и задач религиозно – познавательного туризма и паломничества. Освещены особенности христианского и мусульманского хождения к святыням в Крыму. Допускается возможность наполнения понятия «религиозный туризм» новым содержанием.

Annotation

The difference between the goals and tasks of religious and cognitive tourism and pilgrimage is shown. The features of the Christian and Muslim pilgrimage to the Holy places in the Crimea are highlighted. The possibility of filling the concept of "religious tourism" with a new content is discussed.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество христианское и мусульманское, ассоциативные ландшафты.

Keywords: religious tourism, Christian and Muslim pilgrimage, associative landscapes.

Под «религиозным туризмом» обычно понимают путешествие к местам, значимым в духовной культуре (христианской, исламской, буддийской и пр.) населения любых стран нашей Планеты. Религиозный туризм обычно делят на два вида – религиозно-позновательный экскурсионный и паломнический. Первый вид ориентирован на желающих (не обязательно верующих) посетить культовые сооружения (церкви, монастыри). Люди обращаются в туристическое бюро, где им быстро подбирают приемлемый вариант маршрута. На местах им проводят экскурсию, при этом выделяется время на молитву, установку свечей и пр. С паломническим туризмом все гораздо сложнее. Надо сказать, что статус паломника («странствующий богомолец») плохо сочетается со статусом туриста (фр. tourisme (tour) – обход, объезд, прогулка, поездка, путешествие), поскольку последнее нелепо смотрится в приложении к традиционной духовной культуре. В разных конфессиях издавна разработана собственная терминология и система понятий. Поэтому верующие, отправляющиеся с определенными целями к культовым объектам, именуют себя ни в коем случае не туристами, а, в православном христианстве, именно паломниками, а также крестоходцами, в исламе – зияратчи - арабск. «посещающие». Конечно, верующие люди могут заказать себе в экскурсионном бюро транспортное средство, чтобы быстро и целенаправленно добраться до почитаемых объектов. Но от этого они туристами не становятся, в отличие от тех людей, которые едут к культовым объектам с познавательными интересами. Попробуем глубже разобраться в этих отличиях.

В православной культуре паломничество, то есть путешествие с религиозными целями, сильно развито. У христиан паломничество началось с IV в. в Палестину, где совершались божественные деяния Иисуса. Паломники в византийской церковной традиции назывались поклонниками, то есть людьми, которые совершают путешествие с целью поклонения святыням. На VII Вселенском соборе в 787 году отцы Церкви сформулировали богословские принципы, обосновывающие духовный смысл паломничества как почитания и поклонения мощам и иконам, а также святым местам ради удостоверения подлинности, а не призрачности Боговоплощения. Святым в

православии становится благочестивый и добродетельный человек, канонизированный церковью, являющий собой образец добродетели и пребывающий по учению Церкви после его кончины на небесах, молящийся перед Богом за всех людей, ныне живущих на земле. Православная церковь почитает множество канонизированных святых, среди которых: праведники, преподобные, святители, патриархи, мученики, пророки, апостолы, благоверные, блаженные, исповедники и святители. К их мощам, хранящимся в монастырях, храмах, часовнях и других местах, происходит постоянное паломничество. Наряду со святыми особо чтут чудотворные иконы, от которых совершались или продолжают совершаться чудеса.

В Крыму, богатом христианскими святынями, вопросами паломничества к ним занимается специальный отдел Симферопольской и Крымской епархии. Его деятельность никаким образом не связана с туристическими организациями. Паломнические маршруты именуются по-современному туры (турне), что означает - посещение различных мест в рамках одной спланированной поездки с возвращением в исходный пункт. На побережье Черного моря подготовлены специальные пансионаты для обеспечения комфортного отдыха паломников. На маршрутах их сопровождают специально подготовленные православные люди. Десятидневная программа «Весь православный Крым» создана для детского лагеря «Юный паломник». В пансионате им. Святителя Луки при храме св. Александра Невского в Алупке верующих знакомят со святыми местами Южного берега Крыма. Святыни восточной части полуострова посещают из гостиницы «Таврида» в Феодосии.

Другим распространенным проявлением религиозности в православном христианстве является крестоходчество. Это торжественное шествие многих верующих людей с крестом, хоругвями и иконами, сопровождаемое молебнами к православным святыням. Обычно крестные ходы приурочивают к значимым религиозным датам, таким как Пасха Христова, храмовые праздники, дни памяти чтимых святых или чудотворных образов и др. Крестные ходы способствуют единению крестоходцев, укреплению их веры, духовному очищению и обретению молитвенной силы. Считается, что во время шествия все, что встречается на пути (здания, земля, люди), могут быть освящены через человека Господом. Поводами для крестных ходов служили и конкретные обстоятельства – начало и конец сельскохозяйственных работ, первый выгон скота, засуха, непрерывные дожди, эпидемии и эпизоотии, необходимость освятить определенные места, например перекрестки или колодцы. В конце XVIII в. после присоединения Крыма к России на полуострове стали появляться новые монастыри, распространилось почитание крымских православных святых, устанавливались поклонные кресты и начались первые крестные ходы. Замечательная традиция была утрачена после 1917 года и только в конце XX века возобновилась вновь, а в XXI веке крестоходчества стали ежегодными и разнообразными. Например, в июне 2017 года верующие из разных уголков Крыма совершили 15-й крестный ход на одну из самых высоких гор полуост-

рова – Чатыр-Даг. Ее вершину – Эклизи-Бурун – также называют «Церковной». В древности здесь располагался храм Пресвятой Богородицы. Высокогорный крестный ход на Чатыр-Даг традиционно прошел в День Святого Духа. Принять участие в восхождении к памятному кресту на месте древнего храма «Панагия» имели возможность все желающие. Следующий крестный ход состоялся на гору Святого Иоанна (Демерджи) 18 июня. В конце июля в день крещения Руси в Симферополе прошел крестный ход от Свято-Троицкого женского монастыря до Александро-Невского кафедрального собора. В сентябре прошел девятый по счёту крестный ход «Царский путь» от Севастополя вдоль Южного берега до Ялты. В ноябре на протяжение трех дней крестный ход шествовал из Свято-Троице-Параскевиевского Топловского женского монастыря и проследовал в Феодосию.

И хотя крестные ходы предполагают пешее хождение, появились современные автомобильные и морские их варианты. Например, в декабре 2017 года автокрестоходцы в течение десяти дней посетили православные святыни Симферополя, Бахчисарая, Севастополя, Ялты, Гурзуфа, Алушты и Малореченского. Организатором религиозного мероприятия выступил крымский благотворительный фонд «Дорога в Мирную жизнь». В сентябре 2017 года по маршруту Севастополь – Алупка – Ялта – Судак – Феодосия – Керчь - Севастополь состоялся традиционный морской крестный ход, посвященный популяризации здорового и трезвенного образа жизни, как духовного, так и телесного, приуроченный к Всероссийскому дню трезвенности. В программе организаторами проведены семинары и беседы, посвященные здоровому образу жизни и профилактике различных видов зависимости. Организаторами выступили Санкт-Петербургская Александро-Невская Лавра, православные приходы и братства и храмы Севастопольского благочиния. В морском крестном ходе участвовала молодежь из Севастопольского государственного университета, из Молодежного и социального отдела Севастопольского благочиния и Яхт-клубов города Севастополя. Шествием яхт по морю руководили опытный духовник и координатор.

Согласно исследованию М.П.Никифоровой и М.С.Мирненко «Религиозный туризм в Крыму» к наиболее посещаемым культовым сооружениям православия относятся: в Симферополе - Собор во имя Св. князя Александра Невского, в Бахчисарае - Свято-Успенский пещерный мужской монастырь и пещерный монастырь Качи-Кальон, в Балаклаве - Свято-Георгиевский монастырь и церковь Двенадцати апостолов, в селе Тополевка Белогорского района - Топловский Свято-Троице-Параскевиевский женский монастырь, в Севастополе - Покровский Собор покрова Пресвятой Богородицы и Свято-Никопольская церковь, в Инкермане - Свято-Климентовский пещерный мужской монастырь, в Фаросе - храм Светлого Христова Воскресения, в Ореанде - храм Святого Архистратига Михаила, в селе Малореченском (Большая Алушта) - храм-маяк святителя Николая и многие другие [1].

Не менее распространены в Крыму мусульманские святые места и мечети. Ислам на полуострове появился в конце XIII в., на тысячу лет позже православного христианства. Распространению ислама способствовало монгольское завоевание полуострова (1233-1239 гг.). В период существования Крымского ханства (1443-1783 гг.) ислам стал государственной религией, выполнявшей важную для крымских татар нациеобразующую функцию. В позднее средневековье в Крыму произошла исламизация и переперсонификация многих христианских святых мест. Деятельность исламских суфийских организаций (орденов) была тесно связана с этими святыми местами. Шейхи, руководители братств, наследовали духовную власть по семейной традиции, поскольку считались прямыми потомками святых, основателей братств. Их гробницы, часто находящиеся на территории обителей (текке), являлись главными местами поклонения, к которым совершалось паломничество (зиёрат) и праздновался день рождения святого (маулуд). Поэтому в Крыму места паломничества, связанные с культом мусульманских святых, повсеместно называют «азис(з)», от араб. «чтимый, дорогой, ценный (перед Богом)».

Однако зиёрат (зиерат, зиарат, зийарат, зиярет, зиярат – араб. «посещение» могилы, паломничество к могиле святого) осуществлялся также к могилам пророков, шейхов, ханов, эмиров, членов их родов, просто богатых людей, угодных Аллаху и пр. Например, в Крыму Эвлия Челеби (XVII в.) упоминает в районе Бахчисарая зиёраты, т.е. места паломничества [к могиле] Берекет-хана из рода Чингизидов, зиярет Тогар-хана из рода Османов и многие др. Но уже в начале XX века знаменитый крымскотатарский просветитель Исмаил Гаспринский назвал всего восемь чтимых в Крыму святых мест. Среди них общемусульманские азизы в Бахчисарае – могилы святых Мелек Гайдера и Гази-Мансура, принесших на Крымский полуостров ислам, общекрымские азизы, почитаемые и мусульманским и христианским населением Инкерманский и Косьма-Демьяновский (Саглык-су азизи), а также азизы местного значения - Кырк-Азиз (Кая-Асты), Салгир-Баба (Симферополь), Мойнакский (Евпатория) и Гурзуфский. На сегодняшний день одних уже не найти, другие находятся на территории заповедника, третьи пришли в упадок после десятков лет послевоенного забвения. В последние годы наиболее популярным среди крымскотатарского населения Крыма является Къарлы (Эскендер) Азиз, расположенный в Бахчисарайском районе. Постепенно возрождаются традиции посещения и множества малоизвестных святых мест, имеющих локальное значение. Зиёраты к ним местные жители осуществляют ежегодно в определенные дни, объединяясь в группы, решая вопросы доставки людей к азизам собственными силами. Эта сторона религиозной деятельности мусульман малоизвестна, поскольку верующие люди совершенно не заинтересованы в том, чтобы на их святынях появлялись праздные, любопытствующие лица, не знающие правил религиозной этики, и не разделяющие их духовные взгляды.

Исследователи религиозного туризма М.П.Никифорова и М.С.Мирненко о зиёратах не упоминают. Они называют в качестве наиболее посещаемых культовые сооружения: в Евпатории - Текие дервишей и мечеть Джума-

Джами, в Симферополе - Кебир Джами, в Бахчисарае - Биюк Хан Джами или Большая Ханская мечеть, Исми Хан Джами и Орта Джами (Бахчисарай), в Старом Крыму - мечеть Байбарса и мечеть Хана Узбека, в Судаке - Аджи-бей, в Феодосии - Муфти-Джами [1]. В настоящее время крымские зиёраты не востребованы из-за их незнания. А ведь это огромный пласт духовной культуры, приобщение к которому может дать новое направление религиозно-познавательному туризму. Опыт такой работы имеется. В 90-е годы прошлого века на протяжении нескольких лет мне довелось организовывать зиёраты к святым местам в Средней Азии для студентов медресе. Цели поездок были сугубо религиозные, поэтому паломники беспрестанно молились. Все проходило чрезвычайно пристойно, высокоорганизованно и благожелательно. Студенты беспрекословно слушались своего старшего наставника, а тот, в свою очередь, прислушивался к разъяснениям организатора поездки. Для этого требовались немалые знания по истории ислама, а также религиозных правил и особенностей посещаемых культовых объектов [2].

Подведем итог. Все перечисленные выше крымские объекты религиозно-познавательного туризма являются историко-культурными и архитектурными памятниками. При этом совершенно не учитывается, что в сферу святости христианских и мусульманских святынь входит прилегающая территория, в которую включены и ландшафтные культовые объекты – источники, скалы необычной формы, гроты и пещеры, служившие местами отшельнического уединения и пр. [3]. Но ведь когда утверждают, что Крым христианский или мусульманский, подразумевают определенное мировоззрение, опирающееся на систему разнообразных культовых объектов, покрывающих территорию полуострова. Для верующих людей системы мест поклонения формируют «нравственный ландшафт», сохраняя духовную связь с землей предков.

Более того, согласно классификации культурных ландшафтов ЮНЕСКО системы мест поклонения попадают в категорию ассоциативных ландшафтов. К этой категории относятся ландшафты с сильными религиозными, художественными и культурными ассоциациями, а также чисто природные ландшафты без каких-либо материальных объектов культурного наследия – мемориальные ландшафты, хранящие память о важнейших событиях или великих личностях, и сакральные ландшафты. При этом культурная составляющая часто представлена не в материальной, а в ментальной форме по ассоциации объекта с каким-либо феноменом культуры.

Поэтому, «религиозный туризм», очевидно, не должен сводиться только примитивному посещению исторических культовых строений. В его широких возможностях организовать путешествия в мир верующих людей, принадлежащих разным конфессиям. Посещение действующих культовых объектов ассоциативных ландшафтов Крыма, приобщение к духовной культуре, соблюдение религиозных правил на пути следования, несет в себе неизмеримо огромный положительный заряд. Особенно он важен для расширения кругозора подрастающего поколения, воспитанного в рамках городской субкультуры и практически утратившего связь с «землей предков»

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Никифорова М.П., Мирненко М.С. Религиозный туризм в Крыму: современное состояние и перспективы развития // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 [Электронный ресурс]. URL: http://web.snauka.ru/issues/2016/02/63072 (дата обращения: 12.01.2018).

2.Огудин В.Л. Места поклонения Ферганы как объект научного исследования // Этнографическое обозрение. М., 2001. №6.

3.Огудин В.Л. Сакральная экология: формы религиозно-экологического мировоззрения. Киев, 2002.

УДК 379.85. (075.8)

ПРИДНЕСТРОВЬЕ КАК РЕГИОН ДЛЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ТРАНСГРАНИЧНОГО РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

TRANSNISTRIA AS A REGION FAVOURABLE FOR CROSS-BORDER DEVELOPMENT OF RECREATION AND TOURISM

Палий В.Л. к.г.н., доцент
Пашук С.М. ст. преподаватель
ПГУ им. Т.Г.Шевченко,
Молдова (Приднестровье), г.Тирасполь

V.L.Palii
Candidate of geographical Sciences,
associate Professor
S.M.Pashuk
St. lecturer
PSU. T. G. Shevchenko, Moldova
(Transnistria), Tiraspol

Аннотация

В статье рассматриваются основные приоритеты сотрудничества Молдовы и Приднестровья туристско-рекреационной сфере, состояние туристской индустрии в регионе и перспективы развития отрасли в современных условиях. Обозначаются возможности трансграничного развития рекреации и туризма в Приднестровье. Приводятся предпосылки совместного развития туристско-рекреационной сферы Приднестровья с сопредельными государствами, а также возможности интеграции Приднестровья в мировое туристское пространство. Представлены рекомендации, способствующие развитию туристско-рекреационной отрасли двух государств, а также возможные направления такого сотрудничества.

Annotation

The article deals with the main priorities of cooperation between Moldova and Transnistria in the tourism and recreation sector, the state of the tourism industry in the region and the prospects of development of the industry in modern conditions. The possibilities of transboundary development of recreation and tourism in Transnistria are outlined. The prerequisites for the joint development of the tourism and recreational sector of Transnistria with neighboring countries, as well as the possibility of integration of Transnistria in the world tourism space. Recommendations promoting the development of tourism and recreation industry of the two countries, as well as possible directions of such cooperation are presented.

Ключевые слова: туризм, рекреация, трансграничность, региональное туристское сотрудничество, туристский проект, туристская интеграция, эколого-экономический императив.

Keywords: tourism, recreation, cross-border, regional tourism cooperation, tourism project, tourism integration, ecological and economic imperative.

Введение. Приднестровский регион, (Приднестровская Молдавская Республика (ПМР)), обладая внушительным историко-культурным, природно-ресурсным, и рекреационным потенциалом, при определенных условиях может
играть ведущую роль в европейской туристской индустрии. Имеющиеся в Приднестровье природные туристические достопримечательности становятся основой для развития в регионе многочисленных видов туризма.

Однако, несмотря на множество благоприятных условий для развития туризма в Приднестровье, существуют и факторы, тормозящие развитие отрасли в регионе, основными из которых являются непризнанный статус республики, экономическая и политическая изолированность, организованная соседними государствами, отсутствие общей границы с Россией. Эти причины ограничивают возможности для выезда и въезда туристов в республику. Но сфера туризма и рекреации в любой стране, в том числе и в Приднестровье не может развиваться изолированно, без сотрудничества с другими государствами, особенно трансграничными [1].

Целью исследования является доказательство необходимости трансграничного развития рекреации и туризма в Приднестровье совместно с сопредельными государствами.

Результаты исследования. На основе проведенных исследований можно сделать вывод, что развитие туризма в Приднестровском регионе, который обладает аттрактивными туристско-рекреационными ресурсами, возможно при соблюдении эколого-экономического императива, сотрудничестве на взаимовыгодной основе с трансграничными странами при деполитизации отношений.

Многостороннее трансграничное сотрудничество Приднестровской республики в туристско-рекреационной сфере. Координация действий по интеграционному развитию туристско-рекреационной сферы

между Приднестровской республикой, Украиной, Молдовой, Россией, Беларусью детерминирует взаимовыгодное сотрудничество Приднестровья с сопредельными странами в данной отрасли экономики. Симпозиумы, форумы, международные совещания по вопросам туризма являются формами многостороннего сотрудничества.

Между данными странами существуют давние конфессиональные, культурные, этнические, экономические, исторические, инфраструктурные связи, являющиеся предпосылкой трансрганичного развитии рекреации и туризма в Приднестровье, что свидетельствует о невозможности функционирования данной отрасли в каждом государстве изолированно. В силу сложившихся экономических, экологических, ландшафтных и историко-культурных связей, объекты рекреации расположены компактно (но в разных государствах). А для формирования и реализации совместного турпродукта их необходимо связать для посещения рекреантами едиными комплексными маршрутами [2].

Необходимо сделать прозрачным таможенный контроль между трансграничными с Приднестровьем странами, упростить миграцию граждан, перемещающихся с туристическими целями, а главное - взломать политические разногласия, препятствующими развитию этой прибыльной отрасли экономики.

Для развития туристско-рекреационной сферы как Приднестровья так и сопредельных государств эти меры будут являться ключевыми. Туризм способствует познанию граждан, приносит финансовые доходы странам и регионам, сближает народы, развивая коммуникабельность и их культуру, способствует их оздоровлению, этико-эстетическому развитию и качественному отдыху, и следовательно не должен быть зависим от политики.

Приднестровская республика может привлечь к себе множество туристов из России, интересующихся ее историко-культурными и этнографическими аспектами, поскольку левобережье Днестра некогда являлось территорией Российской империи, а сейчас это сформировавшийся пророссийский регион.

Интеграция Приднестровья в туристское, а следовательно экономическое пространство Молдавии и союзного государства России и Беларуси представляется весьма перспективной. Все совместные туристские проекты, разрабатываемые и проходящие в государствах бассейна Днестра проходят при участии Приднестровья [3].

Всем субъектам туристско-рекреационной сферы трансграничных государств необходимо соблюдать эколого-экономического императив, осуществлять конструктивный подход к формированию совместных туристских проектов и оценкам их экономической эффективности, а также максимально деполитизировать решения о внешнеэкономических связях, что позволит эффективно развивать туристко-рекреационную отрасль. Про-

движение совместного туристского Молдо-Приднестровского продукта будет способствовать большому притоку рекреантов, как иностранных, так и местных [4].

Необходимо уделить особое внимание вопросам маркетинговой политики в туристской сфере бассейна Днестра. Грамотная ее реализация повлечет повышение дохода от туризма для бюджета обеих республик и непосредственно граждан, обслуживающих туристов.

В связи с этим перспективным к разработке предлагается:

- регулярное проведение научных конференций в области туризма и рекреации, которые станут благоприятной возможностью ознакомления с новыми направлениями в туристско-рекреационной сфере и последними мировыми научными разработками;

- организация на территории обеих республик совместных выставок-ярмарок, предлагающих новые турпродукты и освещающие новые видов туризма;

- создание рекламно-информационных средств позиционирования туристских дестинаций: презентационных дисков по Молдове и Приднестровью, справочника туристско-рекреационных ресурсов, а также туристских путеводителей [5].

Национальное и региональное сотрудничество в области рекреации и туризма между Приднестровьем и Республикой Молдовой. Возможности для регионального и национального сотрудничества сужает политическая нерешенность Приднестровского конфликта. Нормализация отношений и развитие доверия между Приднестровским регионом и Республикой Молдовой в этом случае должны быть приоритетными. Взаимодействие между государственными органами, неправительственными организациями и политиками в решении региональных и национальных экологических и социально-экономических проблем, способствующих развитию рекреации и туризма обоих государств могут стать механизмом такого сотрудничества.

Как подтверждение вышесказанному, совместно с различными организациями Молдовы Агентство регионального развития ПМР разработало и осуществило в период с 2013 г. по 2017 гг. ряд проектов, направленных на оптимизацию функционирования туристско-рекреационных комплексов по обоим берегам р. Днестр. Ниже представлены результаты совместного сотрудничества Приднестровья и Молдовы в области туристско-рекреационной сферы:

- эффективное развитие туристско-рекреационной деятельности в регионе и предоставление высоком уровне рекреационных услуг обуславливает появление конкуренции, что способствует оптимизации функционирования отрасли;

- выделение государственных средств и частных инвестиций в развитие туристско-рекреационной отрасли, активное сотрудничество государства и частных предпринимателей, желающих вкладывать материальные средства в

оптимизацию функционирования рекреации и востребованных в регионе видов туризма, восстановление промышленного производства будет способствовать повышению доходов населения, улучшению инфраструктуры бассейна Днестра, развитию малого бизнеса, и как следствие - пополнению бюджета республики;

- во всех отраслях народного хозяйства, главным образом в туристско-рекреационной деятельности соблюдать на основе применения результатов эколого-экономического императива основные положения концепции устойчивого развития территории Приднестровья и Молдовы;

- развитие партнёрских отношений между государственными органами обеих республик посредством реализации совместных программ и проектов в сфере туризма и рекреации;

- изготовление сувенирной продукции для туристов послужит возрождение народных промыслов в регионе;

- развитию экотуризма детерминируется привлечением инвесторов в сельскую местность, что будет способствовать и развитию туристской инфраструктуры в целом;

- восстановление памятников природы и экологического баланса, охрана окружающей среды на берегах Днестра будет способствовать развитию экологического туризма в регионе;

- увеличение туристских прибытий обусловит пополнение местного и государственного и бюджета обоих государств, что повысит уровень жизни населения, в том числе и в сельской местности [6].

Создание и реализация совместных молдо-приднестровских проектов в области этнографического, гостиничного, историко-культурного, ремесленного, экологического, религиозного, сельского, винного и энотуризма, ампелотуризма является перспективным направлением трансграничного развития туризма и рекреации в Приднестровье. Верховным Советом Приднестровской республики была принята к внедрению Программа развития рекреационного природопользование и туризма в Приднестровье и возможности ее реализации, разработанная авторами настоящей статьи в 2017г.

Выводы. На основе проведенных исследований и представленных фактов, мы можем утверждать, что развитие рекреации и туризма на территории бассейна Днестра не может происходить изолированно. Это только тормозит развитие отрасли. Вопреки политическим распрям, народ Молдовы и Приднестровья тесно связаны друг с другом общей культурой и традициями, обрядами, историческими событиями, менталитетом, образом жизни, наличием искусных ремесленников и мастеров народного творчества, а также родственными узами. Это приводит к обоюдному желанию развивать отрасль рекреации и туризма, приносящую солидный финансовый доход обоим республикам, развивать коммуникабельность с гражданами других стран, привлекать к себе туристов из-за границы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Палий В.Л. Туристско-рекреационный потенциал Приднестровья и перспективы его использования // Вестник СПбГУ, сер.7, Геология. География. 2016. № 2, С. 98-106.

2. Трансграничный туристско-рекреационный регион как территориальная система. В книге: Трансграничные туристско-рекреационные регионы на Балтике. Кропинова Е.Г. Калининград, 2016. С. 5-17.

3. Палий В.Л, Пашук С.М. Геополитическое положение Приднестровья как фактор формирования туристических потоков // Перспективы развития туристического потенциала Приднестровья. Материалы науч.-практич. конф. с международ. участием. Тирасполь, 06.08.2015г.- С.71-76.

4. Палий В.Л., Севастьянов Д.В. Эколого-экономический императив как основа устойчивого развития туристско-рекреационной сферы в Приднестровье // «Общество. Среда. Развитие». Науч.-теоретич. Журнал, №3(40), 2016.- С.102-109.

5. Туманов О.Н. Перспективы развития туризма в Черноморском и Средиземноморском регионах. Вып. 24.- СПб., «Невский фонд», 2001.- С.49-51.

6. Яськова Т.В., Телембич О.Н. Практический опыт агентства регионального развития Приднестровья в продвижении въездного туризма // Перспективы развития туристического потенциала Приднестровья. Сборник материалов научн.- практ. конф. с междунар. участ. г.Тирасполь, 2015.- с. 123-129.

7. Moldova (Transnistria), Tiraspol, Pridnestrovian State University Shevchenko

УДК 37.013

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТУРИЗМА

NEW TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF RAILWAY TOURISM

Семенченко И. В. студентка,
Крымский университет культуры,
искусств и туризма, г. Симферополь

Semenchenko I. V. student first course
Crimean university culture, art
and tourism, Simferopol

Аннотация.

Проанализированы этапы становления и развития железнодорожного туризма в мире, охарактеризована специфика железнодорожных туров на современном этапе. Определены пути оптимизации использования железной дороги в туристском бизнесе.

Annotation.

The stages of formation and development of railway tourism in the world are analyzed, the specifics of railway tours at the present stage are characterized. The ways of optimizing the use of the railway in the tourist business are determined.

Ключевые слова. Железнодорожный туризм, специфика железнодорожных туров, внутренний туризм, железнодорожный транспорт, коммуникации.

Keywords. Railway tourism, specificity of railway tours, domestic tourism, railway transport, communications.

Введение. Железнодорожный туризм возник в Европе в 19 веке, в период мощного развития производства, с приходом капитализма. Строительство железных дорог упростило перемещение по странам и континентам, позволило сократить время передвижения, а также, получить пассажирам дополнительный комфорт в путешествиях. Томас Кук совершил переворот не только в сознании людей, организовав путешествие по железной дороге для 570 человек из Лестера в Лафборо (Англия) в 1841 году, но и создал новый вид туризма, который завоевал мир. Сегодня, даже с приходом новых технологий, развитием авиастроения, железнодорожный транспорт, за 180 лет своего существования, он не утерял своего значения. Железнодорожный туризм по - прежнему востребован большинством туристов, как наиболее демократичный вид транспорта, доступный для всех слоёв населения. Более того, данный вид транспорта находит всё новые и новые ниши своему применению.

Конечно же, многие железнодорожные компании не выдержали конкурентной гонки и сдали свои позиции, но такие компании, как, «Аккор», «Вагон Ли» и др., владеющие железнодорожными линиями, по-прежнему прикладывают большие усилия для сохранения и увеличения туристского пассажиропоток. Железная дорога является удобным средством транспортных коммуникаций для транспортировки любых категорий туристов, начиная от туристов - индивидуалов, больших и малых туристских групп на рейсовых регулярных линиях и чартерных поездах, и, заканчивая организацией специальных поездов местного и дальнего сообщения.

Цель исследования. Нами исследованы вопросы, касающиеся социальной направленности использования данного вида транспорта для внутреннего туризма, его доступности и востребованности не только физически здоровыми людьми, но и людьми с ограниченными физическими возможностями.

Проанализированы положительные и отрицательные стороны данного вида туризма, а также рассмотрена идея создания специальных вагонов или даже отдельных поездов, предназначенных для людей с особенностями физического развития. Предложен проект создания железнодорожных туров с целью воспитания патриотизма у молодёжи, студентов и школьников.

Результаты исследования. На наш взгляд в Российской Федерации достаточно хорошо развит железнодорожный туризм, железная дорога предоставляет различные варианты для творческих путешествий, проведения акций и мероприятий. Одной из успешных компаний, занимающихся организацией турпоездок, является российско-швейцарская компания «Русьрейл». Она организует путешествия на таких легендарных поездах, как «Восточный экспресс», «Русь экспресс», «Президент экспресс», совершающих туры по различным маршрутам Транссибирской магистрали, Русскому северу, «Шелковому пути», «Золотому кольцу России». А также, по коротким маршрутам: в Кострому, Ярославль, Санкт-Петербург и другие города России. Вхождение Республики Крым в состав Российской Федерации даёт возможность расширить её туристскую географию за счёт грамотного использования, в том числе, и железнодорожного транспорта.

В данный момент времени в Республике сложилась ситуация, когда железная дорога не функционирует из-за сложности транспортных коммуникаций. Поэтому говорить о возможности развития данного вида туризма может показаться преждевременным и нецелесообразным. Однако, на наш взгляд, через год, когда мост свяжет полуостров с материком, разработанные программы окажутся востребованными, экономически выгодными и оправданными.

“Поезда Славы” для крымских школьников могут стать отправной точкой их патриотического воспитания. Имеется в виду, что после посещения исторических мест полуострова, поездами Славы, юноши и девушки смогут отправиться на материк, где находятся ещё одиннадцать городов-героев.

Каждый крымский школьник должен гордиться тем фактом, что из 13 городов – героев, два из них находятся на их малой родине, небольшом участке суши Крымского полуострова.

И наоборот, российские школьники смогут посетить Керчь и Севастополь – города российской славы, чтобы прикоснуться к великой истории своего народа. Посещение Диарамы станет центральным событием тура.

Туристские предприятия получат возможность разработать специальные туры, которые местом размещения туристов оставят поезд. Это позволит существенно сэкономить на стоимости путёвки и сделает её доступным видом отдыха для школьников. Следует туроператорам также предусмотреть организацию питания на поездах. Ранее, в СССР, в каждом поезде находился вагон-ресторан. В связи с изменениями в образе жизни населения, его демократизацией, этот вид услуг был практически отменён. Но, на наш взгляд, было бы целесообразно возобновить питание в специальных туристских поездах, что также облегчит организацию питания туристов. К примеру, завтрак, а иногда и ужин, будет обеспечен вагоном –

рестораном, а обед – в местах посещения экскурсий. Очень важно в целях познавательно - патриотического воспитания молодёжи разработать туры, которые бы охватывали не только события Великой Отечественной войны, но и демонстрировали преемственность поколений в разные эпохи времени. К примеру, очень наглядным может стать пример Севастополя, как российского города, который неоднократно умирал и возрождался, но никогда не сдавался. Это история присоединения Крыма к Российской империи, войны с Османской империей, в которой приняли участие французы, англичане, турки, австрийцы, немцы, итальянцы. Панорама наглядно демонстрирует события тех героических дней обороны. Они навечно вписаны не только в историю государств, принявших участие в крымских войнах, но и в историю всей нашей планеты.

Посещения дворцов, купание в море разнообразят туры и наполнят их эмоциональной окраской. Так как туристский продукт является неосязаемым, а состоит из впечатлений, то грамотная организация познавательных, культурных, развлекательных мероприятий создаст именно тот продукт, который сможет удовлетворить разные категории клиентов, а не только школьников.

Считаем целесообразным разработку социального проекта с использованием железнодорожного транспорта, в том числе и в Крыму, для людей с ограниченными физическими возможностями, который позволит им путешествовать до прибытия на полуостров в комфортных, специально предназначенных для этого вагонах, как отелях. Такие поезда могут стать новацией в туризме, позволят не только передвигаться инвалидам на большие расстояния, но при этом жить в комфортных условиях, не задействуя дополнительные средства размещения. Специальные поезда должны обслуживаться медицинскими работниками, специально обученным персоналом состава и экскурсоводами. Эти железнодорожные поезда будут привозить с материка в профильные санатории Крыма людей с особенностями физического развития для излечения недугов опорно-двигательного аппарата, восстановления после повреждений спинного мозга и других. В России, по данным Федеральной службы государственной статистики, на 1 января 2016 года зарегистрировано 12,6 млн. людей, имеющих физические отклонения. Среди них около 1,3 млн. человек входят в I группу инвалидности, 6,3 млн. — во II группу, 4,6 млн. человек отнесены к III группе. Так как Крым уникален по составу разнообразию природных лечебных ресурсов, то именно они станут основой для реабилитации инвалидов России. Это - лечебные грязи, рапа, термальные воды. Всего на полуострове насчитывается 34 озера с лечебными грязями, из которых эксплуатируются в настоящее время только 7; 21 месторождение минеральных вод, из которых эксплуатируются лишь 11. Наиболее популярные и известные в Крыму - это Сакские грязи, которые расположены в районе Евпатории и в г. Саки, а, также грязи озера Чокрак в

Ленинском районе. Содержимое целебных веществ в грязях Сакского озера намного больше, чем в прославленном Мертвом море, а грязи озера Чокрак по лечебным свойствам превосходят даже Сакские. Общеизвестный факт, что во время Второй мировой войны немцы эшелонами на протяжении всей оккупации Крыма вывозили грязь Чокракского озера, которой пользуются бальнеологические курорты Германии до настоящего времени. Поэтому мы считаем целесообразным разработать железнодорожные туры для людей с ограниченными физическими возможностями, которые будут прибывать для лечения в крымские санатории в специально предназначенных для этого вагонах, и возвращаться домой отдохнувшими и подлечившимися.

Выводы. Крымский полуостров – это настоящая туристская Мекка. Культурный, природный потенциал Республики неповторимы. Он является прекрасной базой для развития внутреннего туризма. Следовательно, новые формы работы туроператоров, разработка ими востребованных туров, использование неожиданных приёмов и средств, привлекут внимание как требовательного туриста, так и не избалованного путешественника. Мы считаем, что железнодорожный туризм будет способствовать развитию туризма в целом, станет востребованным для клиентуры всех категорий населения страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. - СПб.: Издательский дом Герда, 2001. – с. 163. - СПб.

2. Ильина Е.Н. организация железнодорожных путешествий. Учебно-методическое пособие. – М.: Советский спорт, 2003. - с.4.

3. Соколова Е.И. «Создание в Крыму курортов нового поколения». Научное издание/ М. Эль - Принт, 2017 – 137 с.

4. Соколова Е.И. «Оптимизация использования наименее освоенных приморских территорий России». Туризм и региональное развитие. Сборник научных статей, вып. 10, - Смоленск: Универсум, 2017. - 209.

5. Интернет ресурс: сайт (http://www.warheroes.ru/Sevastopol.asp/)

УДК 338.48

ОЦЕНКА АКТУАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКИ САЛГИР В ЧЕРТЕ ГОРОДА СИМФЕРОПОЛЯ

Сикач К.Ю., к.г.н., ассистент
Сидорчук И.Б., старший преподаватель
Ожегова Л.А., к.г.н., доцент
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

Sikach K.U. Candidate of Geography Sciences, assistant
Sidorchuk I.B., senior lecturer
Ojegova L.A., Candidate of Geography Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы конфликтов в рекреационном природопользовании на р. Салгир. Составлена матрица конфликтов природопользования на реке, где дана оценка степени влияния деятельности природопользователей на водный объект. Выделены участки бассейна реки Салгир в границах г. Симферополь с устойчивым и неустойчивым экологическим состоянием.

Annotation

The article deals with the problems of conflicts in recreational use of nature on the river Salgir. The matrix of conflicts of nature management on the river where the degree of influence of activity of nature users on water object is estimated is made. The sections of the Salgir river basin within the boundaries of Simferopol with a stable and unstable ecological state are allocated.

Ключевые слова: рекреационное природопользование, река Салгир, конфликт, рекреационные возможности

Keywords: recreational use of natural resources, the river Salgir, conflict, recreational opportunities.

Введение. Общая черта почти всех городов, независимо от их географии, экономической жизнеспособности и этапа развития – отсутствие должного внимания к людям, которые пользуются городским пространством. Ограниченность пространства, помехи на путях перемещения, шум, загрязнение воздуха, риск попасть в дорожное происшествие и в целом недостойные условия городской жизни – типичные проблемы, с которыми приходится сталкиваться жителям большинства городов мира.

Важную роль в формировании комфортной городской среды имеет экологический каркас города, одна из функций которого – рекреационная. Основной состав элементов ЭК современного города включает: зеленые кольца города, крупные клинья-массивы, проникающих в центр города, равномерно разбросанные по территории города крупные зеленые «ядра» парков, бульваров, скверов, водно-зеленый массив вдоль рек и водоемов [1]. Реки в городах – это линейный элемент экологического каркаса и одним из основных элементов рекреационной сети города. Прогулочная рекреация и некоторые другие её виды осуществляется непосредственно вблизи рек и иных городских водоемов. На территории Симферополя подобной рекой – опорой экологического каркаса является Салгир.

История развития Симферополя, как города во многом связана с рекой Салгир – объект, задействованный в большинстве видов природопользования осуществляемых в границах города, в т.ч. и рекреационного. Салгир – самая длинная река Крыма (232 км) и одна из наиболее хозяйственно-освоенных. В ходе хозяйственной деятельности возникают, в частности и конфликты природопользования, что приводит к угнетению рекреационных, санитарно-защитных и других функций реки.

Цель исследования: оценить актуальные возможности рекреационного природопользования реки Салгир, в черте города Симферополя и выявить основные проблемы и конфликты природопользования в пределах данной территории.

Результаты исследования. Для развития городов в гармонии с окружающей средой, устойчивого благополучного состояния урботерриторий в последние годы в России и за рубежом активно обсуждается концепция эколого-природного каркаса, обеспечивающего сохранение биоразнообразия, улучшение окружающей среды и устойчивое развитие урбанистических территорий [3].

Интерес к такого рода исследованиям связан со сложившейся в настоящее время ситуацией довольно часто приводящей к формированию условий, угрожающих устойчивому развитию территорий. Одним из наиболее негативных процессов формирующихся в сочетании разных факторов воздействия хозяйственной и иной деятельности человека можно, назвать конфликты в природопользовании [2]. Одним из видов таких конфликтов может быть конфликт в рекреационном природопользовании.

Конфликт в рекреационном природопользовании – это противоречие территориальных приоритетов охраны природы и хозяйственного развития в рамках рекреационного природопользования, выражающееся в реальной или потенциальной деградации природных комплексов или их основных компонентов, снижении разнообразия, продуктивности и ценности ландшафтов, а также общей эффективности реализации рекреационных функций территории.

Река Салгир, являясь основой эколого-природного каркаса г. Симферополь, представляет собой линейное звено, объединяющее центральную

часть города, его окраины и менее урбанизированную пригородную, остаточную лесокультурную зеленую зону между отдельными друг от друга экологическими ядрами Симферополя с определенными индивидуальными характеристиками природопользования. В 1983 году набережная реки Салгир обрела современный вид и была благоустроена, несколькими годами позднее было вычищено русло реки, таким образом увеличился рекреационный потенциал объекта, атрактивность водоема. Коренных изменений в дальнейшие годы не происходило. В 2018 году запланирована масштабная реконструкция набережной Салгира и очистка русла.

Для определения эффективности реконструкции нами была произведена оценка современного состояния русла и побережья реки, обозначены конфликты природопользования. Территорией исследования являлась часть русла реки Салгир в черте города Симферополя, протяженностью 3 км. В соответствии с обозначенной целью в исследовании использовались следующие методы: аналитический, специальные (картографический и другие), экспертной оценки, статистической обработки, сравнительного анализа.

Оценка набережной и русла реки Салгир, выделение конфликтов рекреационного природопользования было проведено на основе интегральной оценки по матричному методу «контрольной точки».

Рекомендуемый подход консолидирует идею выбора хронологической «контрольной точки», а именно сопоставления экологического состояния реки и функционального зонирования прилегающей территории до реконструкции набережной водного объекта столицы Крыма и после. Сопоставляя состояние района исследования до и после проведения мероприятий, можно оценить эффективность запланированных работ на эколого-природный каркас города.

Матричный метод является основой экспертного знания и при этом требует небольшого объема информации при определении эффективности мероприятия. Подобный анализ позволяет дать предварительную первичную оценку, уточненную балльной оценкой.

Каждая конфликтная ситуация имеет индивидуальный набор воздействий со стороны того или иного природопользователя. Для оценки взаимовлияния деятельности различных природопользователей на р. Салгир была составлена матрица конфликтов территории, в столбцах которой размещены природопользователи характеризуемого участка реки, в строках – объекты воздействия и их критерии оценки. На пересечении граф и строк оценивалась степень воздействия - по шкале от 0 до 3 баллов.

Проведение функционального зонирования территории на основе деятельности различных природопользователей важно при оценке современного экологического состояния, так как дает представление об уже существующем воздействии на территорию. При обследовании прибрежных территорий вблизи реки Салгир выделялись селитебные, промышленные, транспортные, садово-парковые и другие зоны.

Учет существующего антропогенного воздействия, выделения типов городских ландшафтов и конфликтов рекреационного природопользования проводился путем маршрутных обследований в бассейне реки Салгир в пределах г. Симферополь. При оценке конфликтов учитывались только визуальные экспертные оценки

Выводы. При оценке актуальных возможностей рекреационного природопользования реки Салгир выявлено, что наиболее показательны методы учета существующей антропогенной нагрузки в баллах на основе метода матричного анализа с интегральной оценкой и составления картосхем.

Мерами по формированию устойчивого эколого-природного каркаса Симферополя на основе р. Салгир являются:

1) разработка и осуществление рационального рекреационного природопользования р. Салгир;

2) сохранение и создание водоохранных зон на всем протяжении р. Салгир в черте города;

3) экспертиза новых проектов строительства и реальный экологический контроль за новым строительством;

4) прогноз воздействия на компоненты речных экосистем по всем альтернативным вариантам осуществления деятельности;

5) информирование общественности и учет общественного мнения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антифеева, А.О., Репецкая, А.И. Набережная реки Салгир в системе экологического и «зеленого каркаса» города Симферополя / А.О Антифеева, А.И. Репецкая // Проблемы и перспективы развития современной ландшафтной архитектуры: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2017. – С.32-36.
2. Бармин, А.Н. Опыт картографирования конфликтов природопользования на примере Астраханской области / А.Н. Бармин, Н.С. Шуваев, Е.А. Колчин // Аридные экосистемы – 2011. – №4 (49). – С.115–124.
3. Мударисов, Р.А. Методические подходы к оценке воздействия различных видов хозяйственной деятельности на водные объекты / Р.А. Мударисов // Известия КазГАСУ – 2011. – № 1 (15). – С. 65-71.

того или иного гостиничного предприятия от аналогичных и формирует основной спрос [5, с. 23, 6, с. 68].

Продуктом в расширенном смысле выступают уже ни сколько товары и услуги, а ожидания клиентов. Далеко не секрет, что гостиничный продукт помимо определенного комплекса услуг предлагает еще и особую, характерную только данному гостиничному предприятию, атмосферу гостеприимства, создают которую люди – работники данного предприятия. Клиент, приобретая гостиничный продукт, испытывает определенные ожидания по отношению к нему (рис. 1). Будут ли оправданы его ожидания зависит от того насколько качественно организована и оснащена технологическая цепочка. Следует учитывать, что характерной особенностью производства гостиничного продукта является тесный контакт работников предприятия с клиентами, что в значительной степени определяет его качество. Профессиональные компетенции, к которым относят знания, умения, навыки, описываются стандартами производства. Однако для производства качественного гостиничного продукта наличие только лишь профессиональных компетенций недостаточно. Профессиональные компетенции любого сотрудника должны дополняться личностными, к которым относят «индивидуально-психологические особенности личности, ее ценностные установки» [7] и которые в контексте гостиничного предприятия определяются исключительно ценностями организационной культуры. Именно организационная культура предъявляет требования и формирует набор личностных компетенций работников в соответствии с целями предприятия и заявленными ценностями [8]. Поэтому профессионализм работников оказывает значительное влияние не только на качество гостиничного продукта, но и в определенной мере оправдывает ожидания клиента, что в свою очередь формирует восприятие им гостиничного продукта. Так, в частности, Ф. Котлер утверждает, что «основной продукт, сопутствующие и дополнительные продукты определяют, что получает клиент, но не то, как он воспринимает получаемое. Способ предложения продукта – вот что влияет на его восприятие потребителем» [4, с. 354]. В свою очередь положительное восприятие гостиничного продукта имеет большое значение, поскольку формирует положительные впечатления у клиента, которые выражаются в отзывах, рекомендациях, потребительской лояльности, а также репутации и имидже гостиничного предприятия (рис. 1).

Выводы. Проведенное исследование позволило определить место организационной культуры в структуре гостиничного продукта. Гостиничный продукт представлен на четырех уровнях: основном, сопутствующем, дополнительном и продуктом в расширенном смысле. Если основной и сопутствующий продукт, по сути, характеризуют материально-техническую базу гостиничного предприятия, дополнительный продукт представлен комплексом специализированных услуг, то гостиничный продукт в расширенном смысле направлен на ожидания клиентов. При этом оправданность ожида-

ний клиентов в значительной степени зависит от атмосферы гостеприимства, которая определяется уровнем организационной культурой гостиничного предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/media/files/41d4fa3a896280aaadfa.pdf
2. Концепция разработки Стратегии социально-экономического развития Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minek.rk.gov.ru/file/File/2015/docs/strateg/strateg_konc/strateg_konc.pdf
3. Зорин, И.В. Туризм как вид деятельности [Текст] / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник: [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 1071 с.
5. Меркулина, И.А. Исследование жизненного цикла гостиничного продукта [Текст] / И.А. Меркулина // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2015. – № 6 (7). – С. 22-28.
6. Волков, Ю.Ф. Сущность и особенность гостиничных услуг [Текст] / Ю.Ф. Волков // Terra economicus. – 2007. – Т. 5, № 2-3. – С. 63-68.
7. Максимова, Е.А. Применение компетентностного подхода в профессиональной подготовке экономистов [Электронный ресурс] / Е.А. Максимова // Культура, язык и коммуникация в профессиональном образовании: международная научно-практическая конференция, г. Саратов, 17-21 мая 2010 г. – Режим доступа: http://wwww.seun.ru/content/info/learndepart/faculty/gf/1/konf/maksimova.pdf
8. Ячменева, В. М. Принципы и свойства организационной культуры как элемента системы управления организацией / В. М. Ячменева, В. Д. Тарасюк // Современные тенденции развития науки и технологий: по материалам XVIII Международной научно-практической конференции (г. Белгород, 30 сентября 2016 г.). – 2016. – № 9-4. – С. 144-147.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ СЕРВИСНОГО ПРОСТРАНСТВА С ЦЕЛЬЮ ОПТИМИЗАЦИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРЫМА

FORMATION OF SERVICE TOURIST SPACE FOR THE PURPOSE OF OPTIMIZATION OF THE TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE CRIMEA

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

Tropina E. A., Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В исследовании обоснована необходимость проектирования сервисного туристского пространств на примере Республики Крым. Проанализировано современное состояние систематизации информации о сервисных предприятиях в Крыму.

Annotation

In a study of the necessity of designing service tourist spaces on the example of the Republic of Crimea. Analysed the current state of systematization of information on enterprises in the Crimea.

Ключевые слова: туризм, сервисное туристское пространство, средства размещения, сервисные предприятия, электронный каталог, пиктограммы.

Keywords: tourism, service tourist space, service enterprises, electronic catalogue, icons

Введение. При планировании туристско-рекреационной деятельности на разных уровнях управления необходимо учитывать пространственные аспекты. Туристская деятельность в части формирования туристского предложения неотделима от принимающей территории (страны, региона, района или города). В процессе проектирования туристского продукта необходимо максимально использовать туристский потенциал принимающей территории, при этом значение имеет комплексность информации о достопримечательностях, природе и климате, курортах, событиях, традициях и праздниках. Не менее значимой для проектирования является информация об объектах размещения и питания, бытового и торгового обслуживания, о предприятиях, предоставляющих транспортные и экскурсионные услуги, так как именно эти объекты формируют сервисное туристское пространство.

Цель исследования обоснована необходимостью оптимизации использования туристского потенциала Республики Крым на основе проектирования сервисного туристского пространства региона.

Результаты исследования. Для специалистов в сфере туроперейтинга при проектировании новых туров наиболее удобно работать с систематизированными данными, представленными в виде карт-схем с подробным описанием объектов. Оптимальным является вариант интерактивной карты. Кроме того, подобные ресурсы позволят активизировать внутренний самодеятельный туризм, помогая туристам проектировать свое путешествие самостоятельно. В России представлены различные виды туристских ресурсов, есть развития туристская инфраструктура, но не достаточно внимания уделяется их систематизации и визуализации.

Крым имеет значительный ресурсный потенциал в сфере организации туристско-рекреационной деятельности. В настоящее время в Крыму отсутствуют комплексные информационные ресурсы, которые бы позволяли наглядно предоставлять данные для проектирования в сфере туризма.

Информация о расположении средств размещения и объектов индустрии питания в непосредственной близости от туристских маршрутов и достопримечательностей, уровень и ассортимент предоставляемых в них услуг позволили более активно вовлекать их в программы туристского обслуживания.

Формирование туристских пространств различной типологии позволяет более наглядно определять не только специализацию туристской территории, но и уровень развития туристской инфраструктуры.

Вопросы изучения туристских пространств различных типов нашли отражение в исследованиях ряда авторов, таких как Мажар Л.Ю., Джанджугазова Е.А.

Сервисное туристское пространство способствует удовлетворению потребностей туристов и местного населения в услугах (размещения, питания, транспорта, бытовых и пр.) [1, С. 35].

Значимым сегментом сервисного пространства являются объекты размещения. В Республике Крым представлены различные типы средств размещения: гостиничные предприятия, пансионаты, санатории, хостелы, базы отдыха. В Крыму по состоянию на 16.03.2018 прошли классификацию 114 средств размещения (общая емкостью 7928 номеров), в том числе по категориям: «5 звёзд» - 7 объектов; «4 звезды» - 27 объектов; «3 звезды» - 46 объектов; «2 звезды» - 20 объектов; «1 звезда» - 2 объекта и «без звёзд» 12 объектов [2].

Общее количество предприятий, оказывающих услуги размещения и питания в Республике Крым постоянно растет: так на 01.01.2015 г. гостиниц и ресторанов было 933 объектов, а на 01.01.2016 г. их общее количество составило 1708 объектов. Количество предприятий оптовой и розничной

торговли; ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования также увеличилось - с 3275 объектов в 2015 г., до 5672 объектов в 2016 г. Число организаций, оказывающих транспортные услуги и услуги связи увеличилось с 847 организаций в 2015 г., до 1519 в 2016 г. [3, С. 120].

Список организаций в Республике Крым, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников включает 53 организации [4]. При этом 1394 экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, осуществляют деятельность на территории Республики Крым [5].

Согласно данным уточненной выписки из Единого федерального реестра туроператоров на 12.09.2017 на территории Республики Крым функционируют 92 туроператора по внутреннему и международному въездному туризму и один туроператор по международному выездному туризму [6].

Выводы. Таким образом, сервисное туристское пространство в Республике Крым представлено значительным количеством предприятий, предлагающих различные услуги. При этом информация о них представлена разрозненно и бессистемно. Для оптимизации туристско-рекреационного комплекса Крыма информацию о сервисных предприятиях необходимо систематизировать. Наиболее значимые объекты сервисного пространства можно представить в виде базовых пиктограмм на электронной карте, а все остальные объекты представить в виде электронного каталога на туристическом портале Крыма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования [Текст] / Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 272 с.
2. https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/1506
3. Статистический ежегодник Республики Крым. 2015: Стат.сб. /Крымстат-Симферополь, 2016. - 218 с.
4. http://mtur.rk.gov.ru/file/organizacii-predostavlyayushhie-uslugi-ehkskursovodov-gidov-perevodchikov-i-instruktorov-provodnikov-29062017.pdf
5. http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/ekskursovodi(1).pdf
6. http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/12.09.2017(2).pdf

УДК 338.482.2

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

QUALITY MANAGEMENT OF SERVICES OF RESORT-RECREATIONAL ORGANIZATIONS

Яковенко И.М., д.г.н., профессор,
Кухта М.А., студент, магистр 2 курса
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

I.M. Yakovenko,
Doctor of Geography Scienses, Professor,
M.A. Kukhta, student, Master of 2 course
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В статье освещены особенности управления качеством предоставления услуг. В настоящее время, на этапе рыночного развития, в нашей стране активно развиваются предприятия сферы услуг. Заостряя внимание на сфере курортно-рекреационных услуг, можно проследить определенную тенденцию. Согласно ней, с каждым годом потребители туристских услуг становятся более требовательными к цене и качеству. Организациям, в сфере курортно-рекреационного обслуживания необходимо грамотно налаживать менеджмент качества предоставляемых услуг в рамках организации, и, тем самым, качественно удовлетворять постоянно растущие и меняющиеся предпочтения потребителей.

Annotation

The article highlights the features of quality management of service delivery. At present, at the stage of market development, the enterprises of the service sector are actively developing in our country. Sharpening attention to the sphere of resort and recreational services, you can trace a certain trend. According to it, every year consumers of tourist services become more demanding in terms of price and quality. Organizations, in the field of resort and recreational services, need to competently establish quality control of the services provided within the organization, and, thus, qualitatively satisfy the constantly growing and changing preferences of consumers.

Ключевые слова: курортно-рекреационные услуги, качество, управление качеством.

Keywords: resort and recreational services, quality, quality management.

Введение. В современном мире, чтобы успешно конкурировать на внутреннем рынке и, в особенности, на внешнем рынках, необходимо своевременно предугадывать, предусматривать наималейшие изменения в предпочтениях рекреантов и предоставлять качественную курортно-рекреационную услугу.

Цель исследования. Изучить особенности управления качеством предоставления услуг.

Результаты исследования. Важно помнить, что качество в сфере курортно-рекреационного обслуживания резко отличается от качества в производственной сфере. Это связанно с тем, что продукт компании, занятой, в сфере курортного обслуживания, производится и потребляется одновременно, в то время как производство и потребление продуктов производственных фирм разделено во времени и построено несколько иначе. У производственных фирм есть время на проверку и контроль некачественных товаров, прежде чем их получит потребитель. На предприятиях же курортно-рекреационной сферы в период повышенного спроса на их услуги довольно затруднительно обеспечивать контроль качества. При приобретении товара потребитель не видит и не контактирует с его производителем, а при потреблении услуги – как правило, происходит непосредственно прямой контакт. Таким образом, можно сказать, что достижение качества в сфере курортно-рекреационного обслуживания – приоритетная задача, решение которой способно приблизить к обеспечению предпринимательского успеха.

Практически любая деятельность в сфере предоставления курортно-рекреационных услуг предполагает наличие связи и координации между персоналом организации и гостями. Важно помнить, что абсолютного качества достигнуть нельзя. Действует человеческий фактор, ведь персонал может допускать ошибки. Стремление к качеству – постоянный процесс и на сегодняшний день к нему стремятся все организации, заняты в сфере предоставления услуг гостеприимства. Организация, которая не имеет возможности поддерживать высокое качество услуг, несет существенные издержки. Множество задач ставятся перед управленцами организации, способных различными мероприятиями изменить восприятие клиентами качества обслуживания.

Из различных подходов к толкованию качества следует, что качество может рассматриваться как техническое и функциональное. Техническое качество – это то, с чем остался потребитель после взаимодействия с работником, в нашем случае, курортно-рекреационной организации. Функциональное качество предполагает процесс предоставления услуги. В течение этого процесса потребители проходят много этапов в их взаимодействии со служащими курортно-рекреационных комплексов. Процесс заселения в гостиницу является ярким примером функционального качества. Ведь процесс регистрации отличается по времени и качеству обслуживания в гостиницах различной категории. Отменное функциональное качество может улучшить впечатление от номера, который по каким-либо причинам не оправдал ожидания рекреанта. Однако если функциональное качество оставляет желать лучшего, то даже первоклассный номер в гостинице не способен сгладить чувство неудовлетворенности, возникшее у потребителя. [1]

Соответствие гостиничных услуг ряду стандартов, сводок, правил, а также наличие необходимых сертификатов, позволяет потребителю быть

уверенным в качестве обслуживания и безопасности. Формально можно утверждать, что уровень качества определяется как соответствие свойств услуг требованию стандартов. Современные стандарты на продукты и услуги курортно-рекреационной сферы устанавливают требования обеспечения безопасности жизни, здоровья рекреантов, классификацию объектов размещения и питания.

В настоящее время сертификация является добровольной. Однако если бы процедура приобрела обязательный характер, то с качественными услугами потребители сталкивались бы чаще.

Для поддержания предоставляемых услуг в соответствии с нормами, правилами и стандартами необходимо управление качеством. Такое управление подразумевает комплекс общеорганизационных методов постоянного повышения качества услуг. Во множестве стран управление качеством является не только вопросом, стоящим перед отдельными организациями, но и рассматривается на общегосударственном уровне.

Существует четыре уровня, в соответствии с которыми создаются организации, уполномоченные в вопросе управления качеством [4]:

- международный;
- национальный (государственный);
- отраслевой;
- общефирменный (на уровне предприятия).

Учитывая задачу повышения качества курортно-рекреационного обслуживания и принципы его организации и планирования, можно создать систему управлением качества с помощью формирования, обеспечения и поддержания требуемого уровня качества обслуживания потребителей курортно-рекреационных услуг. Это подразумевает, что разработка курортно-рекреационных услуг, их планирование, реализация и потребление будет осуществляться одновременно с систематическим контролем качества и целенаправленного влияния на воздействующие условия и факторы.

Следовательно, можно утверждать, что все процессы, подразумевающие обеспечение, проектирование, сохранение качества собраны в систему управления качеством. А под управлением качества курортно-рекреационных услуг понимают действия, которые осуществляются при создании и предоставлении услуг с целью установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня их качества [4].

Система управления качеством, которая основывается на системном подходе к управлению, позволит добиваться и поддерживать постоянное совершенствование процесса предоставления гостиничных услуг, обеспечить высокий уровень подготовки специалистов данных организаций и сферы гостеприимства в целом. Также позволит более эффективно использовать кадровый, материально-технический, информационный и финансовый потенциал. Современные подходы к обеспечению качества требуют поэтапного переобучения всего персонала и организацию обучения специалистов,

уполномоченных в вопросах качества, необходимо также внедрение порядка аттестации персонала.

При создании системы управления качеством, разработки мероприятий по его повышению важно всегда помнить о потребителе, предугадывать его предпочтения и желания, чтобы максимально удовлетворить его ожидания. Уместны слова американского ученого и консультанта по менеджменту, доктора Э. Деминга: «основное условие обеспечения качества заключается в том, что потребитель должен получить то, что хочет, когда он этого хочет и в той форме, в какой он хочет» [5].

Выводы. Таким образом, управление качеством является первостепенной задачей для организации в сфере услуг, которая желает добиться успеха в своей деятельности. Более эффективным является комплексное управление качеством. Оно включает такие мероприятия как мониторинг внутренней и внешней среды, внедрение маркетингового подхода в управлении, разработку мероприятий по повышению качества. Немаловажным является и установление стандартов качества, оценка выполнения работы и введения системы стимулов. Последнее – неотъемлемая составляющая процесса повышения функционального качества. Важно тщательное изучение и осмысление ведущего отечественного и зарубежного опыта комплексного управления качеством. Четкое представление о положениях управления качеством, распределение ответственности, процедур и ресурсов может стать предпосылкой для создания качественного, конкурентоспособного продукта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Д. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, – 1071 с.

2. Михайлов, С. А. Модернизация управления качеством гостиничных услуг как инструмент устойчивого развития гостиничного комплекса / С. А. Михайлов. – // «Вестник АГУ. Серия 5: Экономика», 2012 год, №1.

3. Новаторов, Э. В. Современные методологические подходы к измерению качества в сфере услуг / Э. В. Новаторов. – // Статья, сбор. «Менеджмент качества. Серия 3». – 2010. – №11.

4. Круль, Г. Я. Основы гостиничного дела. Учеб. пособие / Г.Я. Круль – К.: Центр учебной литературы, 2011. – 368 с.

5. Метрология, стандартизация и сертификация. Юнита 2. Под ред. Л. Д. Арльт // НОУ «СГИ» – Изд. лиц. ЛР № 0711765 от 07.12.1998. – 134 с.

СЕКЦИЯ 2.

КЛАСТЕРНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА: ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

УДК 338.482.2

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

FEATURES OF REALIZATION OF CLUSTER APPROACH IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE SARATOV REGION

Бубнов А. В.,
аспирант Ульяновского государственного технического университета, г. Ульяновск

Bubnov A. V.,
graduate student of the Ulyanovsk state technical university, Ulyanovsk

Аннотация

В представленной работе проводится анализ особенностей проектирования и развития кластерных инициатив на базе одного из регионов России – Саратовской области. Делаются выводы о проблемах и перспективах туристской кластеризации как на федеральном уровне, так и на уровне отдельных регионов России.

Annotation

In the presented work the analysis of features of design and development of cluster initiatives on the basis of one of regions of Russia – the Saratov region is carried out. Conclusions about problems and prospects of a tourist clustering both at the federal level, and at the level of certain regions of Russia are drawn.

Ключевые слова: кластеризация; кластерный проект; Саратовская область; туризм; туристский кластер; Хвалынское муниципальное образование.

Keywords: clustering; cluster project; Saratov region; tourism; tourist cluster; Hvalynsky municipal unit.

Введение. Еще 15 лет назад на федеральном уровне в качестве основной руководящей идеи в части развития туризма в стране и ее регионах была провозглашена кластеризация. При этом за 15 лет в стране реализуется и реализовано более пяти десятком кластерных проектов, из которых эффективными являются единицы. Это связано с тем, что в нашей стране без учета

национальной и региональной специфики используется зарубежная методология кластерного развития отраслей и территорий. А это, в свою очередь, приводит к «пробуксовыванию» кластерных проектов на местах.

Цель исследования. В представленной работе поставлена цель рассмотреть особенности проектирования и реализации одной из кластерных инициатив на уровне отдельно взятого региона страны – Саратовской области.

Результаты исследования. Саратовская область является одним из маргинальных в туристском отношении регионов Европейской части России, основным ресурсом которого является река Волга. В последние десять лет активно развивается идея формирования туристского кластера на базе Хвалынского муниципального образования. В частности, предполагается, что кластер будет включать следующие элементы:

1. Ресурсная составляющая – национальный парк «Хвалынский», включающий уникальные природные ландшафты (Хвалынские горы, г. Беленькая, реликтовые массивы меловой сосны, родники), интересные объекты историко-культурного наследия (пещера монаха, культовая архитектура, остатки старообрядческих монастырей), инфраструктурные объекты (горнолыжные трассы, санаторно-курортные комплексы «Черемшаны-1», «Черемшаны-2», «Родник»), оборудованные экологические тропы (их на данный момент насчитывается 12, в том числе Заповедный край Хвалынский, Пещера Монаха, Путешествие по дну древнего моря, Родник «Святой», Гора «Беленькая», Урочище Таши).

Данный кластер будет иметь уникальную двуядерную структуру – первое ядро, как уже было сказано выше, образует национальный парк «Хвалынский», а второе ядро – город Хвалынск, являющийся старейшим поселением Саратовской области, в котором сегодня функционируют три музея федерального значения (краеведческий музей, музей К. С. Петрова-Водкина, картинная галерея), а также десятки историко-культурных памятников федерального и регионального значения. Связующими элементами указанных локалитетов (ядер) являются историко-культурные и эколого-культурные экскурсионные маршруты, начинающиеся в Хвалынске и Хвалынском национальном парке.

Хвалынское муниципальное образование обладает некоторыми уникальными чертами, которые могут стать основой формирующегося туристского кластера. Так, широко известны в России и за рубежом такие бренды как «хвалынские яблоки», «хвалынские пельмени», «хвалынские консервы», которые уже сейчас туристам активно предлагают попробовать, включая также продукцию местного плодоовощеконсервного комбината (повидло, мед, варенье и т. д.). В стадии становления находится событийный элемент туристского развития муниципального образования – планируется проведение фестивалей хвалынских яблок, хвалынских пельменей и вареников.

2. Инфраструктурная составляющая является наибольшим недостатком, тормозящим развитие туризма в Хвалынском муниципальном образовании. В условиях удаленности от Саратова (250 км по железной и автомобильной дорогам), отсутствия связи с Хвалынском по железной дороге, отсутствия возможностей для принятия круизных теплоходов (необходимо углубление дна и оборудование пристани), низкого качества федеральной трассы «Саратов – Сызрань – Ульяновск», низкого уровня классности и небольшого количества мест в гостиницах Хвалынска и горнолыжного курорта «Ривьера» развитие внутреннего туризма в муниципальном образовании базируется только на экскурсионных поездках из г. Саратова.

3. Организационно-управленческая составляющая предполагает формирование в будущем администрации туристского кластера на базе администрации Хвалынского муниципального образования. В настоящее время в г. Хвалынске в местной администрации предусмотрена только должность специалиста, курирующего вопросы молодежной политики, спорта и туризма. Мы полагаем, что в систему организации и управления туристским кластером «Хвалынская сказка» можно вовлечь администрацию и визит-центр национального парка «Хвалынский», а также администрации горнолыжного курорта «Ривьера» и санаторно-курортной зоны «Черемшаны». При администрации Хвалынского района следует создать консультативный орган по вопросам формирования и развития туристского кластера.

4. Инновационная составляющая ориентируется на образовательный и научный потенциал крупных городов – в первую очередь, Самары и Саратова. В частности, образовательно-научной основой инновационного, кадрового и иного обеспечения предполагаемого туристского кластера является вузовский кластер, включающий СГТУ, Саратовский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, СГУ им. Н. Г. Чернышевского, СГЮА, Поволжский институт управления РАНХиГС и т. д.

5. Маркетинговая составляющая предполагает активное задействование туристских и сервисных организаций г. Саратова и области в позиционировании и продвижении туристского продукта Хвалынского муниципального образования. Уже сейчас некоторые туристские организации г. Саратова (например, турагентства «Мир путешествий», «Огни Саратова», «Моя Россия», «Афина-Паллада» и некоторые другие) активно продвигают экскурсии и туристские продукты в Хвалынский район области – преимущественно, в национальный парк «Хвалынский» и на горнолыжный курорт «Ривьера». Особое внимание следует направить на развитие в Хвалынском муниципальном образовании круизного и экологического туризма.

Выводы. Проведенный анализ позволяет сделать ряд выводов, подтверждающих то, что в саратовском регионе наличествует достаточный природный и историко-культурный потенциал для формирования и последующего развития туристского кластера «Хвалынская сказка», на базе Хвалынского муниципального образования.

Во-первых, регион, имея ряд важных предпосылок для развития туризма (выгодное транспортно-географическое положение, близость центров расселения, благоприятные климатические условия, река Волга, множество памятников природы, историко-культурное наследие) пока является нетуристским регионом, проигрывая конкурентную борьбу своим соседям – Самарской и Пензенской областям, отдавая им не только потребителей туристских услуг из других регионов, но и собственных туристов – жителей региона [1, с. 115].

Во-вторых, главной причиной слабого развития туризма в регионе видится отсутствие внимания к этой сфере региональных властей и пренебрежение механизмами позиционирования и продвижения регионального турпродукта на национальном и международном туристских рынках.

В-третьих, исправить сложившуюся в регионе ситуацию с развитием туризма сможет изменение приоритетов в социально-экономическом развитии области и реализация ряда крупных инвестиционных проектов в сфере внутрирегионального туризма (например, создание того же туристского кластера «Хвалынская сказка») на основе государственно-частного партнерства и привлечения частных и государственных инвестиций.

В-четвертых, точкой роста регионального туризма является Хвалынское муниципальное образование, имеющее двуядерную туристскую структуру, включающую два локалитета (ядра) – г. Хвалынск и национальный парк «Хвалынский», проект создания туристского кластера предлагается различными авторами и инициативными группами депутатов еще с 2007 года.

В-пятых, для активного выхода региона на иные региональные и национальный рынки, необходимо четко определиться с приоритетной туристской специализацией, а также основными туристскими брендами, в числе которых непременно должны быть Волга, связь с известными историческими личностями (например, место приземления Ю. А. Гагарина), продукция местной промышленности и аграрной сферы (например, хвалынские яблоки и пельмени, саратовский калач, марксовское пиво и т. д.).

В-шестых, обязательным условием эффективного развития туризма в Саратовской области является создание специальной инфраструктуры размещения, питания, транспорта, развлечений, что, опять-таки, невозможно без поддержки федеральных и региональных властей, инвестиций со стороны государства и частных лиц.

В-седьмых, необходимо особое внимание уделить информационному продвижению регионального турпродукта, по которому следует констатировать очень серьезный провал (наблюдается практически полное отсутствие качественных туристских карт, путеводителей, справочников и т. д.).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кусков А. С. Туризм в Саратовской области: возможности, современная ситуация, проблемы / А. С. Кусков, Д. А. Дирин. // Географический вестник, 2012. – № 3.

УДК 338.483.11

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПАРАРЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КРЫМА

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR EFFECTIVE USE OF PARAREKREATIONAL RESOURCES OF CRIMEA

Дугаренко И.А., к.г.н., доцент
Куршутова Э.Т., магистр
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского"
Таврическая академия, г. Симферополь

Dugarenko I.A.,
Candidate of Geography Sciences
Kurshutova E.T., master
V.I. Vernadsky Crimean Federal University
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрены возможности развития парарекреационных ресурсов Крыма на фоне общемировых тенденций. Проанализированы динамика и современное состояние парарекреационных ресурсов Крыма. Выявлены актуальные проблемы и приоритеты развития парарекреационных ресурсов Крыма в контексте оптимизации программ промышленого и индустриального туризма как направление использования парарекреационных ресурсов.

Annotation

This article discusses the possibilities of development of Crimea's pararecreational resourses against the backdrop of global trends. There is an analysis of dynamics and current status of Crimea's pararecreational resourses. The actual problems and priorities of development of Crimea's pararecreational resourses are revealed in the context of optimizing industrial tourism programs as the direction of use of pararecreational resources.

Ключевые слова: парарекреационные ресурсы, антропогенные ресурсы, природно-рекреационный потенциал, промышленный туризм, индустриальный туризм.

Keywords: pararecreational resourses, anthropogenic resources, natural and recreational potential, industrial tourism.

Туристская индустрия в наше время – это одна из крупнейших, высокодоходных, динамично развивающихся отраслей в мире. Промышленный туризм – это перспективный ресурс как для предприятий, так и для промышленных городов, что доказано зарубежной статистикой. Это дополнительная реклама при привлечении инвесторов, новых кадров и потребителей, а так же улучшение имиджа города и поступления в казну. Индустриальный

туризм это новое, малоизученное, но весьма интересное и перспективное направление как внутреннего, так и международного туризма.

Введение. Туристская индустрия в наше время – это одна из крупнейших, высокодоходных, динамично развивающихся отраслей в мире. Интерес к традиционным видам туризма, таким как экскурсионный, культурно-познавательный, исторический постепенно уменьшается, а популярность экологического, делового, индустриального туризма с каждым годом растет [1]. Крым богат ресурсам, поэтому в данной статье рассмотрены парарекреационные ресурсы, как способ привлечения туристов, используя один из видов нишевого туризма в Западном Крыму.Промышленный туризм – это перспективный ресурс, как для предприятий, так и для промышленных городов, что доказано зарубежной статистикой. Тысячи иностранных и отечественных туристов готовы платить, чтобы увидеть процесс выплавки чугуна, добычи соли, собирания машин или разлив напитков [2]. Уникальность территории, на которой планируется развитие данного вида туризма, состоит в том, что существует всего три места на нашей планете, где выращивают розовую соль, одним из таких мест, является Крым.

Цель исследования. Анализ состояния парарекреационных ресурсов Крыма, а также изучение организации и возможностей развития промышленного туризма.

Рекреационный потенциал территории - совокупность взаимосвязанных компонентов природных, антропогенных и природно-антропогенных систем, создающих возможность развития на определенной территории в данный отрезок времени видов и форм деятельности, направленных на удовлетворение рекреационных потребностей людей всех уровней организации (индивидуальных, групповых, общественных). Величина рекреационного потенциала определяется количественным выражением оценки природно-рекреационных и культурно-исторических ресурсов региона, а его качество - качественным составом ресурсов, а также степенью благоприятности так называемой рекреационной среды.

Понятия «рекреационные ресурсы» и «условия рекреации» представляют собой диалектическое единство и применимы к конкретно-историческим проявлениям рекреационного процесса. На определенной стадии рекреационного развития территории природный объект или явление выступает в качестве условия деятельности, на другой он может рассматриваться как ресурс, непосредственно вовлеченный в туристско-рекреационное хозяйство [5].

В рекреационной географии к туристическим ресурсам относят природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты (с лат. Arte - искусственно + factus - сделан), обладающие комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности, могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенной целевой группы людей, в определенное время, с помощью конкретной технологии и при определенных материальных возможностях.

Одним из основных парарекреационных ресурсов Крыма является солепромысел. Сейчас производство соли в Крыму расположено в двух регионах: север полуострова и Сакский район, село Прибрежное. На Севере Крыма находятся залив Сиваш и Перекопские солёные озёра. Там есть соли натрия, магния и калия [7].На базе этих минеральных богатств построены химические заводы гиганты: Перекопский бромный, Крымский Титан и Крымский содовый. Поваренной солью занимается последний из только что названных – Крымский содовый. Его основная специализация – производство кальцинированной соды, но он выпускает и поваренную соль, в том числе йодированную. Сырьем является морская вода Западного Сиваша. В Сакском районе добывается морская розовая соль. Её производит кооператив Галит. Сейчас соли производится порядка 20 тысяч тонн в год. При Советском Союзе добыча достигала 60 тысяч тонн.

Результаты исследования. Исследование показало основные проблемы промышленного туризма, такие как :

- незначительный доход от проведения экскурсий для промышленных предприятий напрямую;
- большие затраты на обустройство промышленных объектов и организацию экскурсионного обслуживания;
- необходимость корректировки производственного цикла;
- по-прежнему вызывают глобальную озабоченность аспекты охраны и безопасности на производстве;
- сегодня, даже на зрелых рынках, существует сравнительно мало туроператоров, обеспечивающих промышленные тур пакеты;
- так же как и другие виды туризма, промышленный туризм подвержен сезонности.

Исходя из всего вышесказанного определили рекомендации для дестинаций, планирующих внедрять промышленный туризм: необходимо определить и согласовать основные цели развития промышленного туризма. Это может быть получение прибыли, улучшение имиджа города и его промышленности, усиление связи между компанией и обществом. Не стоит «распыляться» на все цели сразу, целесообразнее выбрать основные цели и двигаться в выбранном направлении;

- основываться на сильных активах. Промышленный туризм должен быть использован для обогащения образа города. Город должен открыть двери секторов, в которых он специализируется, а также секторов, имеющих потенциал роста. Естественно, может появится страх «заимствования» технологий.
- необходимо определить целевые группы туристов. ввести стандарты качества на производстве, что позволит привлечь еще больше туристов;
- объединиться с туристскими фирмами для продвижения своего тур продукта;

Выводы. Суммируя все вышеизложенное, можно сказать, что промышленный туризм является достаточно малоизученной и новой темой, но на данном периоде не возникает вопроса о его перспективности. Его развитие поможет решить вопрос развития туризма в промышленных и курортных городах и стимулировать продажи и популярность промышленных предприятий. Главными задачами для его развития должно стать улучшения сервиса и инфраструктуры, а также снижение цен на товары и услуги региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. Ю. Международный туризм/ А. Ю. Александрова. – М.: Пресс-соло, 2006. – С 58-61 Багрова Л. А. Физико-географические (природоведческие) основы рекреационной географии: учебное пособие
2. Багрова Л. А. Опыт характеристики рекреационных климатических ресурсов и периодов видов отдыха (на примере курорта Судак) /Л. А. Багрова // Известия ВГО.
3. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме: учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков. - М.:Издательский центр «Академия», 2008. – 224 с.
4. Безруков Ю.Ф. Рекреационные ресурсы и курортология / Ю.Ф. Безруков. – Симферополь: СГУ, 1998. – 121 с.

УДК 338.48

АНАЛИЗ АВТОТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ANALYSIS AUTOTURIST CLUSTERS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Лобас К.В., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

K.V. Lobas, assistant,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрены автотуристские кластеры, реализуемые согласно Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)». Автор анализирует их стоимость, а также соотношение запланированных и фактических результатов от реализации проекта.

Annotation

This article describes the autotourist clusters implemented according to the Federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011 – 2018)". The author analyzes their cost, as well as the ratio of planned and actual results from the project.

Ключевые слова: кластер, автотуристский кластер, Федеральная целевая программа, проект кластера.

Keywords: cluster, autotourist cluster, Federal target program, cluster project.

Введение. Современный туристский кластер представляет собой укрупненный инвестиционный проект, состоящий из функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов по созданию в рамках единой территории объектов туристской и обеспечивающей инфраструктур [5].

К основным характеристикам кластера относятся: наличие связей между субъектами кластера; совместное использование туристских ресурсов территории; единая цель функционирования кластера [4].

По целевым группам потребителей кластеры подразделяются на узкоотраслевые, автотуристские, туристские и туристско-рекреационные [3].

Цель исследования. Проанализировать автотуристские кластеры на территории Российской Федерации.

Результаты исследования. Согласно Постановлению Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» автотуристские кластеры объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов [1].

Создание автотуристских кластеров включает в себя строительство новых (или реконструкцию имеющихся) кемпингов, мотелей, парковок для легкового и пассажирского автотранспорта, автосервисов, автозаправочных комплексов, кафе и ресторанов, магазинов придорожной торговли, объектов развлечений и др.

Автотуристские кластеры в Российской Федерации отражены в таблице 1.

Таблица 1

Автотуристские кластеры на территории РФ [1, 2, 6]

№ п/п	Название кластера	Субъект РФ	Стоимость проекта	Основные результаты	
				По плану	Фактически
1	АТК «Всплеск»	Ростовская область	6700 млн. руб.	Создано более 1 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток в 2 раза (до 1 млн. туристов в год)	Создание АТК прекращено в 2012 г.

Продолжение таблицы 1

№ п/п	Название кластера	Субъект РФ	Стоимость проекта	Основные результаты	
				По плану	Фактически
2	АТК «Золотые ворота», г. Бийск	Алтайский край	1400 млн. руб.	Создано более 6,8 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток в 2,8 раза (до 1,2 млн. туристов в год)	Создано 528 рабочих мест, увеличен турпоток на 32,8 тыс. туристов в год
3	АТК «Кяхта»	Республика Бурятия	1791,6 млн. руб.	Создано более 1 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток на 350 тыс. туристов в год	Создано 560 рабочих мест, увеличен турпоток на 195 тыс. туристов в год
4	АТК «Байкальский»	Республика Бурятия	2182,0 млн. руб.	Создано более 1,2 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток на 400 тыс. туристов в год	Создано 900 рабочих мест, увеличен турпоток на 300 тыс. туристов в год
5	АТК «Тункинская долина»	Республика Бурятия	2063,1 млн. руб.	Создано более 1 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток на 300 тыс. туристов в год	Создано 536 рабочих мест, увеличен турпоток на 160 тыс. туристов в год
6	АТК «Задонщи-на»	Липецкая область	2156,7 млн. руб.	Создано более 1,1 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток на 380 тыс. туристов в год	Создано 843 рабочих места, увеличен турпоток на 126,4 тыс. туристов в год
7	АТК «Ивано-Арахлейский»	Забайкаль-ский край	5000 млн. руб.	Создано около 1 тыс. рабочих мест, увеличен турпоток в 4 раза	-
8	АТК «Пензен-ский»	Пензенская область	6204,2 млн. руб.	-	-
9	АТК «Чувашия – сердце Волги»	Чувашская Республика	1731,1 млн. руб.	Финансирование с 2019 г.	
10	АТК «Зарагиж»	Кабардино-Балкарская Республика	3458 млн. руб.	-	Создано 360 рабочих мест, увеличен турпоток на 67,3 тыс. туристов в год

Территория для создания автотуристского кластера определяется исходя из наличия двух условий:

- наиболее загруженные федеральные автодороги;

- историко-культурные центры, природные заповедники и др. туристско-ориентированные объекты.

Например, АТК «Тункинская долина» расположен в 100 км от озера Байкал, вблизи Тункинского национального парка, бальнеологического курорта Аршан, а также на федеральной автомобильной дороге А-164 «Култук-Монды» (в 100 км от границы с Монголией). АТК «Задонщина» прилегает к федеральной автодороге М-4 «Дон» вдоль береговой линии реки Дон. Годовая среднесуточная интенсивность транспортного потока составляет около 22 тыс. автомобилей в сутки в одном направлении. АТК «Золотые ворота» расположен вблизи транзитных транспортных потоков (федеральная автодорога М-52 и автодорога, ведущая к ОЭЗ «Бирюзовая Катунь», туристско-рекреационному кластеру «Белокуриха»). Кроме того, «Золотые ворота» являются одним из пунктов на маршрутах Малого и Большого Золотого кольца Алтая.

АТК «Золотые ворота» считался одним из наиболее перспективных проектов. Его строительство предполагало создание 6,8 тыс. рабочих мест, из которых на данный момент создано всего 528 мест. Турпоток в регион увеличился на 32,8 тыс. туристов.

Самым дорогостоящим проектом автотуристского кластера на сегодняшний день считается АТК «Пензенский» стоимостью 6204,2 млн. руб. (не считая АТК «Всплеск» в Ростовской области стоимостью 6700 млн. руб., создание которого было прекращено в 2012 г.).

Выводы. Создание новых автотуристских кластеров влечет не только расходы на их строительство (около нескольких миллиардов рублей), но также и создание новых рабочих мест, и увеличение турпотока в регион. Например, три кластера в Республике Бурятия позволило создать 1996 новых рабочих мест (что составляет 62,4 % от запланированных результатов), а также увеличило турпоток на 655 тыс. туристов в Республику (62,4 % от планового увеличения турпотока), что поспособствует привлечению средств в бюджет региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 “О федеральной целевой программе "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)"

2. Постановление Правительства РФ от 31 января 2017 г. № 118 "О внесении изменений в федеральную целевую программу "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)"

3. Афанасьев О.Е. Типология туристских кластеров, включенных в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. - № 1. – С. 37-46

4. Бакуменко О.А. Классификация туристских кластеров // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Закономерности и тенденции развития науки в современном обществе». – 2013. – С. 30-34

5. Голубев О.П. Повышение качества обслуживания автотуристов на предприятиях придорожного сервиса / Голубев О.П., Голубев А.П., Голина С.И. // Сервис в России и за рубежом. – 2014. - № 7 (54). – С. 155-165

6. Туристские регионы России // Официальный интернет-ресурс Федерального агентства по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс] // RussiaTourism.ru: сайт. – Москва, 2009-2017 – Режим доступа: https://yandex.ru/maps/?um=gv42Fl3KCkA4KkPE0ardbjirbwFgweU&l=map&mode=usermaps&ll=65.150957%2C56.551495&z=3

УДК 338.48

ТУРИСТСКИЕ КЛАСТЕРЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН (ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АСПЕКТ)

TOURIST CLUSTER OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN (SPATIAL ASPECT)

Рубцов В.А., д.г.н., профессор,
Биктимиров Н.М., к.г.н., доцент,
Байбаков Э.И., к.б.н., доцент,
Булатова Г.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО КФУ, г. Казань

Rubtsov V. A., doctor of Geography Sciences, Professor,
Biktimirov N. M., Candidate of Geography Sciences, associate Professor,
Baybakov E. I., Candidate of Biological Sciences, associate Professor,
Bulatova G. N., Candidate of Geography Sciences, associate Professor,
Federal STATE of K(P)FU Kazan

Аннотация

Статья посвящена вопросам формирования туристских кластеров в Республике Татарстан на основе методов пространственного анализа.

Annotation

The article is devoted to the formation of tourist clusters in the Republic of Tatarstan on the basis of methods of spatial analysis (geostatistics, cluster analysis).

Ключевые слова: туризм, кластер, туристско-рекреационный потенциал, пространственный анализ, геостатистика.

Key words: tourism, cluster, tourist and recreational potential, spatial analysis, geostatistics.

Введение. На современном этапе регионального развития особую актуальность приобретают вопросы устойчивого и сбалансированного роста внутреннего и въездного туризма. Развитие туризма имеет ярко выраженный пространственный аспект. Как и региональное развитие в целом, так и развитие туризма все чаще рассматривается с применением кластерного подхода. Объединение отдельных элементов в единое целое для выполнения во взаимодействии определенной функции или реализации определенной цели составляет основу концепция кластерной подхода.

Проблемы функционирования и развития кластеров в туризме рассматриваются многими отечественными и зарубежными учеными, в частности [4], следует отметить работы А.Ю. Александровой, Ф. Гоу и Э. Вильямса, Дж. Джексона и П. Мерфи, Н.В. Зигерн-Корна, О.Н. Кострюковой и Е.Г. Карповой, Е.Г. Кропиновой и А.В. Митрофановой, В.И. Кружалина, И. Майкла, А. Макиавелли, М. Монфорта, М. Новелли, В.С. Новикова, С. Нордин, А. Родригеса, Т. Спенсер, Т. Холла и многих других.

Географически исследователи [2] выделяют два основных типа кластеров. Первый тип - внепространственный (отраслевой) кластер - это группа родственных взаимосвязанных отраслей сельского хозяйства, промышленности и сферы услуг. К этому типу относятся промышленный и национальный кластеры; и второй тип пространственный - группа географически сконцентрированных в определенном регионе компаний из смежных отраслей, производящих схожую или взаимодополняющую продукцию и характеризующихся наличием информационного обмена между членами кластера. Ко второму типу относятся региональный, трансграничный и локальный кластеры.

Нами кластер рассматривается, прежде всего, в разрезе следующих значимых характеристик: географической концентрации и взаимосвязанности его участников; кооперации и конкуренции между участниками кластера; доступа к качественным факторам производства; близости к рынкам сбыта продукции; инновационности; соответствующих институциональных предпосылок.

Наиболее распространенными являются кластеры второго типа. Как нам представляется, для изучения таких кластеров недостаточно обычных статистических процедур, а необходимо применение специальных геостатистических подходов и методов. Применительно к туризму геостатистика рассматривает явления в туризме, распределенные в пространстве и времени.

Цель исследования. В данной работе нами предпринята попытка разработать методику формирования региональных туристских кластеров процедурами пространственного анализа и на её основе выделить наиболее значимые и перспективные для развития туристские кластеры на территории Республики Татарстан.

Результаты исследования. Проведенный авторами [3] на примере туристского сектора Республики Татарстан SWOT-анализ, позволяет судить

о достаточно высоком уровне развития туристско-рекреационного потенциала Татарстана и наличии преимуществ в данной области. На уровне Республики Татарстан сформированы значительные предпосылки к устойчивому развитию туристского сектора, однако, требуют решения проблемы возникающие на уровне отдельных муниципальных образований (региональный уровень) и на уровне отдельных туристско-рекреационных объектов (локальный уровень).

На территории Республики Татарстан [1,5] в настоящее время выделяются уже существующие, а также перспективные туристские кластеры (рис.1).

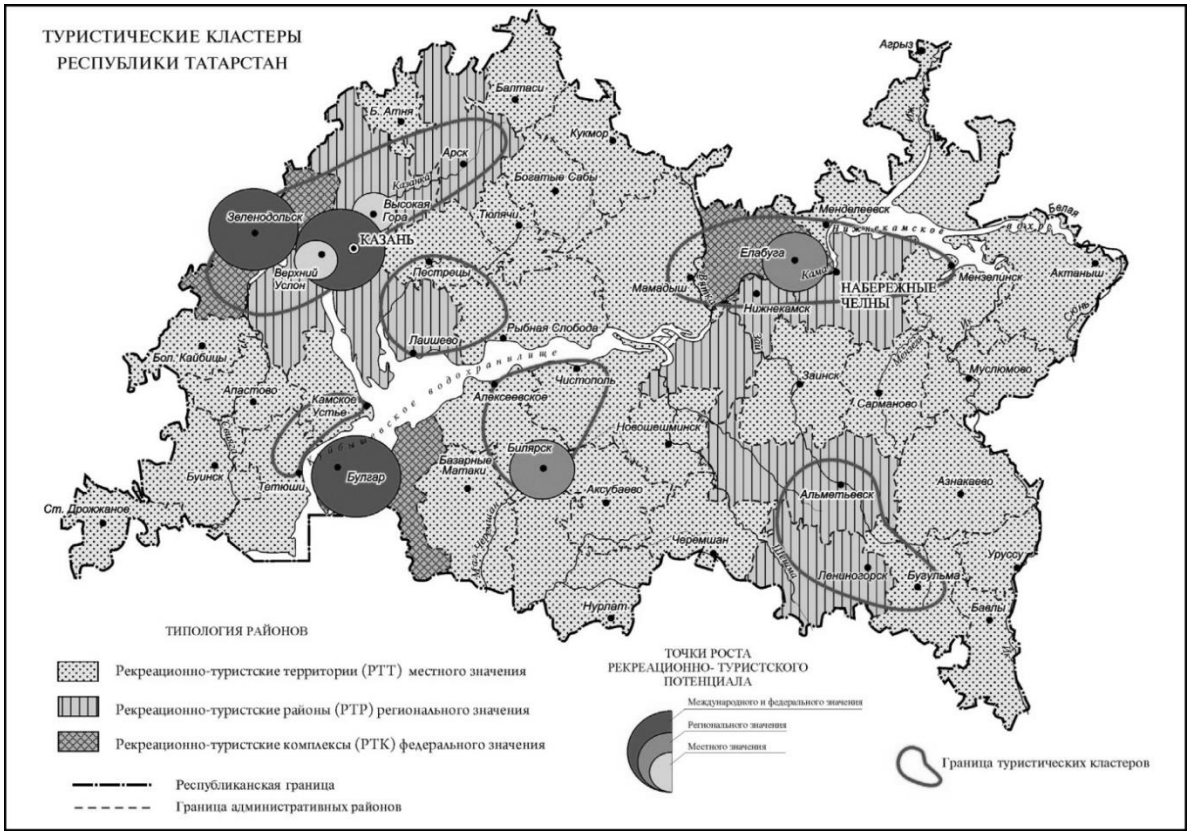

Рис.1. Существующие и перспективные туристско-рекреационные кластеры на территории Республики Татарстан.

Елабужский кластер включает в себя рекреационно-туристский комплекс Елабужского района и г. Елабуга. Кластер насчитывает более 200 памятников истории, культуры и архитектуры (в том числе 7 из них имеют федеральный статус). Приоритетным здесь является сохранение памятников с целью развития культурно-познавательного направление. Развитие событийного туризма связано с традиционными международными культурными мероприятиями (Цветаевские и Стахеевские чтения, юбилейные даты Н.А. Дуровой и др.). В качестве дополнительных направлений могут быть

задействованы спортивно-оздоровительный туризм и речной круизный отдых.

Зеленодольско-Верхнеуслонский рекреационно-туристский кластер также обладает значительным потенциалом: экскурсионно-познавательный туризм по маршрутам к объектам культурно-исторического значения (о. Свияжск федерального значения, Макарьевский монастырь, Раифский монастырь и дендросад Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника, обсерватория им. В.П. Энгельгардта); отдых выходного дня (с формированием пляжно-рекреационного и туристско-развлекательного комплекса «Щурячьи острова», предусматривающего создание яхт-клуба, серфинг-центра, пляжной зоны, spa-центра, сети пунктов общественного питания, организованных мест для рыбалки); спортивный, экстремальный, приключенческий туризм (на основе горно-лыжного спортивно-оздоровительного комплекса «Казань»); этнокультурный, молодежный, сельский туризм (на основе комплекса «Фэнсэр-Бэрэкэт») и охота в угодьях Верхнеуслонского района с созданием экскурсионных программ для туристов на о. Свияжск.

Рекреационно-туристский кластер Спасского района с центром в г. Булгар федерального значения. На базе данного кластера развиваются событийный туризм (проведение национальных, этнических праздников, мероприятий исторической реконструкции народов, входивших в состав территории Волжской Булгарии, организация международного фестиваля с участием народов Республики Болгария, Кабардино-Балкарской Республики, Республики Чувашия, Ульяновской, Самарской, Пензенской и др. областей); развитие и популяризация музея «Сувар» и создание в районе археологических раскопок. Сопутствующим является круизное направление.

Выводы. Как показали результаты исследования методы пространственного анализа, в первую очередь методы геостатистики в совокупности с иерархическими и процедурами кластерного анализа могут быть успешно использованы при выделении туристских кластеров различного уровня и различной степени структурированности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Габдрахманов Н.К. Специфика развития туризма в малых и средних городах России/ Н.К. Габдрахманов. В.А. Рубцов/ Сервис в России и за рубежом, 2017. Т.11. Вып.7. – С.55-64.

2. Пилипенко И.В. Кластеры и территориально-производственные комплексы в региональном развитии // Региональное развитие и региональная политика России в переходный период /Под общ. редакцией С.С. Артоболевского, О. Б. Глезер. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2011. – С. 191-208.

3.Территориальные аспекты развития туризма в Республике Татарстан //С.А. Шабалина, В.А. Рубцов, Э.И. Байбаков – Казань: Отечество, 2015. – 160 с.

4.Тахтаева Р.Ш. Управление туризмом в восточном-казахстанской области на основе инновационных технологий // Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – СПб, 2014. – 26 с.

5. Туризм в малых исторических городах, как фактор сбалансированного развития (на примере Республики Татарстан) //В.А. Рубцов, Э.И. Байбаков, Н.К. Габдрахманов, Г.Н. Булатова, Н.М. Биктимиров – Казань: Отечество, 2016. – 164 с.

СЕКЦИЯ 3.

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

УДК 379.852

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА

THEORETICAL ASPECTS OF DESIGNING A CULTURAL-COGNITIVE TOUR

Гурьянов Р.Д., студент
Крымский государственный
университет культуры,
искусств и туризма
г. Симферополь

Guryanov RD, student
Crimean State University of Culture,
Arts and Tourism,Simferopol

Аннотация

Работа посвящена проектированию культурно-познавательного тура. Разработан новый турпродукт согласно предпочтениям потребителей и предложены рекомендации руководству компании, которые помогут продвижению тура на рынок.

Annotation

The work is devoted to designing a cultural and educational tour. A new tourist product has been developed according to the preferences of consumers and recommendations have been proposed to the company's management that will help to advance the tour to the market.

Ключевые слова: культурно-познавательный тур, проектирование, архитектурные памятники, экскурсии, туристский рынок, калькуляция тура, реклама, обычаи, традиции.

.

Keywords: cultural and educational tour, design, architectural monuments, excursions, tourist market, tour calculation, advertising, customs, traditions

Введение. В настоящее время в России более высокими темпами идет развитие внутреннего туризма. Многие россияне предпочитают отдыхать внутри страны. Наиболее популярными направления отдыха является Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Казань и другие города. Связано это с целым рядом факторов: экономическими, политическими и социокультурными. Кроме того, растет и интерес зарубежных туристов к России. Так

согласно данным Федерального агентства по туризму за первое полугодие 2015 года, выделены следующие страны, чьи туристы предпочитают посещать Россию: Китай, Германия, США, Израиль, Великобритания, Франция и т. д.

Цель исследования изучить теоретические аспекты проектирования культурного-познавательного тура.

Результаты исследования. Россия обладает огромным туристско-рекреационным потенциалом для развития различных видов туризма: культурно-познавательного, событийного, религиозного, пляжного, оздоровительного, спортивного, горнолыжного и т. д. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что культурно-познавательный туризм играет ведущую роль среди основных видов туризма. Так согласно статистическим данным, доля культурно-познавательного туризма в общем объеме туризма составляет примерно 60%. Для сравнения: деловой туризм составляет - 14%, лечебно-оздоровительный - 11%, учебный - 9%, шоп-туризм - 6%.

Санкт-Петербург имеет достаточный потенциал для развития туризма, в том числе культурно-познавательного и может привлекать для отдыха не только российских, но и иностранных туристов. Основой культурно-познавательного туризма служит социокультурная среда с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности народа. Как известно, культурное самовыражение народа всегда вызывает интерес у туристов и является побудительным мотивом для путешествия. Теоретическую основу исследования составляют труды отечественных авторов: М. Б. Биржакова, Л. П. Долженко, А. В. Дроздова, А. П. Дуровича, Л. А. Волкова, Б. В. Емельянова, Е. Н. Ильиной, А. Т. Квартальнова, А. С. Кускова, Е. Н. Сапожниковой и др.

Теоретическая значимость заключается в том, что полученные результаты исследования могут быть использованы в процессе подготовки бакалавров и магистров по направлению «Туризм», для написания научных статей и монографий по проектированию туров и развитию туризма.. Практическая значимость исследования в том, что туроператоры города Омска могут использовать разработанный культурно-познавательный тур для создания аналогичных туров и конкурентоспособного предложения на туристском рынке.

ЮНЕСКО выделяет около 800 объектов по всему миру, которые находятся в списке всемирного наследия, 120 из них находятся в России. Мы разделяем точку зрения А.В. Дроздова, что развитие туризма в определенной степени зависит от уникальности культурного наследия. Уровень культурного развития может быть использован для создания благоприятного имиджа туристского направления на рынке услуг [3].

Анализируя точки зрения различных авторов и в том числе А. П. Дуровича, можно констатировать, что туризм вполне объясним с точки зрения теории потребностей человека как основы возникновения культуры. Суть этой теория такова: поначалу Homo sapience (человек разумный) был неким

индивидом, целью которого было удовлетворение, прежде всего витальных (то есть жизненных потребностей). По мере того, как он и его соплеменники многократно совершали одни и те же действия, они научились думать, анализировать, в результате из определенных действий складывалась вполне упорядоченная, то есть нормированная деятельность, а это - признак культуры. И наряду с физическими потребностями появились социальные и духовные потребности, которые тоже нужно было реализовывать, что и привело к появлению культуры [4].

Согласно мнению Е. Н. Сапожниковой, минимальный набор объектов туризма может дать любая местность, но для его массового развития требуется определённая концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить: памятники археологии; памятники ландшафтной архитектуры; исторические и культурные памятники; культовые и гражданские архитектурные памятники; сельские поселения; музеи; театры; выставочные залы; объекты этнографии; народные промыслы и ремесла; центры прикладного искусства; технические комплексы и сооружения [5].

Рассмотрим возможности Санкт-Петербург для развития культурно-познавательного туризма. Область обладает для этого достаточным потенциалом. Особенно следует отметить те культурные мероприятия, которые уже проводятся и пользуются интересом у туристов.

На территории Санкт-Петербург расположено около 1700 памятников истории и культуры, начиная от древних поселений, стоянок, курганов и до современных мемориальных комплексов, что позволяет развивать культурно-познавательный туризм.

Полученные в ходе анкетирования данные дают возможность создать наиболее качественный и востребованный тур, позволяя учитывать пожелания потребителей. При создании тура пользовались технологией проектирования следующих авторов: А. П. Дуровича, Е. Н. Ильиной; нормативными документами - ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскур-сионное обслуживание. Проектирование туристских услуг», ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание / Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» [1,2]; а также изучили различные категории гостиниц, транспортную систему, музеи, достопримечательности и природные объекты.

Программа создаваемого тура - это одна из самых главных и трудных задач при разработке турпродукта, ведь оттого как будет проложен маршрут и какие объекты в нем будут находиться, зависит его востребованность среди потребителей. Именно поэтому тур должен быть интересным и очень хорошо проработанным. Для этого из всего многообразия достопримечательностей выбираются, только те объекты, которые наилучшим образом вписываются не только в тематику тура, но и раскрывают местность с разных сторон.

Выводы. При разработке культурно-познавательного тура, который предполагает комбинированное передвижение сопровождаемое ознакомительными лекциями, передвижение пешком по объектам показа по территории поселка. При этом, учитывая, что тур наиболее интересен в летний период - предполагаемое время организации такого тура - с июня по сентябрь. Именно в этот период времени туристы имеют наибольшие возможности максимального ознакомления с представляемыми объектами показа. Кроме того, известно, что в теплое время года культурно-познавательный тур становится наиболее интересным и запоминающимся.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». Утвержден: Госстандарт России (21.06.1994). Дата введения: 1 января 1995 г.

2. ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание / Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

3. Дроздов, А. В. Основы экологического туризма [Текст]: учебное пособие / А. В. Дроздов. - М.: Гар-дарики, 2005. - 271 с. урович, А.П. Организация туризма [Текст]: учебное пособие / А.П. Дурович. - Минск: Новое знание, 2006. - 640 с.

4. Дурович, А.П. Организация туризма [Текст]: учебное пособие / А.П. Дурович. - Минск: Новое знание, 2006. - 640 с.

5. Сапожникова, Е. Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран [Текст]: учебное пособие / Е.Н. Сапожникова. - М.: Академия, 2007. - 240 с.

УДК 338

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СПОРТИВНО-ПЕШЕХОДНОГО ТУРА

TECHNOLOGICAL MODEL OF DESIGNING SPORT-PEDESTRIAL TOUR

Данченко В.Н., студент
ГБОУВО РК «Крымский государственный университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь

Danchenko VN, student
Crimean State University of Culture, Arts and Tourism,Simferopol

Аннотация

В статье выделены признаки идентификации спортивно-пешеходного туризма, что уточняет ее сущность. Обобщены теоретические основы исследования процессов

проектирования спортивно-пешеходного тура. Выделены основные этапы проектирования спортивно-пешеходного тура.

Annotation

The article identifies the signs of the identification of sports and pedestrian tourism, which clarifies its essence. The theoretical bases of research of the processes of designing a sports-pedestrian tour are generalized. The main stages of the design of the sport-pedestrian tour are singled out.

Ключевые слова: спортивно-пешеходный туризм, проектирование тура, туристская политика, маршрут.

Keywords: sports-hiking, tour design, tourist policy, route.

Введение. Спортивно-пешеходный туризм является важной составляющей общегосударственной системы физической культуры и спорта. Данный вид туризма направлен на укрепление здоровья, развитие и поддержание физических, морально-волевых и интеллектуальных способностей человека путем привлечения к участию в спортивных походах различной сложности и соревнованиях по спортивному туризму.

Цель исследования уточнить теоретические основы исследования и определить проектирование модели спортивно-пешеходного тура по горному Кавказу.

Результаты исследования. Цель спортивно-пешеходного туризма — спортивное совершенствование в преодолении естественных препятствий. Это представляет собой улучшение всего комплекса знаний, умений и навыков, которые являются необходимыми для безопасного передвижения человека по местности, насыщенной природными препятствиями, в процессе спортивно-пешеходного похода.

Спортивно-пешеходный туризм играет важнейшую роль в формировании и популяризации идей здорового образа жизни. Занятие активными видами деятельности положительно сказывается на состоянии здоровья человека. Кроме того, спортивно-пешеходный туризм — это новые открытия и покорение вершин.

Основной результат занятий спортивно-пешеходным туризмом — физическое и духовное совершенствование человека в естественных условиях.

Туристская политика - целенаправленная деятельность государственных, общественных и частных структур по разработке и реализации методов, механизмов и инструментов воздействия правового, экономического, социального и иного характера в целях обеспечения устойчивого эффективного развития туристского комплекса, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туристские услуги и товары при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала [1].

Проектирование технологических процессов сложная, трудоемкая и многоуровневая задача. Выполнение данного процесса осуществляется в

несколько последовательных этапов. Вначале осуществляется предварительный проект технологического процесса; на последующих стадиях проект конкретизируется на основе детальных технологических расчетов. Законченные разработки технологического процесса получаются в процессе уточнения и конкретизации предварительного проекта. Конечное правильное решение возможно получить только после подготовки и сравнения нескольких технологических вариантов. Понятие «технология» представляет собой совокупность методов, процессов и материалов, которые используются в любой отрасли деятельности, а также объем знаний, применяемых для производства услуг и товаров. Данный термин напрямую относится к туристическому бизнесу [2].

Проектирование тура процесс, основанный на требованиях ГОСТ Р 50681 -2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Порядок формирования туров регламентирует ГОСТ Р 50681 -2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» [3].

Порядок организации спортивно-пешеходного похода определяется «Правилами организации и проведения самодеятельных туристских походов и путешествий на территории СССР», которые утверждены Центральным советом по туризму. Данные правила остаются актуальными и по нынешний день, они находят свое применение при проектировании спортивно-пешеходного похода.

Контроль за соблюдением настоящих правил осуществляется комитетами по физической культуре и спорту, ведомственными физкультурными организациями, советами по туризму и экскурсиям, туристскими контрольно- спасательными службами.

Основные этапы проектирования спортивно-пешеходного тура включают следующие элементы:

1) Разработка спортивно-пешеходного маршрута;
2) Выбор района и сроков его проведения;
3) Подготовка картографического материала и сбор информации о районе похода;
4) Составление календарного плана похода;
5) Комплектование группы;
6) Выбор снаряжения для похода;
7) Организация питания похода;
8) Выбор средств размещения;
9) Оформление заявочных маршрутных документов.

Разработка маршрута является ключевым этапом всей работы по организации и подготовке похода.

Именно от неё зависит успех проведения похода. При организации спортивно-пешеходного похода важное значение имеет правильный выбор дневных участков перехода, а также рациональный выбор максимально удобных мест для ночлега. Характер маршрута, последовательность и особенности естественных препятствий определяют логичность выбранного

пути и соответствие опыту участников в спортивно-пешеходном походе. Выбор плана похода должен соответствовать определенной подготовленности участников спортивно пешеходного похода.

Подробное изучение района путешествия и подготовка картографического материала дают возможность приступить к разработке маршрута и определению сроков похода. Последние определяются по различным метеорологическим условиям, которые являются характерными и наиболее благоприятными для выбранного района, а также по определенным условиям обеспечения безопасности. Главным пособием по разработке маршрута служит «Перечень классифицированных туристских маршрутов», являющийся неотъемлемой составной частью разрядных требований по туризму [4].

При разработке маршрута руководитель и участники группы спортивно-пешеходного похода осуществляют подготовку предварительного описания маршрута, а также составление тактической схемы похода. Схема похода обеспечивает правильное решение спортивно-тренировочных задач, а также задач по материально-техническому обеспечению своего путешествия. Этот раздел работы непосредственно определяет дальнейший процесс составления календарного плана спортивно-пешеходного похода.

Информация, которая собирается и обрабатывается при подготовке предварительного описания маршрута, должна быть полноценной для решения различных задач, включая задачи по выпуску группы на спортивно-пешеходный маршрут: МКК при рассмотрении заявочных документов должна быть полностью уверена, что группа грамотно и верно планирует способы и средства преодоления сложных и объективно опасных участков маршрута [2].

Выбор района и сроков его проведения. В данном пункте рассматривается решение задач, которые связаны со спортивно-пешеходными целями, обеспечением безопасности участников похода. Большое значение здесь играют факторы освоенности похода, наличии нужного картографического материала, реальных физических возможностей группы, а также материально-технической надежности группы. Выбор туристского района зависит от целей похода.

Также важным этапом является выделение в составе туристского района конкретного подрайона, в границах которого будет проложен маршрут. Этот этап производится на основе картографического материала [3].

Составление календарного плана похода. Графиком движения по маршруту и графиком осуществления запланированных походных мероприятий называют календарный план похода. Данный план определяет дату и время прибытия к началу прохождения маршрута и отъезда от крайней точки маршрута; число дневных переходов и даты ночлега в заранее намеченных пунктах; время и пункты организации дневок и полудневок на маршруте.

Вся схема основного плана похода сопровождается запасными и аварийными вариантами. Запасные варианты планируются на случай изменения благоприятных погодных условий, а также в случае увеличения уровня опасности прохождения перевалов главного маршрута. Аварийные маршруты планируются на случай возникновения причин аварийного характера, чтобы сойти с маршрута наиболее простым путем в кратчайшие сроки. Разработка календарного плана похода обеспечивает детальную разработку обеспечения безопасности участников. Организационные разделы работы включают в себя: подготовку исходной документации, организацию финансирования, согласование вопросов о прохождении группой маршрута по территории с ограниченным доступом. К этим разделам относится также оформление проездных документов [4].

Выводы. Спортивно-пешеходный туризм является одним из видов туризма, который предполагает спортивное совершенствование в преодолении естественных препятствий. Данный вид туризма остается актуальным на протяжении многих лет именно потому, что спортивно-пешеходный туризм – это активный вид туризма, который способствует поддержанию хорошего физического состояния человека, а также расширению познания мира.

Важным аспектом при создании любого тура является правильное его проектирование. Проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с определёнными нормами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дугаренко И. А. Основы спортивного туризма: учебное пособие / И.А.Дугаренко. – Симферополь: СОНАТ, 2008. – 80 с.
2. Кравчук Т. А. Теория и методика спортивно-оздоровительного туризма: учебное пособие / Т. А. Кравчук / часть I. – Изд. 2-е, перераб. и дополн. в 2-х ч. – Омск: Изд-во СибГУФК, 2009. – с.187.
3. ГОСТ Р 50681 -2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. –Введ.2011-07-01. – М.: Изд-во стандартов, 2011. – 20 с.
4. Туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kavkazinfo.narod.ru/turizm/prielbr.html

УДК 338.142.

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА

NNOVATIVE COMPONENTS SMALL BUSINESS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE ECONOMY OF THE REGION

Мухамедова З.Х., к.э.н., доцент
Гундобина С.Х., магистр
ГБОУВО РК «Крымский государственный университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь

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

Аннотация

В работе уточняется сущность и характер модернизации экономики, что тесно связано с научным и технологическим развитием и поэтому имеет инновационные основы. Расширение роли бизнеса в сфере туризма требует повышения предпринимательской активности, а также создания благоприятных условий для инноваций. Активность бизнеса должна рассматриваться и поддерживаться, прежде всего, на региональном уровне. Учитывая предпочтительность инновационной модели модернизации, определяющее значение для ее осуществления на уровне регионов приобретает развитие малого инновационного предпринимательства в туристической индустрии, выделены приоритетные направления поддержки этого вида предпринимательства.

Abstract.

The paper clarifies the nature and nature of economic modernization, which is closely related to scientific and technological development and therefore has innovative foundations. Expanding the role of business in tourism requires an increase in entrepreneurial activity, as well as creating an enabling environment for innovation. Business activity should be considered and supported, first of all, at the regional level. Given the preference for an innovative modernization model, the development of small innovative entrepreneurship in the tourism industry is crucial for its implementation at the regional level, and priority areas for supporting this type of business are identified.

Ключевые слова: инновации, малое предпринимательство, региональная экономика, инновационное предпринимательство.

Keywords: modernization, innovation, small business, regional economy, innovative entrepreneurship

Введение. 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.

Обеспечение устойчивого роста и повышение уровня конкурентоспособности экономики любой страны зависит от способности генерировать и использовать инновации. В связи с этим возникает задача активизации инновационной деятельности во всех ее формах.

Цель исследования. Обосновать возрастание значимости инноваций и охарактеризовать роль малых предприятий в процессах экономического развития региональной экономики.

Результаты исследования. Переход к инновационной модели экономического развития, задекларированный в Российской Федерации, предполагает использование потенциала всех движущих сил, способных инициировать инновации и воплощать их в жизнь. Одной из ведущих таких сил является бизнес, ориентированный на интенсивные инновации. Развитие инновационной деятельности является обязательной предпосылкой коренной модернизации экономики Российской Федерации и ответа на возникающие глобальные вызовы.

В современной экономической парадигме утвердилось понимание необходимости гармоничного развития инновационной деятельности всех видов бизнеса. При этом опыт многих стран говорит о том, что определяющую роль в интенсификации инноваций зачастую играет малое предпринимательство в сфере туризма. Эта роль не сводится к каким-то ограниченным функциям, а охватывает все фазы создания инноваций, разные их виды, в том числе достаточно крупные по масштабу. Благодаря своим особенностям и преимуществам малое предпринимательство может быть источником большого количества инноваций, в том числе достаточно крупных, влияя на структурные изменения и рост экономики.

Масштабы инновационной деятельности малых предприятий индустрии гостеприимства в Российской Федерации пока не соответствуют уровню, необходимому для инновационной модели экономики. Однако, осознавая важность, в последние годы вопросам повышения инновационной активности малых предприятий уделяется все больше внимания. Основной акцент в развитии инновационной деятельности малых предприятий в сфере туризма закономерно смещается на региональный уровень. В этом плане у Российской Федерации есть существенные особенности, связанные с разнообразием и различиями регионов (субъектов Федерации) [2].

Проблематика развития инновационной деятельности малых предприятий индустрии гостеприимства, особенно важна для Республики Крым,

так как это является одной из основных предпосылок подъема региональной экономики и перевода ее на инновационную модель. Малый бизнес, принимающий участие в туристической деятельности Республики Крым может сыграть особую роль, способствовать ускорению необходимых трансформаций. Однако повышение их инновационной активности осложняется рядом трудностей и проблем, нерешенных на предыдущих исторических этапах.

Актуальность проблематики развития инновационной деятельности малых предприятий подтверждается высоким уровнем внимания к ней со стороны отечественных и зарубежных исследователей. Постепенно признается необходимость расширения региональных аспектов в решении проблем инновационной активности и подъема предпринимательства.

Проблематика развития малого предпринимательства и инновационной деятельности исследована в работах: Н. Багаутдиновой, А. Красниковой, Б. Мильнера, В. Пташник, М. Светунькова и др.

Вопросы создания благоприятных условия для малого инновационного предпринимательства и его государственной поддержки рассмотрены в трудах: А. Грибовского, Е. Ивановой, М. Погудаевой, А. Тарасенко, С. Филина и др.

Малое предпринимательство играет значимую и весомую роль в обеспечении перспективного роста национальной экономики. При этом в современных условиях важнейшей составляющей этой роли становится инновационная составляющая, которая приобретает первичное значение по отношению к остальным функциям, обуславливает их масштаб.

В современных представлениях, о малом предпринимательстве инновационная активность которых, определена в работах Й. Шумпетер, П. Друкер - является определяющей. Предпринимательство становится таковым, если предприниматели генерируют инновационные идеи и изыскивают возможности реализации достижений науки и техники для повышения эффективности и удовлетворения потребностей общества, то есть предпринимательство органически связано с новаторством. Инновации превращаются в миссию и делают соответствующую функцию главной. При этом малые предприятия в сфере туризма ориентированы на удовлетворение индивидуализированного спроса преимущественно конечных потребителей.

Инновационная функция малого предпринимательства индустрии гостеприимства заключается в поиске новых идей, непосредственной разработке и осуществлении инноваций, способствовании инновационной деятельности средних и крупных предприятий. В этой связи может рассматриваться роль малых предприятий в национальном, региональных, отраслевых и корпоративных инновационных процессах [1]. Инновационная деятельность малых предприятий в туризме, в силу специфики их деятельности, не предполагает внедрение сложных продуктов и технологий, требующих значительных материальных, финансовых и человеческих ресурсов. В тоже

время на уровне малого предпринимательства такие инновации могут разрабатываться и в определенной степени доводиться до конечного использования. При этом инновационная функция МПР проявляется в разных формах:

1.Самостоятельная деятельность, инновационная (разработка новых технологий; предоставление новых видов услуг; разработка маркетинговых и организационных инноваций; выход на новые рынки);

2.Участие в других инновационных процессах (поиск и обоснование идей; проведение НИОКР и экспериментов; доведение инноваций до практического использования; выведение инноваций на рынок);

3.Способствование появлению инноваций в экономике (генерирование и распространение новых знаний; отслеживание новых запросов и требований потребителей, влияние на их предпочтения (качество спроса); использование новых форм организации и управления; развитие человеческих способностей; усиление конкуренции).

Инновационное предпринимательство в сфере туризма ориентировано на использование всех потенциальных возможностей, поиск новой идеи, использование новой технологии, создание нового вида турпродукта, способа оказания услуг, проникает в новые сферы деятельности. Ключевым фактором успеха становится не эксплуатация ресурсов, а реализация инновационной идеи, предполагающей новую комбинацию ресурсов (которыми предприниматель может не обладать), поиск дополнительных возможностей для рыночной экспансии. Инновационное предприятие может создавать новые экономические блага, а может продавать полученные знания и разработки для производства таких благ другими субъектами хозяйствования.

Особой характеристикой инновационного предпринимательства в туризме является повышенный уровень риска. Это порождает существенные особенности малого инновационного предпринимательства, но с другой стороны, учитывая склонность к высокому риску, формирует его особые позиции [3].

Малое инновационное предпринимательство в туризме, предлагается понимать как предпринимательскую деятельность на основе создания малых предприятий, которая заключается в разработке и осуществлением инноваций различных видов с целью получения экономического (коммерческого) эффекта, а также проникновение в новые сферы деятельности (новые рынки), использование новых видов сырья и его источников. Инновационная деятельность рассматривается как основной путь максимизации прибыли и развития предприятия.

Выводы. Инновационное предпринимательство является главной движущей силой инновационной экономики. Новое качество оно приобретает в условиях экономики знаний, включаясь в сферу разработки и применении новых знаний.

Инновационное предпринимательство в сфере туризма является достаточно сложным видом деятельности и включает в себя такие компоненты, как: интенсивный информационный обмен; активное обучение и абсорбция знаний; интенсивные взаимодействия с потребителями, другими предприятиями и организациями; создание предпринимательских сетей, ориентированных на инновации; экспериментирование; стремление к изменению внешних условий; быстрота внутренних преобразований и адаптации. При этом качества предпринимателя в инновационном предпринимательстве получают особое выражение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецова Е.А. Роль малого предпринимательства в инновационных процессах // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – № 4. – С. 24-28.

2. Мухамедова З.Х Региональные особенности малого предпринимательства и инноваций в туризме // Новая наука и интегративные процессы в современной системе знаний Материалы Международной научно-практической научно-практической конференции: г. Казань; февраль, 2018 г. – с. 121-128.

3. Красникова А.С., Шибаева В.С. Малое инновационное предпринимательство: проблемы и пути решения // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 439-442.

УДК 330.338.2

ИННОВАЦИОННАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

INNOVATIVE COMPETITIVENESS IN TOURISM ACTIVITY

Эмиров С.К., магистр
Крымский университет
культуры, искусств и туризма
г. Симферополь

S.K. Emirov, master
Crimean State University of Culture, Arts and Tourism,Simferopol

Аннотация

В работе обобщены основные подходы к определению сущности конкурентоспособности национальной экономики и определены факторы: природно-климатические, политические, демографические, экономические. Обоснована необходимость формирования национальных конкурентных преимуществ. Определены уровни конкурентных

преимуществ. Также определены принципы, направления и классификация видов конкурентных преимуществ.

Annotation

The paper summarizes the main approaches to determining the essence of the competitiveness of the national economy and identifies factors: natural and climatic, political, demographic, and economic. The necessity of formation of national competitive advantages is grounded. The levels of competitive advantages are determined. The principles, directions and classification of types of competitive advantages are also defined.

Ключевые слова: конкурентоспособность, бизнес, национальная экономика, Всемирная туристская организация (ВТО), факторы.

Keywords: competitiveness, business, national economy, World Tourism Organization (WTO), factors.

Введение. Туристский бизнес предполагает сложную систему отношений между поставщиками и потребителями соответствующих услуг, между турфирмами и их конкурентами, а также между партнерами по бизнесу. Деятельность турфирмы на рынке включает: выбор рыночной ниши; разработку туристского продукта; определение объема оказываемых услуг; совершенствование ценообразований; расширение рекламной деятельности; научных исследований; привлечение инвестиций; взаимодействие с другими компаниями; взаимоотношения с государственными органами. С развитием массового туризма, превращением его в общественно значимый социально-экономический феномен особую актуальность приобретают проблемы эффективного регулирования и оптимизации туристской деятельности.

Цель исследования. В настоящее время «туристская политика» не имеет точной трактовки в специализированных туристских энциклопедических словарях, но все шире используется одно из специальных определений данного термина.

Результаты исследования. Туристская политика - целенаправленная деятельность государственных, общественных и частных структур по разработке и реализации методов, механизмов и инструментов воздействия правового, экономического, социального и иного характера в целях обеспечения устойчивого эффективного развития туристского комплекса, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туристские услуги и товары при рациональном использовании имеющегося туристского потенциала [1].

Всемирная туристская организация (ВТО) проведение глобальной туристской политики на базе Международного союза официальных туристских организаций для координации действий мирового сообщества в целях развития туризма. ВТО разрабатывает международные туристские программы и прогнозы, организует специализированные конференции и семинары, проводит исследования в сфере туризма, публикует статистические,

аналитические, методические материалы, участвует в подготовке высококвалифицированных туристских кадров.

Основной целью туристской политики отдельного предприятия является эффективное использование рыночных условий для увеличения прибыли и рентабельности туристской деятельности путем повышения качества услуг, внедрения инноваций в процесс создания и продвижения туристского продукта.

В настоящее время существенно возрастает роль государства в повышении конкурентоспособности национального туристского комплекса путем косвенного воздействия. В этой связи важнейшим направлением деятельности туристской политики выступает повышение конкурентоспособности туристского комплекса путем стимулирования развития основных источников конкурентных преимуществ.

Существует множество определений понятия конкурентоспособности.

Мескон М.Х. определяет конкурентоспособность предприятия как относительную характеристику, которая выражает отличия развития данной фирмы как относительная величина потребительских и стоимостных характеристик предприятия, создающих преимущества по сравнению с конкурирующими субъектами и позволяющих устойчиво занимать определенную долю рынка.

Турфирмы придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счет которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех.

Для оценки конкурентоспособности предприятия пользуются некоторыми численными показателями, которые свидетельствуют о степени устойчивости положения турпредприятия [2].

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности турпредприятия сводятся к обеспечению качественных показателей, создающих приоритетность турпродукции фирмы на рынке и выявлению преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами. Изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дают преимущества по сравнению с конкурентами.

Конкурентоспособность - способность товара или услуги выдержать сравнение с аналогичными товарами и услугами других производителей при сохранении среднерыночной цены.

Всю систему факторов конкурентоспособности фирмы можно подразделить на две основные группы: факторы конкурентного преимущества фирмы и социально-экономическая среда. В первую группу внутренних факторов входят различные аспекты рыночной деятельности туристической фирмы, параметры, отражающие степень использования факторов предоставления услуг. Вторая группа факторов (внешних) включает параметры

социально-экономической среды, находящиеся вне сферы непосредственного влияния туристической фирмы. Помимо этого, существуют факторы, оказывающие непосредственное влияние на уровень конкурентоспособность фирмы (элементы).

Система основных факторов конкурентоспособности туристической фирмы может быть представлена трехуровневой структурой: 1) элементы конкурентоспособности фирмы, 2) внешние факторы, 3) внутренние факторы.

Среди внутренних факторов конкурентоспособности фирмы важная роль принадлежит технологическому фактору - технический уровень предоставляемых услуг и собственно технология их предоставления.

В настоящее время в России сформировались четыре группы туристических фирм по виду и формам предоставляемых услуг. 1. Фирмы с минимальным набором услуг, где предлагается клиентам несколько постоянных маршрутов без достаточного выбора. 2. Фирмы достаточного выбора, где предлагается клиенту 10-15 маршрутов. 3. Фирмы полного выбора. 4. Фирмы экзотических маршрутов, предлагающих клиентам необычные путешествия и экскурсии.

Конкуренция среди туристических фирм в нашей стране огромна. Каждый год на рынок туризма выходят новые фирмы, каждая со своими особенностями, преимуществами, новинками, видами обслуживания, своими наработками. У каждой туристической фирмы свой уровень на рынке. В связи с таким многообразием, потребитель зачастую бывает неосведомленным, и не знает, каков авторитет у фирмы, но для того, чтобы туристской организации успешно конкурировать на рынке, надо изучать опыт конкурентов и видеть перспективы собственного развития [3].

Существует ряд факторов, повышающих конкурентоспособность туристской организации. Фактором повышения конкурентоспособности туристской организации, а также эффективности производства туристского продукта и управления является корпоративная культура - она представляет собой сложную систему взаимоотношений организации и потребителя ее услуг. Корпоративная культура объединяет ценности и нормы, свойственные для организации стиль и процедуры управления, концепции технологического и социального развития. В ее основе лежат потребности личности и потребности организации.

Влияние корпоративной культуры на деятельность организации проявляется через: принятие норм и ценностей организации; реализацию норм, предписывающих стремление к достижению целей; формирование стратегии развития организации; единство процесса реализации стратегии и эволюции корпоративной культуры под влиянием требований внешней среды [4].

Корпоративная культура выражается во взаимодействии компании с клиентом (потребителем). Все элементы, характеризующие особенности соприкосновения фирмы с внешней средой: умение заявить о себе, привлечь

внимание, вызвать симпатию - это рекламная деятельность, играющая большое значение в формировании культуры, поскольку объясняет успешную ее деятельность на рынке въездного туризма.

Туристская компания должна находиться все время в развитии, в поиске неординарных идей и решений в бизнесе и в сопровождающих его рекламных, презентационных и прочих художественно-эстетических элементах.

Выводы. Таким образом, развитие сферы туризма в Российской Федерации требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма. Главными целями перехода на инновационный путь развития сферы туризма являются: продвижение России как туристской дестинации на мировом и внутреннем рынке; стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах; привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры; развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых транспортных услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: эксклюзив, технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности. / Фатхутдинов Р.А. - М.: Эксмо, 2004. - 541с.

2. Ибрагимов Э.Э., Мухамедова З.Х. Компаративный анализ методик оценки конкурентоспособности национальных экономик международными институтами // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. 2018. С. 310–313.

3. Еремеева Н.В. Конкурентоспособность товаров и услуг. / Н.В. Еремеева, С.Л. Калачев. - М.: КолосС, 2006. - 191с.

4. Калягин Г.В. Конкурентоспособность кооперации в переходной экономике: институциональный подход. / Г.В. Калягин; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Экон. фак. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 159с. - С.85.

СЕКЦИЯ 4.

УЛУЧШЕНИЕ ПОЗИЦИЙ РОССИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ.

УДК 338.48

ВЛИЯНИЕ ГЕОПОЛИТИКИ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

THE INFLUENCE OF GEOPOLITICS ON TOURISM DEVELOPMENT

Ширманкина А.А., магистрант
Эйдельман Б.М., к.э.н., доцент
Бунаков О.А., к.э.н., доцент
Башнанова А.С., магистрант
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

A.A.Shirmankina,
Undergraduate
B.M.Eidelman,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
O.A.Bunakov,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
A.S.Bashnanova,
Undergraduate
Kazan (Volga region)
Federal University

Аннотация

В статье ставится задача рассмотреть значение геополитической обстановки на развитие туризма. Показано, что геополитический фактор играет существенную роль в распределении туристических потоков в мире.

Absract

In article the task to consider the value of a geopolitical situation on tourism development is set. It is shown that the geopolitical factor plays an essential role in distribution of tourist streams in the world.

Ключевые слова: геополитика, развитие, туризм, политическая нестабильность, туристские потоки.

Keywords: geopolitics, development, tourism, political instability, tourist streams.

Введение. Развитие индустрии туризма связано не только с экономическим и социальным развитием общества, но также с его политической обстановкой. Поэтому геополитический фактор можно отнести к числу основных факторов, которые непосредственно влияют на динамику и распределение туристских потоков в мире. Поскольку туристы не хотят подвергаться даже незначительным рискам, особенно в незнакомых странах, очевидно, что дестабилизация политической ситуации в стране сразу же снижает поток туристов. Учитывая геополитический фактор, можно будет сделать вывод о состоянии развития туризма в регионе. Всемирная туристская организация (ВТО) обеспокоена развитием туризма в условиях политической нестабильности в некоторых странах, которая создает серьезную угрозу для личной безопасности туристов [1, 2].

Цель исследования. Определение роли геополитического фактора в распределении туристических потоков в мире.

Результаты исследования. Эксперты Всемирной туристской организации определили три типа нестабильности в туризме, которые вызваны политическими причинами или угрозами безопасности туристов. Прежде всего, это долгосрочная глобальная нестабильность, вызванная продолжающимися военными действиями или актами терроризма. В качестве примеров можно привести Ливан, Северную Ирландию, Шри-Ланку, Уганду, Алжир, Афганистан или бывшие югославские республики. Военные конфликты способны в короткий срок уничтожить развитую туристскую индустрию. Как это случилось в бывшей Югославии, Ираке и других странах мира. Это может быть вызвано другими чрезвычайными ситуациями, такими как враждебная пропаганда или краткосрочный политический кризис. К примеру, туристская инфраструктура бывшей югославской республики являлась одной из самых развитых в Европе. Пятилетняя гражданская война привела к огромным потерям для отраслей туризма в Хорватии, Сербии, Черногории, Боснии и Герцеговине. Турпотоки были значительно сокращены, а также сместились от европейского Средиземноморья к другим частям мира [3, 4].

Из-за эскалации напряженности в регионе поток туристов из-за пределов Ливана уменьшился. До войны 1975 года доходы от туризма составляли 20% ливанского ВНП, в 1996 году – менее 8%. В целях активизации индустрии туризма в стране в феврале 1997 года правительство Ливана организовало «Летний фестиваль арабского туризма». Чтобы привлечь внимание к туристской области, была организована обширная рекламная кампания, а также снижены цены на отели в Ливане. Алжир практически полностью закрыт для туристов. Террор местных исламистов делает пребывание иностранцев чрезвычайно опасным.

Во-вторых, напряженность и неопределенность в отношении туристских маршрутов, таких как насилие, религиозный экстремизм и другие проявления насилия в Египте, Индии, Израиле, Ямайке, Кении, Перу, Южной Африке, на Филиппинах или в Турции, оказывают негативное влияние

на развитие индустрии туризма и гостеприимства. Это может привести к дестабилизации и перераспределению туристов в более спокойные страны мира.

С 1992 года левые исламские фундаменталисты объявили, что они намерены свергнуть египетское правительство. Это привело к заметному уменьшению числа посетителей в стране. Туризм являлся одним из наиболее важных элементов дохода в египетской экономике и входил в первую тройку по поступлению в бюджет иностранной валюты, исторические и культурные памятники ежегодно привлекали более 3,5 миллионов туристов, но события в начале 1990-х годов сократили этот поток. В Египте погибло 1100 иностранных туристов. Первая атака началась в 1994 году, когда исламские террористы открыли огонь по автобусам с испанскими туристами, убив четырех человек. Особенно кровавой была террористическая атака, произошедшая в Луксоре в ноябре 1997 года, когда было убито 68 туристов и более 100 получили ранения. Среди погибших – японцы, швейцарцы, немцы, испанцы, арабы, бельгийцы.

Трагедия возле Луксорского храма привела к резкому снижению развития туризма в Египте и его перераспределению в другие страны, такие как Тунис, ОАЭ, Таиланд, Сейшельские и Мальдивские острова. В январе 1998 года в Каире, штаб-квартире Лиги арабских государств, совещание министров туризма из восьми арабских стран решило помочь Египту. Арабские туристы, на долю которых приходится одна треть от общего числа туристов в Египте, тратили в Египте гораздо больше денег, чем экономные европейцы. Вот почему министры решили объявить 1998 год годом арабского туризма в стране и предложили ввести единую общеарабскую визу, чтобы побудить все арабские страны посетить Египет. После трагедии в Луксоре в 1994 году, когда западные туристы начали опасаться поездок в Египет, российским туристическим агентствам фактически была открыта «зеленая улица». Однако в 1999 году туристы из Германии, Англии и Италии вернулись в страну. Преимущественно, западные турагентства начали свою деятельность в известных и проверенных отелях, в то время как российским турфирмам предоставлялись новые отели, часто просто незаконченные [5, 6].

Наконец, в-третьих, даже единичные явления терроризма, кратковременные беспорядки могут привести к нестабильности в индустрии туризма. Как и в случае беспорядков в Китае, Франции, Японии и Соединенном Королевстве. В 1989 году на площади Тяньаньмэнь в Китае был подавлен студенческий протест, взрыв бомбы в аэропорту Хитроу в Лондоне, распыление токсичного газа Зорина в Токио в 1996 году, ряд взрывов произошел в парижском метро с 1996 по 1997 год – эти и другие случаи могут повлиять на развитие туризма и привести к потере туристов.

Выводы. Поэтому в случае серьезного политического хаоса или гражданской войны туризм не может существовать до тех пор, пока эти бес-

порядки не прекратятся. Менее серьезная геополитическая обстановка побуждает лидеров правительства и туризма найти выход из кризиса и сформировать национальный или международный план развития туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1) Воронкова Л. П. Влияние геополитической обстановки на международный туризм // Экономика и управление: проблемы, решения. МГУ им. М. В. Ломоносова. 2016. №5. С. 41-46.

2) Игнатьева И.Ф. Динамика мировых туристических потоков в геополитическом аспекте // Вестник Национальной академии туризма. 2011, № 2 (18). С. 12–15.

3) UNWTO World Tourism Barometer // Sustained growth in international tourism despite challenges [Электронный ресурс]. URL: http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2017_01.pdf. (Дата обращения: 07.03.18).

4) Бунаков О.А. Развитие регионального туризма с учетом национальных особенностей (на примере Республики Татарстан) // Российские регионы: взгляд в будущее. 2017. Т. 4. № 1. С. 138-144

5) Бунаков О.А. Кластерный подход к позиционированию в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. №28. С. 64-70. Режим доступа: http://www.uecs.ru/index.php

6) Эйдельман Б.М., Бунаков О.А. Эволюция концепций управления устойчивым развитием туризма в регионах // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 1. С. 191- 194.

УДК 338.48

АКТУАЛЬНОСТЬ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

THE RELEVANCE OF SPORTS TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Бучкова М.Д., студент,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Урденко Е.А., студент,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics),
Professor, "Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

M.D. Buchkova, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol,
E.A. Urdenko, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрена актуальность спортивного туризма в Российской Федирации. Проанализировано современное состояние, проблемы и перспективы развития спортивного туризма. Предложены рекомендации по улучшению состояния спортивного туризма в Российской Федерации.

Annotation

The article considers the relevance of sports tourism in the Russian Federation. The current state, problems and prospects of sports tourism development are analyzed.

Ключевые слова: спортивный туризм, спортивная деятельность, соревнования, экскурсия.

Keywords: sports tourism, sports activity, competitions, excursion.

Введение. Спортивный туризм самостоятельная и социально – ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества; эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями; форма «народной дипломатии» основанной на реальном знакомстве с жизнью, историей, культурой, обычаями народов, наиболее демократичный вид отдыха, характеризующийся специфической формой народного творчества, свободным выбором формы собственной активности всех социально – демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста заканчивая пенсионерами.

Цель исследования. Исследовать современное состояние спортивного туризма в Российской Федерации. Разработать меры по усовершенствованию данного вида туризма с целью его популяризации.

Результаты исследования. Спортивный туризм на данный момент является очень популярным видом отдыха в России. Не зависимо от возраста, социального статуса, этнической принадлежности туристы выбирают активный отдых. В современном мире все больше становиться актуально вести здоровый образ жизни, а спорт это неотъемлемая часть здоровья. Спортивный туризм помогает поддерживать себя в хорошей физической форме.

Спортивный туризм в России является национальным видом спорта, имеющим многолетние традиции. Он включает в себя не только спортивную составляющую, но и особую духовную сферу, и образ жизни самих любителей странствий. Центрами развития спортивного туризма по-прежнему

остаются некоммерческие клубы туристов («туристские клубы»), хотя многие туристы занимаются им самостоятельно.

Вид спорта «Спортивный туризм» включен во Всероссийский реестр видов спорта под номером 0840005411Я (2006—2009 г.) [1].

Спортивный туризм – это общенациональный вид спорта в России, отражающий национальные традиции России. Спортивным туризмом в России занимаются до 3 млн. человек [2].

Развитием спортивного туризма в России занимается Туристско-спортивный союз России и его технический комитет – Федерация спортивного туризма России, которые объединяют более 70 коллективных членов, субъектов Российской федерации. Более того, спортивный туризм, как отдельный вид туризма сегодня является приоритетным видом туристской деятельности в России.

Организационными формами спортивного туризма являются: походы, соревнования, экспедиции, экскурсии.

Виды активного туризма, не включены в спортивную классификацию, разнообразны. К наиболее известным из них относятся: горнолыжный, водно-моторный, конный и другие.

Наиболее популярные виды спортивного туризма в РФ: водный туризм, горный туризм, лыжный туризм, морской туризм.

Спортивный туризм способствует закалке организма, физическому развитию, познанию живой природы, изучению флоры и фауны, расширению кругозора, овладению навыками поведения в природе.

В Программе развития спортивного туризма в РФ на 2011-2018 гг. отмечено, что в соответствии с возрастным признаком «спортивный туризм включает детский, юношеский, молодежный, взрослый, среди пожилых, семейный, разновозрастной» [3].

Еще одно деление спортивного туризма на виды представлено в пособии Е. Н. Артемовой. Она выделяет активный и пассивный спортивный туризм. «При активной основой является потребность в занятии каким-либо видом спорта. При пассивном – это интерес к виду спорта, наблюдение».

Гварлиани Т. Е. с соавторами отмечает, что в спортивный туризм входит спортивная деятельность, а именно: водный туризм, зимний спорт, охота и рыболовство и гольф. Они отмечают, что водный туризм сегодня находится на подъеме, обусловленном развитием средств передвижения [4].

Таким образом, можно сказать, что разновидностей спортивного туризма большое множество. Это говорит о его популярности, о его актуальности и важности. Он затрагивает все возрастные категории туристов, различные способы передвижения, уровни сложности и продолжительности. Каждый может выбрать приемлемый вид спортивного туризма для себя.

Выводы. Таким образом, мы пришли к выводу, что спортивный туризм сегодня – это один из перспективных видов туризма как в России, так и за рубежом. Спортивные мероприятия собирают большое количество любителей спорта, которые готовы ради своих кумиров и любимых видов

спорта преодолевать большие расстояния. Россия сегодня является ярким примером успешного развития спортивного туризма в своих регионах. Российское Правительство и специализированные органы на местах проводят активную политику по усовершенствованию законодательства в области спортивного туризма. Тем не менее в России сегодня существует рад проблем, связанных с развитием спортивного туризма, которые нуждаются в разрешении. Например, такие проблемы, как неравномерное развитие спортивного туризма в российских городах (развитие подобного вида туризма в крупных городах, городах проведения спортивных мероприятий), небольшое количество спортивных туров в туристских предложениях российских туроператоров, практическое отсутствие пакетных спортивных туров на российском туристском рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Единая всероссийская спортивная классификация. 2001-2005 гг.: часть 1.– М.: Советский спорт, 2002.– 376 с. (альпинизм, скалолазание, ледолазание, спортивный туризм).

2. Гулидин П. К. Туризм спортивный: курс лекций / П. К. Гулидин. – Витебск : Витеб. гос. ун-т, 2017. – 115 с. Шифр НББ:1Н//648407(039)

3. Байковский Ю.В. Теория и методика горных видов спорта (альпинизм, скалолазание, ледолазание, ски-альпинизм) 490 часов / Ю.В. Байковский, Д.Н. Гиндия. – М.: РИО РГУФК, 2006. – 38 с.

4. Гварлиани Т. Е. Особенности развития спортивного туризма в Российской федерации / Т. Е. Гварлиани, С. В. Черемшанов // Пространство экономики. – 2012. – № 4. – С. 72–75 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-sportivnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii (12.04.2018).

УДК 338.48

СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

THE STATE OF THE SPHERE OF TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Иванькова А.А., студент,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Питерова В.О., студент,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics),
Professor, "Crimean University of culture, arts
and tourism", Simferopol
A.A. Ivankova, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol,
V.O. Piterova, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

В статье исследованы проблемы и перспективы развития сферы туризма в России, анализируются объемы международных туристских прибытий и выездов российских граждан за период с 2002 по 2014 гг. Проанализировано состояние нормативной базы, определяющее направления развития туризма в Российской Федерации. В работе рассмотрена роль Российской Федерации на рынке международных туристских услуг, выделены основные проблемы развития туризма в стране, намечены пути решения проблем туристской сферы в России.

Annotation

The article investigates the problems and perspectives tourism development in Russia, analyzed the volume of international tourist arrivals and departures of Russian citizens during the period from 2002 to 2014. Analyzes the state of normative base that guide the development of tourism in the Russian Federation. The role of the Russian Federation in the international market of tourist services was reviewed in work, identified the main problems of tourism development in the country, outlined ways solving the problems of tourist areas in Russia.

Ключевые слова: въездной поток, качество жизни, качество туристских услуг, показатель, развитие, конкурентоспособность, туризм, туристский ресурс.

Keywords: inbound stream, quality of life, quality of tourist services, indicator, development, competitiveness, tourism, tourist resource.

Введение. Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики. Существование в Российской Федерации существенных диспропорций в туристской сфере выявило необходимость исследования состояния туризма на современном этапе. В статье проанализированы основные проблемы и перспективы развития въездного и выездного туризма в России; рассмотрена федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации", которая является важным инструментом правовой базы государственной поддержки туризма; дана характеристика туристско-рекреационных особых экономических зон, а также рассмотрены некоторые вопросы законодательного обеспечения развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации**.** [1]

Цель исследования. Провести анализ российского туристского рынка, разработать рекомендации по эффективному использованию туристской инфраструктуры в РФ.

Результаты исследования: В настоящее время туризм как отрасль непроизводственной сферы оказывает серьезное воздействие на развитие экономики России и мирового хозяйства в целом. Вторая половина двадцатого и начало двадцать первого веков характеризуется особым скачком в развитии техники, технологий, общественных отношений, в связи с чем приоритетное направление получила сфера услуг, к которой относится и туристский бизнес.

Туризм занимает лидирующее место в международных внешнеэкономических связях и укрепил своё влияние на формирование валового внутреннего продукта. Анализ туристического потока показал, что в 2016 году Францию посетило свыше 80 млн. туристов, США – 60 млн., Китай – 55 млн. В то время как в России за этот период побывало всего около 2,5 млн. человек. При этом по данным на 2017 год доля туризма в ВВП России составляет 3,4%. Из вышесказанного можно сделать вывод о том, как повышение привлекательности нашей страны для туристов и создание соответствующей инфраструктуры повлияет на ВВП, если Россия приблизится к показателям одной из ведущих по туристическому потоку стран.[2]

Рынок российского туризма развивается крайне неравномерно. Объём выездного туризма преобладает над объёмами въездного и внутреннего туризма. Это значит, что преобладает не только выезд туристов над въездом, но и вывоз за рубеж денег над их поступлением в национальную экономику страны. Согласно показателям, полученным Федеральной службой государственной статистики, число выездных туристских поездок из России за первые 6 месяцев 2017 года выросло на 29% до 17,1 млн. с 13,3 млн. за тот же период 2016 года. Общее число выездных туристских зарубежных поездок из России составило 31,7 млн. в 2016 году. В список десяти наиболее посещаемых россиянами стран входят Абхазия, Турция, Финляндия, Казахстан, Украина, Китай, Эстония, Польша, Таиланд, Германия.[2, с.65]

Так что же мешает развитию туристского бизнеса в России? Если говорить о выездном туризме, то в настоящее время это, прежде всего сокращение уровня доходов населения. По данным Росстата, в 2016 году реальные доходы у россиян сократились в среднем на 5,5% в сравнении с 2015 годом. Это негативная тенденция, если учесть, что рост реальных доходов россиян эксперты в последний раз зафиксировали только в 2013 году.

С точки зрения других экономических факторов, препятствующих росту бизнеса в сфере туристического бизнеса, необходимо отметить нестабильность курсов валют. Резкое падение курса рубля по отношению к доллару в период 2014-2016 годов существенно повлияло на покупательскую способность граждан РФ. Согласно суммарным оценкам турагентств, сложившаяся ситуация многих, планирующих отпуск, заставила остаться дома, а не переориентироваться на внутренний туризм. Также большое влияние

оказывает и сегодняшняя политическая обстановка, сложившаяся вокруг России. Отношения нашего государства с Украиной, трудности, связанные с путешествиями в Турцию и Египет, ограничения, введенные США в части предоставления неиммиграционных виз, совместные санкционные списки Европейского союза и США, законодательно запрещающими выезд для ряда категорий граждан из РФ – все это оказало существенное влияние на снижение туристического потока из России. Не маловажную роль играет и низкий уровень правовой защиты русского туриста за границей. А также участились задержания россиян по запросу третьих стран с последующей их экстрадицией (в частности, США). Не редки случаи, когда граждане России, оказавшись в сложной ситуации во время отдыха в другом государстве, не получают должной правовой поддержки принимающей стороны и дипломатического корпуса РФ.[1, с.126]

Проанализировав статистику въездного туризма в Россию за 2017 год, можно сделать вывод о том, что за этот период не произошло отличительного роста количества иностранных туристов, за исключением туристов из стран Юго - Восточной Азии. Лидирующие позиции заняли такие страны как Китай, Япония и Южная Корея благодаря интересу к круизным турам во Владивосток (Приморье), а также Ульяновскую область, которая в июне 2017 года представила Красный маршрут в КНР. Число въездных туристических поездок в Россию за 3 месяца 2017 года снизилось на 2.5% до 4.4 млн. с 4.5 млн. за тот же период 2016 года по данным Росстата. В 2016 году общее число въездных туристских поездок иностранцев в Россию составило 24.5 миллиона. По-прежнему, наиболее часто выбирающими Россию для посещения странами остаются Украина, Казахстан, Финляндия.[3]

Нельзя не отметить, что практическое отсутствие инфраструктуры для туристов за пределами признанных для нашей страны туристических центров (Москва, Санкт-Петербург.) является серьезной проблемой для России. Региональные центры и рады бы принимать туристов, но не имеют для этого возможностей, зато характеризуются сложностями с размещением, отсутствием профессионального сервиса, неудовлетворительного качества дорог. И даже для тех российских регионов, которые стремятся к совершенствованию своего образа для туристов, не хватает государственной поддержки. В связи с этим, утвержденная государством «Стратегия развития туризма в РФ на период до 2020 года» предполагает реализацию мер поддержки зон приоритетного развития туризма (Крым, г. Сочи, Северный Кавказ, Дальний Восток, Арктика, озеро Байкал, Алтайский край, Поволжье и др.) [3, с.147].

Следует подчеркнуть также отсутствие лоббизма и развития бренда «Россия – Туристическая» за пределами РФ. К сожалению, правительство нашей страны озаботилось продвижением туристической привлекательности России не так давно, при этом толчком к этому послужило предстоящее

проведение в нашей стране крупных спортивных соревнований (Универсиада 2013г. в г. Казань, Олимпиада 2014г. в г. Сочи и Чемпионат мира по футболу в 2018г.) [4].

Проблемы, касающиеся въездного туризма, характерны и для внутреннего туризма, развивающегося в России. Внутренний рынок фактически стагнировал все годы вплоть до 2013 года – рост не превышал 2–3% в год, а дальше произошел резкий рывок на фоне ослабления рубля и падения выезда. По оценкам специалистов, к концу 2017 года показатели внутреннего рынка стабилизируются и составят 1–3% от 2016 года, который был прогрессивным для внутреннего туризма в России.

Особо следует выделить отсутствие эффективной рекламы образа внутренних курортов России, а также необоснованное завышение цен на фоне снижающихся доходов населения. Ввиду отсутствия должного государственного регулирования, контроля и сложившейся культуры ведения туристического бизнеса вопрос ценообразования на услуги в области внутреннего туризма в подавляющем большинстве случаев зависит от владельцев турпродукта [5]. В 2017 году отчетливо виден рост спроса на наиболее бюджетные варианты организованных туров к российским курортам – на базе автобусной либо железнодорожной перевозки. Крым остается наиболее бюджетным вариантом отдыха, но это касается в первую очередь тех туристов, которые готовы пожертвовать комфортом в пользу более экономичного вида отдыха. По отзывам туроператоров, в целом в этом году крымские отельеры значительно подняли цены на размещение в гостиницах полуострова – в среднем на 30%.

Относительно не дешевая на рынке туристических предложений Франция за январь и февраль 2017 года показала 25% роста туристов из России, рост бронирования авиабилетов на три месяца вперед – 32,9% [6]. Стоит отметить, существенный рост туристического потока из нашей страны во Францию, который связан с тем, что генеральное консульство Франции увеличило количество выдаваемых виз гражданам России на 80% по сравнению с тем же периодом 2016 года. В сложившейся ситуации именно страны Европейского Союза сгенерируют у себя если не основной поток выездного туризма, то его стоимостный рост.

Выводы. Необходимо сделать следующие выводы:

1. Россия имеет огромный потенциал стать еще одним уникальным центром туризма на мировой арене. Знаменитые достопримечательности Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Сочи, а также городов Уральского, Дальневосточного регионов и побережья Волги привлекают все больше иностранных туристов.

2. Перспективы развития различных видов активного туризма – горнолыжного, пешеходного, водного, горного, парусного, конного, велосипедного, экстремального – очень широки на территории нашей страны. Однако максимально эффективное использование имеющихся у России ресур-

сов в сфере туризма станет возможным, если государство останется приверженцем взятого курса и продолжит перенимать опыт туристически - развитых стран, адаптируя его и реализуя собственные инновационные решения. Это позволит приблизиться к значению доли туристической отрасли в ВВП к показателю ведущих европейских стран –10%.

3. При нормализации политической обстановки и принятии мер по повышению безопасности другими странами, уровень конкуренции на международном туристическом рынке существенно возрастет, и Россия будет вынуждена вступить в конкурентную борьбу за туристов, и уже не только въездного, но и внутреннего направления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Нарута Я. С., Зенкина Е. С. Разработка тура для китайских туристов на основе туристской инфраструктуры Находкинского городского округа // Молодой ученый. – 2015. – №8. – С. 1262-1265;

2. Мерцалова А. Туристический рынок: туристы пересмотрели виды на Крым // Газета "Коммерсантъ" №83 от 16.05.2016;

3. «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/ (дата обращения: 01.09.17);

4. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 07.09.17);

5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru/ (дата обращения: 01.09.17);

6. Информационное агентство «РИА Новости» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ria.ru/ (дата обращения: 09.09.17).

УДК 338.48

ТУРЦИЯ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

TURKEY AS A CASE STUDY FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
ГБОУ ВО РК "Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Сулима А.С., магистр
ГБОУ ВО РК "Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics),
Professor,
"Crimean University of culture, arts and tourism",
Simferopol
A.S Sulima, magister
"Crimean University of culture, arts and tourism",
Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены и выявлены понятия и тенденции современного международного туризма. Исследованы характеристики Турции как объекта международного туризма. Проанализировано состояние туристской индустрии на примере Турецкого региона. Определено состояние современного туризма в Республике Турция.

Annotation

The article considers and reveals the concepts and trends of modern international tourism. Characteristics of Turkey as an object of international tourism are investigated. The state of the tourism industry on the example of the Turkish region is analyzed. The state of modern tourism in the Republic of Turkey is defined.

Ключевые слова: туристический рынок, туризм, международный туризм, туристская индустрия.

Keywords: tourism market, tourism, international tourism, tourism industry.

Введение. Туризм сегодня это мощная мировая индустрия и крупный бизнес, без которого невозможно представить современную экономику. Современное технологическое оборудование, компьютерные системы управления, подключение гостиниц к международным системам резервирования мест способствуют обеспечению высокого уровня обслуживания туристов. А растущая конкуренция спроса и предложения, которые являются важными составляющими туристского рынка, является главной тенденцией в международном туризме. Именно эти составляющие являются залогом успешного развития отрасли туризма в государстве. Состояние туризма в Республике Турция свидетельствует о развитие данной сферы и современном подходе как субъектов хозяйствования в этой отрасли, так и государства в целом.

Цель исследования состоит в рассмотрении основных тенденций развития современного международного туризма, и изучение его на примере Турецкого региона как объекта международного туризма.

Результаты исследования. Туризм играет все более заметную роль в мировой экономике, поэтому во многих странах мира туризм является бурно развивающейся отраслью.

Сегодня экономические проблемы анализируются, как правило, в контексте общественного и экологического аспекта жизнедеятельности туризма.

Туристический рынок представляет собой взаимозависимую систему компонентов спроса и предложения.

Характеризуя структуру туристического спроса, можно выделить несколько групп критериев:

экономические;

политические;

социально-демографические;

историко-культурологические;

географические;

психолого-поведенческие;

природно-климатические [1].

Изучение характера и механизма влияния разнообразных факторов, влияющих на спрос на рынке туризма, дает возможность определить вероятную реакцию потребителей на те или иные туристские предложения.

Характеристика Турции как объекта туризма

Турция - традиционно одно из самых популярных направлений отдыха российских туристов. Это государство в Юго-Восточной Европе и Юго-Западной Азии. Площадь страны 779452 квадратных километров. Основными туристскими центрами являются такие города, как: Анкара, Стамбул (7000 тыс. чел.), Измир (2000 тыс. чел.), Адана (1000 тыс. чел.), Бурса (900 тыс. чел.), Конья (500 тыс. чел.), Анталья (520 тыс. чел.)[2].

Климат Турции субтропический, средиземноморский, по направлению к востоку становится все более засушливым. Из достопримечательностей в стране сохранено много памятников времён ранних христиан, римлян, средневековые крепости.

Стамбул - это сердце Турции. Здесь - обилие минаретов и сохранившихся памятников византийского искусства, таких как церковь Айя-София, дворцовый комплекс Топкапы (Сераль) - музей с коллекцией султанских драгоценностей. В городе около 500 мечетей, из которых наиболее известны - мечеть Сулеймана (XVI в.), Баязеда II, Шах-заде, Селима (XVI в.), султана Ахмеда (Голубая мечеть, XVII в.). Золотые ворота, Мраморная башня (Мармекуле), церковь Хора с византийской мозаикой (XIV в., ныне мечеть Победы), Гелатская башня и морской музей также великолепны.

В Анкаре - музей Анатолийских цивилизаций, Старый город, расположенный вокруг средневековой цитадели, и памятник Кемалю Ататюрку.

Морские курорты: Анталья, Аланья, Кемер, Кушадасы, Бодрум, Мармарис, Фетхие и др.

Горнолыжные курорты: Паландокен (возле Эрзурума, сезон с ноября по март), Улудаг (возле Бурсы, сезон с декабря по март).

Состояние туристской индустрии характеризуется как достаточно развитое. Ежегодно Турцию посещают миллионы туристов из разных стран мира. Россия не является исключением. По некоторым прогнозам, к 2020 году количество желающих отдохнуть в Турции вырастет до 25 млн. человек [3].

Туризм - основной сектор турецкой экономики, который приносит доход. Поэтому он не испытывает недостатка в регулярных инвестициях. Турция является относительно дешевой страной для отдыха.

По стандартам Международной организации гражданской авиации аэропорты соответствуют первой международной категории.

На данный момент правительство Турецкой Республики назвало два сектора, которые могут помочь стране справиться с экономическим кризисом, - туризм и увеличение экспорта. Турция – постоянный объект внимания российских туроператоров. И дело не только в особом интересе к восточной экзотике, но прежде всего в море и жарком солнце, низких ценах, качественном обслуживании, профессионализме турецких турфирм, упрощенной визовой процедуре. Не говоря уже о необыкновенном радушии турецкого народа, обилии развлечений, богатой культуре.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что:

1. Туристская индустрия – это совокупность гостиниц и иных средств размещения, транспортных средств, предприятий общественного питания, средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также учреждений, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков.

2. Для развития туристской индустрии в государстве необходим комплексный подход как со стороны субъектов хозяйствования отрасли, так и государством.

3. Необходима четкая законодательная база отрасли туризма, которая являлась бы необходимым рычагом воздействия на государственные институты, с целью оказания последними реальной поддержки.

4. Развитая транспортная инфраструктура оказывает серьезное содействие процветанию отрасли туризма, о чем свидетельствует пример Турецкой республики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дмитревский Ю.Д. Туристские районы мира: Учебное пособие.- Смоленск: Изд-во СГУ, 2000. – 224с.

2. Никитина М. Г. Турция: формирование геоэкономического пространства / М. Г. Никитина, К. А. Гриваков. – Симферополь, 2009. – 176 с.

3. Статистический институт Республики Турция. Электронный ресурс. – Режим доступа: turkstat.gov.tr

УДК 338.48(470)(082)

ТУРИСТСКИЙ СЕКТОР В РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

THE TOURIST SECTOR IN RUSSIA: MODERN REALITIES AND PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

Сидорова Д.В., к.г.н.,
старший преподаватель
Коновалова А.В., аспирант,
Щербаченко А.В., студент
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»,
г. Краснодар

Sidorova D.V., Candidate of Geography Sciences, senior teacher
Konovalova A.V., post-graduate student,
Shcherbachenko A.V., student
«Kuban State University», Krasnodar

Аннотация

В статье выполнен анализ современного состояния рынка туристской индустрии, на основании который сформулированы возможные пути развития.

Annotation

In article the analysis of the current state of the market of the tourist industry, on the basis which possible ways of development are formulated is made.

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационный комплекс, въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм, туристский поток.

Keywords: tourism, tourist and recreational complex, entrance tourism, outbound tourism, internal tourism, tourist stream.

Введение. Туризм сегодня это одна из динамичной развивающихся отраслей экономики, которая имеет огромное значение для социально-экономического развития региона (страны). Так, современный уровень развития туризма влияет на другие отрасли экономики, стимулирует малый и средний бизнес, предоставляет рабочие места для трудоспособного населения, повышает качество жизни населения, а также определяет количество налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. В настоящее время доля туризма в структуре внутреннего валового продукта в Российской Федерации составляет 1,5 %, в то время как в разных странах среднее значение этого показателя достигает 10 %.

Цель исследования. Изучение современного состояния туристской индустрии в России является несомненно важным для определения социально-экономического эффекта от развития туризма, поскольку туризм оказывает разностороннее влияние на многие отрасли экономики.

Результаты исследования. За последние два года туристский рынок России претерпел значительные изменения: на фоне снижения числа турпоездок за рубеж стал расти внутренний и въездной туризм. Этому способствовали напряженная геополитическая обстановка, введенные в отношении нашей страны санкции и рост цен [1,2].

По данным Ростуризма, количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию государств дальнего зарубежья, увеличилось. Наиболее популярными странами у россиян стали: Финляндия, Германия, Испания, Китай, Эстония, Греция, Тунис, Польша, Кипр и Таиланд (рис. 1).

Анализ выездного потока показывает, что расширяются туристские предпочтения российских граждан: наряду с традиционным интересом к странам с теплыми морями, у россиян все более популярными становятся страны, где пляжный отдых можно совместить с интересной культурно-познавательной программой, а также с лечением.

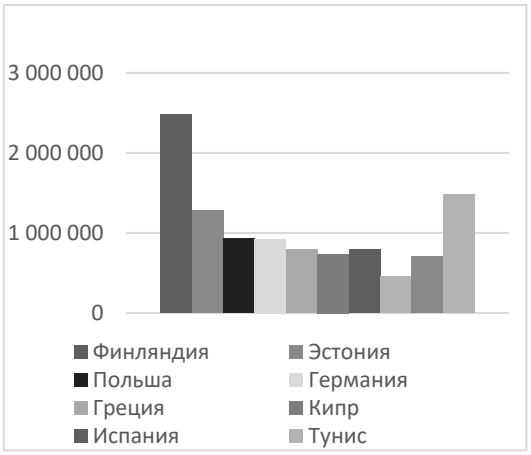

Рис. 1. Количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию государств дальнего зарубежья

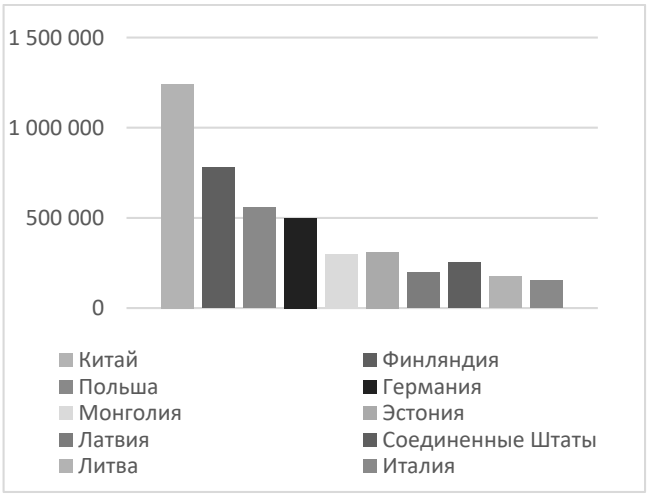

Рис. 2. Количество поездок граждан стран дальнего зарубежья с целью туризма на территорию РФ

Согласно информации ЮНВТО, Россия в 2015 году впервые вошла в десятку наиболее часто посещаемых туристами государств. С целью туризма в Россию в 2017 году было совершено 30 972 000 визита. Наибольший интерес туризм в России вызывает у граждан таких стран как Китай, Польша, Монголия, Латвия, Литва, Финляндия, Германия, Эстония, США, Италия (рис. 2).

Сами же россияне все больше предпочитают внутренний туризм внешнему. Около 20% внутреннего туристского потока приходится на поездки с культурно-познавательными целями [4]. Среди регионов России особенно выделяются Центральный и Северо-Западный федеральные округа, что обусловлено богатым историко-культурным наследием этих регионов. Также следует отметить отдельные регионы Южного, Приволжского, Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, которые имеют значительные потенциальные возможности для развития культурно-познавательного туризма. Полноценное развитие культурно-познавательного туризма в вышеназванных регионах невозможно из-за неудовлетворительного состояния дорожно-транспортной и другой туристской инфраструктуры большинства перспективных с точки зрения культурно-познавательного туризма регионов. Развитие такого вида туризма позволит привлечь дополнительно более 6 млн. российских и иностранных туристов.

В России существует большой потенциал для развития различных видов активного туризма – горнолыжного, пешеходного, водного, горного, парусного, конного, велотуризма, экстремального туризма и др. Растущий спрос на активный отдых позволяет прогнозировать дальнейшее интенсивное развитие горнолыжного и других видов активного туризма (табл. 1).

Таблица 1

Отдельные приоритетные направления для развития внутреннего и въездного туризма и их вклад в турпоток

Вид туризма	Регионы развития (федеральные округа)	Потенциальное (дополнительное) количество туристов
Культурно-познавательный	Центральный, Северо-Западный, Южный, Приволжский, Сибирский и Дальневосточный	6 млн человек
Активный	Повсеместно	2,5 млн человек
Экологический	Дальневосточный, Приволжский, Уральский, Северо-Западный, Северо-Кавказский, Южный, Центральный, Сибирский	0,3 млн человек
Морские и речные круизы	Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Сибирский, Дальневосточный	1 млн человек

Экологический туризм имеет уникальные возможности для развития в России: богатое природное наследие, разнообразие флоры и фауны. В настоящее время на долю экологического туризма в общей структуре российского туристского рынка приходится около 1 %. Основные регионы развития экологического туризма в России сосредоточены в Дальневосточном, Приволжском, Уральском, Северо-Западном, Северо-Кавказском и Южном федеральных округах. Большой потенциал имеют регионы Центрального и

Сибирского федеральных округов.

Морские и речные круизы – одни из наиболее популярных и динамично развивающихся видов путешествий. Круизный туризм в большей степени развит в Центральном, Северо-Западном, Приволжском и Южном федеральных округах. Перспективными регионами для развития круизного туризма являются Сибирский и Дальневосточный федеральные округа. Развитие такого вида туризма позволит привлечь дополнительно не только российских, но и иностранных путешественников.

Выводы. Таким образом, в настоящее время развитие внутреннего и въездного туризма является приоритетными направлениями для Российской Федерации. Внутренний туризм в России, прежде всего, будет развиваться за счет активных видов туризма, а также за счет экологического. Въездной туризм на современном этапе развития туризма в России развивается преимущественно за счет богатого историко-культурного потенциала страны. Одним из приоритетных направлений въездного туризма могут стать круизы (преимущественно морские) [3].

Перечисленные выше приоритетные виды туризма получат большое развитие в случае проведения следующих мер, направленных на улучшение состояния туристской отрасли в России, а именно повышение доступности и улучшение потребительских свойств отечественных турпродуктов, развитие инфраструктуры, диверсификация туристических предложений, повышение качества туристического сервиса, повышение прозрачности рынка, повышение информированности туристов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Венско Д.В. Состояние туристской отрасли Республики Крым: до и после вступления в состав Российской Федерации / В.Д. Венско, А.В. Коновалова, Д.В. Сидорова // Региональные географические исследования: сб. науч. тр. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. Вып. 1 (11).

2. Покатилов С.А. Молодежный туризм как перспективное направление развития туризма в Краснодарском крае / Покатилов С.А., Сидорова Д.В., Коновалова А.В., Филобок А.А. // Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2016. Вып. 10.

3. Сидорова Д.В. Современные тенденции и приоритетные направления развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края / Д.В. Сидорова, А.В. Коновалова, В.Д. Венско // Региональные географические исследования: сб. науч. тр. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. Вып. 1 (11).

4. Словарь географических названий Краснодарского края: в 3 т. Т. 2: Экономическая география / под ред. М.Ю. Беликова, В.В. Миненковой, С.А. Шатилова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017.

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Хаирова Э.А., к.э.н., доцент кафедры мировой экономики и экономической теории «КИПУ», г. Симферополь

Khairova E. A.,Candidate of Economics, Associate Professor Department of world economy and economic theory, "Crimean engineer-pedagogical University",Simferopol

Аннотация

В статье исследуется развитие международного туризма в Российской Федерации в современных условиях, охарактеризованы понятия внутреннего и въездного туризма, выявлены направления развития международного туризма в государстве. Проанализирована динамика развития въездного туризма в России, а также выявлены проблемы и перспективы развития туризма в государстве.

Annotation

The article examines the development of international tourism in the Russian Federation in modern conditions, characterized by the concept of domestic and inbound tourism, identified areas of development of international tourism in the state. The dynamics of incoming tourism development in Russia is analyzed, as well as the problems and prospects of tourism development in the state are revealed.

Ключевые слова: международный туризм, ЮНВТО, въездной и внутренный туризм, иностранные туристы.

Key words: international tourism, UNWTO, inbound and domestic tourism, foreign tourists.

Введение. В современных условиях туризм является одним из самых высокодоходных и эффективных отраслей экономики государства. В условиях Российской Федерации туристическая отрасль находится на стадии становления и развития. Развитие туристической индустрии стимулирует рост экономики государства (интенсивное развитие более 50 смежных отраслей), активизирует развитие малого и среднего бизнеса, увеличивает занятость населения, сглаживает диспропорций территориального развития,

повышает качество жизни населения, увеличивает объем экспортных услуг и поступление налогов в бюджет. В настоящее время доля туризма в ВВП Российской Федерации составляет 1,5%, а в странах мира аналогичный показатель - 10%, что обуславливает необходимость дальнейшего развития потенциала туризма в государстве и актуальность темы исследования.

Цель исследования. Изучить особенности и тенденции развития международного туризма в Российской Федерации.

Результаты исследования. Основополагающим и наиболее компетентным органом в сфере международного туризма является Всемирная туристская организация (ЮНВТО) (англ. United Nations World Tourism Organization; UNWTO) — учреждение ООН, занимающаяся развитием устойчивого и общедоступного туризма. Согласно общепринятой классификации туризма принятой ЮНВТО туризм разделяют на международный и внутренний.

Международный туризм охватывает поездки путешествующих лиц с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства. Пересечение государственной границы для них связано с определенными формальностями: оформлением заграничных паспортов и виз, прохождением таможенных процедур, валютным и медицинским контролем [2].

Несмотря на существенные различия, международный и внутренний типы туризма теснейшим образом связаны между собой. Внутренний туризм выступает своего рода катализатором международного туризма. Он способствует освоению новых рекреационных ресурсов и районов созданию базовой туристской инфраструктуры, подготовке специалистов и тем самым оказывает содействие интеграционным процессам и формированию единого мирового туристского пространства.

В соответствии с рекомендациями ЮНВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма[2]:

внутренний туризм - путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;

въездной туризм - путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;

выездной туризм - путешествия резидентов одной страны в какую либо иную страну.

Согласно аналитическим данным ЮНВТО, Россия занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма. Россия располагает огромным туристическим потенциалом (культурное наследие, природное разнообразие) как для развития внутреннего туризма, так и для въездного туризма.

Туристская отрасль регулируется Федеральным законом N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности», который устанавливает понятия, принципы регулирования и приоритеты развития. Приоритетными направлениями государственного регулирования туристической деятельности яв-

ляются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма [4].

В настоящее время в России туристическая отрасль и инфраструктура находятся в процессе развития, согласно государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы, Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», в частности предполагается в наиболее благоприятных туристических регионах создать туристические особые экономически зоны с благоприятными условиями для развития туристического бизнеса.

Выделим основные направления развития международного туризма в России:

Горнолыжный спорт и туризм. Крупнейшие горнолыжные базы расположены на Кавказе - в Приэльбрусье (Кабардино-Балкарская республика) и Карачаево-Черкесской республике. На сегодняшний день горнолыжные курорты России активно развивают свою инфраструктуру: обновление горнолыжный трасс, подъемников, строительство отелей. Появился новый вид горнолыжного туризма – скитур, предполагающего прохождение маршрутов по определенной местности на специальных лыжах, совмещая подъемы и спуски.

Деловой туризм. Несмотря на сложившуюся политическую ситуацию, объемы международных связей России с зарубежными странами увеличиваются. Вследствие чего увеличивается поток туристов приехавших с деловыми целыми. В большинстве крупных промышленных и культурных центрах возрастает количество строительства комфортабельных, удобно расположенных конгресс отелей. Развитие бизнес-туризма обуславливает широкое возможности для будущего увеличения инвестиционного потенциала страны и международного сотрудничества.

Круизный туризм. Круизы - разновидность водного туризма и одно из ведущих направлений внутреннего и въездного туризма в России. Большинство иностранных туристов предпочитают круизы Москва - Санкт-Петербург продолжительностью 3-4 дня в один конец, а также долгие круизы по Волге и сибирским рекам: Лене, Енисею, Оби, Амуру.

Паломнический туризм. В России постепенно возрождается паломничество как самостоятельный вид массового туризма. Паломнический туризм способствует духовному росту и развитию человека, дает возможность принять участие в богослужениях, крестных ходах, монастырских трапезах, омовении в святых источниках.

Рыболовные и охотничьи туры. В Мурманскую область ежегодно приезжают тысячи любителей рыбной ловли, в их числе туристы из Скандинавии, Европы, США, которых доставляют на место на вертолетах в лесные глубинки, куда не добраться на машине.

Событийный туризм. Событийный туризм начал развиваться в России не так давно. Соответственно, событий, способных привлечь туристов в

Россию, пока не достаточно много. Среди событий, привлекающих туристов в Россию, - крупные международные спортивные соревнования, культурные события - Московский международный кинофестиваль, этнические и религиозные праздники.

Экологический туризм. Один из самых перспективных видов туризма во всем мире - экотуризм. На территории Российской Федерации и в частности в Республике Крым, есть все необходимые условия для развития этого вида туризма. Экотуризм способствует сохранению первозданной природы, росту занятости местного населения и направлен на развитие устойчивой экономики государства. В список мирового наследия ЮНЕСКО входит пять российских природных объектов: девственные леса Коми, озеро Байкал, вулканы Камчатки, золотые Алтайские горы, Западный Кавказ. В России имеется достаточное количество привлекательных для экотуризма уголков.

Изучение специфики развития международного туризма в России предполагает проведение анализа въезда иностранных туристов на территорию России. Начиная в 2014 года туристический рынок России заметно изменился: сократились турпоездки за рубеж, внутренный туризм увеличился на 18%. Рассмотрим динамику въезда иностранных туристов в Россию в период с 2014 по 2016 гг. (рис.1).

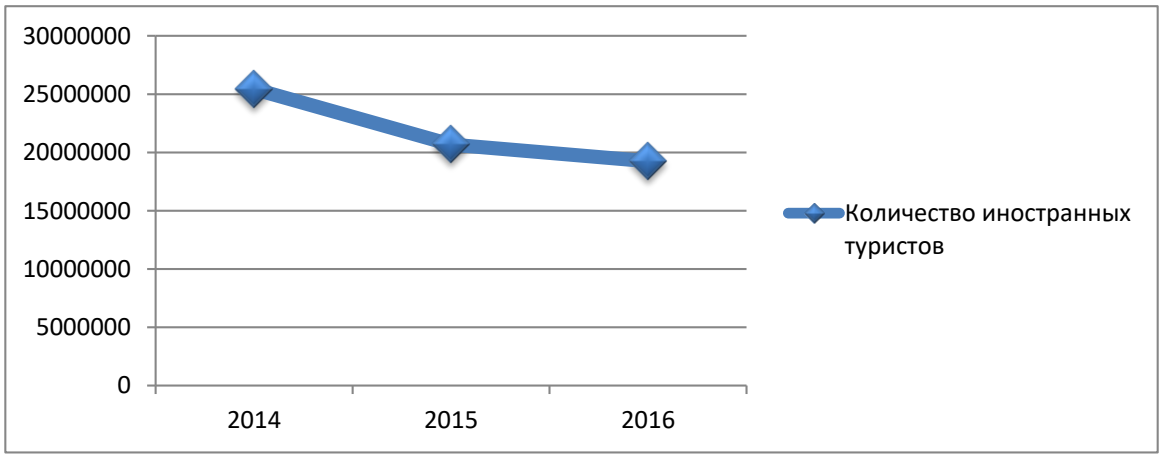

Рис.1 Динамика въезда иностранных туристов на территорию РФ за период 2014 – 2016 гг. [3]

Согласно данным рисунка 1, въезд иностранных туристов за три отчетных года на территорию РФ сократился на 25%, что негативно отразилось на социально-экономическом положении государства. Однако согласно прогнозам Федерального агентства по туризму РФ въездной туризм увеличится в скором времени на 6%.

Рассмотрим изменения въезда в Российскую Федерацию туристов по странам, занимающие главное место в международном туризме для страны, за период 2015-2016 г. (табл.1.)

Таблица 1

Количество поездок граждан зарубежных стран с целью туризма на территорию РФ 2015 – 2016 *

№	Страна	2015	2016	Изменения (%)
1	Украина	6 648 424	6 805 238	2
2	Казахстан	3 840 567	2 771 820	-28
3	Китай	929 835	1 072 585	15
4	Финляндия	1 072 358	1 052 323	-2
5	Польша	1 299 277	835 427	-36
6	Азербайджан	619 585	690 403	11
7	Узбекистан	602 605	521 783	-13

*Составлено по данным [3]

Анализ данных таблицы 1, позволяет сделать вывод, что в целом наблюдается сокращение количества иностранных туристов, а соответственно развитие международного туризма в РФ. Наибольшее сокращение характерно для туристов из Польши и Казахстана. Значительный прирост характерен для туристов из Китая и Азербайджана.

По состоянию за 9м.2017г. по сравнению с аналогичным показателем 2016г. (+- %) изменение количества поездок граждан зарубежных стран с целью туризма на территорию РФ сократилось в целом на 3%, при этом следует отметит значительное увеличение данного показателя по следующим странам: Беларусь -34%, Грузия – 26%, Республика Корея - 49%, Япония – 21%, Индия -21%, Канада – 26%, Турия – 103% , Тайланд – 56%, Словакия – 54%[3].

Выводы: в сложившихся условиях развитие международного туризма в Российской Федерации осложнено политической и экономической нестабильностью. Эти обстоятельства негативно отражаются на прибытиях потенциальных иностранных туристов в страну, а также на вложениях иностранных бизнесменов в развитие туристской инфраструктуры страны.

Правительство государства на высшем уровне и представители турбизнеса России принимают активные меры по развитию международного туризма в стране. Намечены основные направления развития туристической отрасли с учетом адаптации международного опыта. В частности реализации таких мероприятий: развитие туристической инфраструктуры в рамках Федеральных целевых программ, повышение качества и доступности туристического сервиса и туристических услуг, повышение информированности туристов, разработка и обновление туристических предложений и д.т. Использование международного опыта в организации, контроле и прогнозировании туристического бизнеса в ближайшей перспективе активизирует развитие международного туризма в РФ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдуразакова Я.М. Современный международный туризм: тенденции и перспективы. Вестник Астраханского государственного технического университета. № 2 / 2010.

2. Международный туризм на пути к рекордному году [Электронный ресурс] // – Режим доступа: http://www2.unwto.org/ru/press-release/2017-11-08/mezhdunarodnyi-turizm-na-puti-k-rekordnomu-godu

3. Официальный Сайт Федерального Агентства по Туризму РФ. [Электронный ресурс] // – Режим доступа: www.russiatourism.ru

4. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ». От 24 ноября 1996 г. (с изменениями № 12-ФЗ от 5 февраля 2007 г.). - Консультант Плюс: Справочные правовые системы [электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant

УДК 338.48

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ СВЯЗЕЙ КИТАЯ И РОССИИ

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURIST RELATIONS OF CHINA AND RUSSIA

Шабалина С.А., Максимова В.И.
Казанский Федеральный Университет

S. A. Shabalina, V. I. Maksimova
Kazan Federal University

Аннотация

В данной статье анализируется современное состояние взаимных туристских потоков между странами – Китаем и Россией. Сопоставляется динамика посещений, экономическая ситуация в странах, способствующая развитию вьездов и выездов из них. На основании аналитической ситуации делаются выводы по перспективам развития туристических отношений между странами.

Annotation

This article analyzes the current state of mutual tourism flows between countries like China and Russia. The dynamics of visits, the economic situation in the countries, contributing to the development of arrivals and departures from them are compared. Based on the analytical situation, conclusions are drawn on the prospects for the development of tourism relations between the countries.

Ключевые слова: туризм, российско-китайские отношения, туризм в Китае, туризм в России, Chaina Frendly.

Keywords: tourism, Russian-Chinese relations, tourism in China, tourism in Russia, Chaina Frendly.

Введение. На сегодняшний день КНР поставляет наибольшее количество туристов по всему миру, в то время как Россия практически не вовлечена в международный туризм. Соответственно, для России сотрудничество с Китаем как со страной с передовой индустрией туризма в данной сфере представляет колоссальную важность и необходимость, а для нас, в свою очередь, важность представляет изучение данных взаимоотношений и возможные перспективы их развития.

Цель исследования. Сопоставить динамика посещений, экономической ситуации в странах, способствующих развитию вьездов и выездов из них. Исследовать перспективы развития туристических отношений между странами.

Результаты исследования. КНР удается полностью реализовывать свой туристический потенциал, активно распространяя свою культуру на международный туристский рынок. Сегодня Китай занимает первое место по показателям выездного туризма, а также по количеству расходов туристов за рубежом (рис. 1).

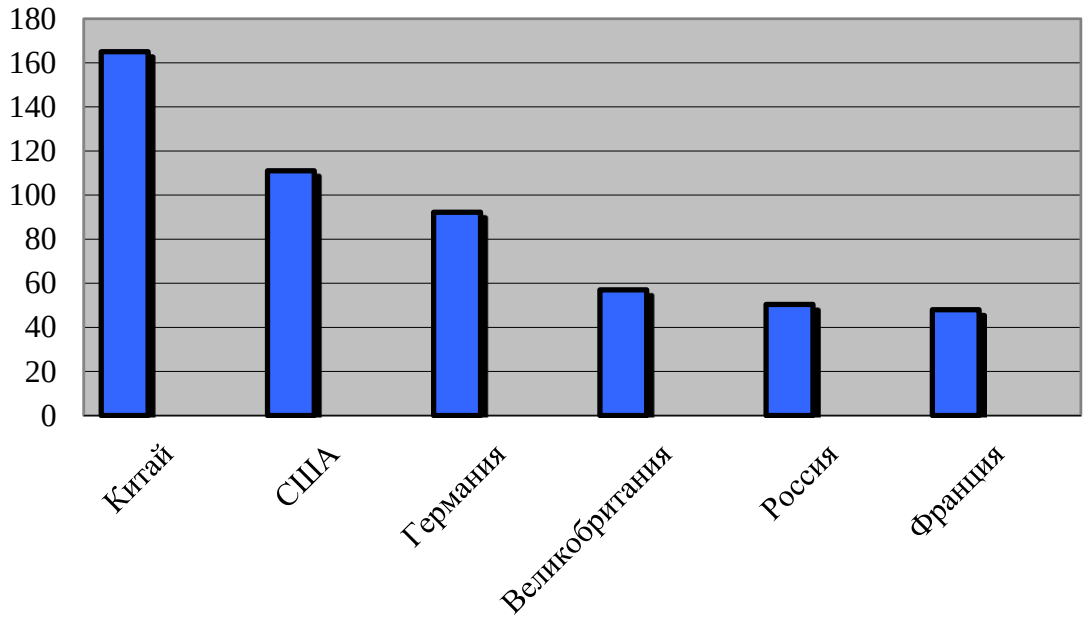

Рис. 1. Международные туристские расходы за 2014 год (млрд. $) [4]

Началом перспективного развития сотрудничества между Россией и Китаем в области туризма можно считать 18 мая 1989 г., когда М.С. Горбачев нанес визит в КНР, а после - 15-19 мая 1991 г. - состоялся ответный визит Цзян Цзэминя в СССР. Данный визит «открыл» Россию для Китая, и наша страна стала рассматриваться китайской стороной как перспективное направление для развития туризма.

Период с середины 1990-х гг. по начало 2000-х ознаменован наиважнейшими Соглашениями, которыми оба государства руководствуются и по сей день. Взаимодействие между РФ и КНР в области туризма во многом

носит стратегический характер. В то время как китайские туристы стали более состоятельными и все чаще приезжают в Россию не только в целях культурно-познавательного туризма, но и в целях шопинга, поток туристов из России в Китай падает (рис. 2). Опираясь на наиболее свежие данные, предоставленные российской туристической ассоциацией «Мир без границ», можно предположить дальнейшее развитие событий.

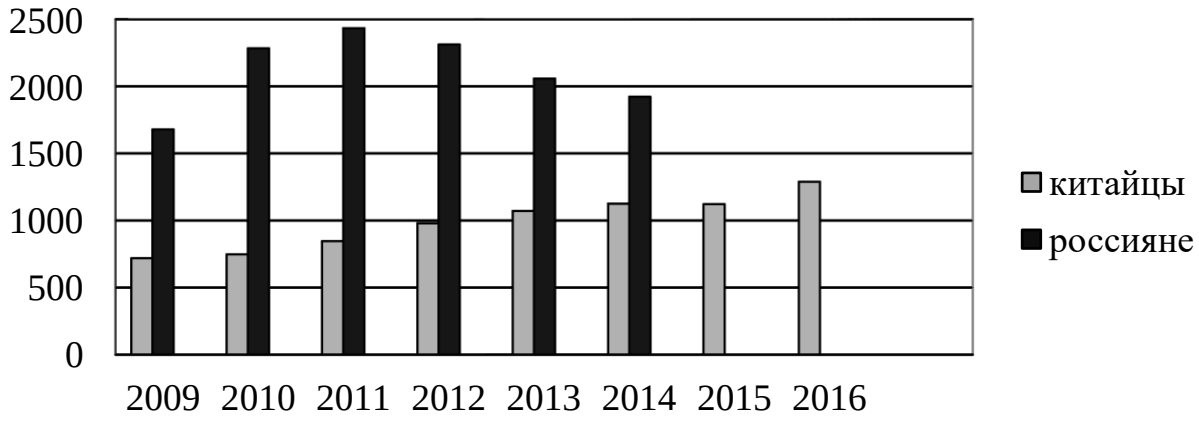

Рис. 2. Сравнение туристического обмена между Китаем и Россией (тыс. чел.) [2]

Наибольшую популярность среди китайцев на сегодняшний день имеют безвизовые поездки в рамках туристических групп. Такой рост потока китайских туристов обусловлен упрощением формальностей с российской стороны (рис.3). Введенный в начале 2000-х годов и действующий по сей день безвизовый режим для туристических групп оказывает положительное влияние на увеличение потока туристов из Китая в нашу страну.

Наряду с Москвой и Петербургом, не меньшей популярностью пользуется и Приморский край. По итогам 2015 г. Приморский край по безвизовому режиму посетило 120 тысяч китайских туристов, что практически вдвое превысило аналогичный показатель 2014 г. Не менее привлекательным для китайских туристов является и Амурский регион, количество безвизовых посещений в который с 2014 по 2015 г. выросло с 47 до 67 тысяч человек.

Второй причиной для такого стремительного роста въездного потока китайцев в РФ и одновременно - уменьшения численности потока из России в Китай стал курс валют. Падение рубля увеличило финансовые возможности китайцев в России, и сегодня китайский турист едет в Москву не только за достопримечательностями, но и за недорогими, относительно Китая, брендовыми товарами. За последние три года российский рубль упал вдвое по отношению к китайскому юаню, что значительно увеличило интерес китайцев к путешествию в Россию.

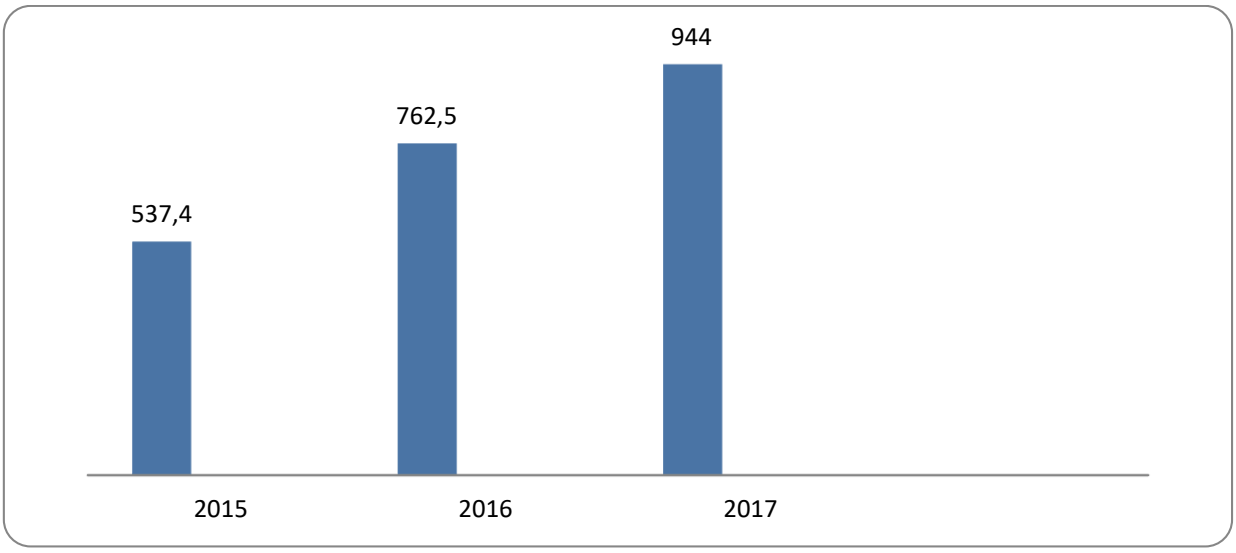

Рис.3. Въезд в Россию из КНР в рамках безвизовых туристических групп (тыс. чел.) [1]

Третий и наиболее значимый фактор увеличения численности потока туристов из Китая в нашу страну - создание в России благоприятной среды для пребывающих здесь китайских туристов. Сегодня все больше и больше гостиниц и ресторанов России присоединяются к программе «China Friendly», являющейся важнейшим проектом РФ по созданию комфортной среды для китайцев.

Китайский турист - целевое направление развития российской индустрии туризма на сегодня, и все туристические объекты страны стараются снабжать китайскоязычными указателями и гидами, служащими, говорящими на китайском языке и т.д. «Сейчас туристы из Китая у нас на первой строке, нас это очень радует. Мы будем делать все, чтобы китайским туристам было комфортно, удобно, недорого посещать нашу страну» - заявил глава Ростуризма О. Сафонов [4].

26 февраля 2018 года в Ростуризме состоялось совещание по вопросам развития российско-китайского туристического обмена, приуроченное к подготовке нового Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках [5].

С целью маркетингового продвижения российского турпродукта, открываются офисы Visit Russia за рубежом, в том числе, в Китае. Помимо этого, Ростуризм предлагает введение такой меры, как система tax–free, то есть возврат налога на добавленную стоимость с покупок. Согласно данным Всемирной ассоциации туристических городов, турист из КНР в среднем за поездку тратит около 20 тыс. юаней (~180 тыс. руб.) [6].

На сегодняшний день важность для России представляет привлечение новых туристов из Китая. На данный момент нашу страну посещают в основном представители старшего поколения китайцев, которые помнят

СССР и воспитывались на советской культуре. Для привлечения более молодого поколения китайских туристов, которые пока предпочитают западное направление, необходимо не только повышать качество туристических услуг, но и прилагать максимальные усилия по созданию комфортных условий пребывания молодых гостей из Китая: сделать указатели на китайском языке, обучить персонал китайскому языку. Но нужно заметить, что меры по предотвращения ряда проблем уже предприняты: стали издаваться путеводители, справочники на китайском для некоторых регионов России, что значительно улучшило ситуацию в целом.

Выводы. Таким образом, на сегодняшний день сотрудничество России с Китаем в области туризма является стратегическим и наиболее перспективным направлением как для России, так и для Китая. Активно поддерживая и развивая отношения, обе стороны имеют возможность в полной мере реализовывать свой туристический потенциал. Доля России на международном туристическом рынке пока еще мала, т.к. показатели выездного туризма за последние несколько лет значительно снизились, а качество предоставляемых туристских услуг не всегда соответствует международным стандартам. Но все меняется, и меняется в лучшую сторону.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс] URL: https://www.russiatourism.ru/news/14926/ (дата обращения 12.03.2018)

2. Синьхуа новости [Электронный ресурс] URL: http://russian.news.cn/2016-03/24/c_135217314.htm (дата обращения 12.03.2018)

3. Куприкова А.А., Кириллов А.Т. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма на современном этапе: анализ состояния и перспективы развития // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XLV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5(45). [Электронный ресурс] URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/5(45).pdf (дата обращения: 13.03.2018)

4. Российско-китайское сотрудничество в сфере туризма на современном этапе: анализ состояния и перспективы развития / Научный форум [Электронный ресурс] URL: https://nauchforum.ru/studconf/social/xlv/21373 (дата обращения 11.03.2018)

5. Программа China Friendly / Туристическая Ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс] URL: http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly (дата обращения 13.03.2018)

6. Красный маршрут / Туристическая Ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс] URL: http://www.visit-russia.ru/rossiysko-kitayskiy-turizm/krasnyy-marshrut (дата обращения 13.03.2018)

СЕКЦИЯ 5.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНАХ

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

FORMATION OF MOTIVATION POLICY OF STAFF PERSONNEL OF SPHERE OF TOURISM: THEORETICAL ASPECT

Адельсеитова Э.Б., к.э.н., доцент
ГБОУ ВО РК «КИПУ», Симферополь

E.B., Adelseitova
Candidate of Economic Science, docent
SBEI HE RC "CEPU", Simferopol

Аннотация

Рассмотрены теоретические аспекты мотивационной политики деятельности персонала предприятий, исследована мотивационная политика туристического предприятия, определены основные задачи мотивационной политики, определены инструменты совершенствования системы мотивации современного туристического предприятия, проанализирован процесс стимулирования как составляющая мотивационной политики, проанализирована и дана оценка мотивационной политики в управлении персоналом на предприятиях в сфере туризма.

Annotation

The theoretical aspects of the motivational policy of the personnel of enterprises are examined, the motivational policy of the tourist enterprise is investigated, the main tasks of the motivation policy are determined, the tools for improving the motivation system of a modern tourist enterprise are determined, motivational policy, analyzed and evaluated the motivational policies and in the management of personnel at enterprises in the sphere of tourism.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, мотивационная политика, туризм, стимулирование, теории мотивации.

Key words: motivation, motivation system, motivation policy, tourism, incentives, theory of motivation.

Введение. В современном менеджменте мотивация приобретает все большее значение. Она является основным средством оптимального использования ресурсов, обеспечения имеющегося у предприятия кадрового потенциала.

Мотивационная политика любого туристического предприятия должна быть неразрывно связана с общим состоянием общества, непосредственно отражать ситуацию в экономике, социальной сфере, политике и культуре. Кризис в основных подсистемах общества порождает кризис труда, увеличивает число проблем в мотивационной сфере. С другой стороны, нерешение этих проблем усиливает кризис во всех сферах общественной жизни, прежде всего, в социально-экономической. Таким образом, формирование эффективного мотивационного механизма позитивно влияет на процессы общественных изменений.

Необходимость научно-методического обоснования активизации и выбора направлений реализации деятельности мотивационной политика на предприятиях туристической сферы и послужила основанием для выбора темы исследования, обусловила ее цель и задачи.

Цель исследования. Целью данной работы является анализ состояния мотивационной политики деятельности персонала предприятий туристической сферы.

Достижение поставленной цели обусловило решение следующих задач:

– рассмотрение теоретических основ мотивационной политики деятельности персонала предприятия;

– изучение процесса стимулирования как составляющей мотивационной политики;

– анализ и оценка мотивационной политики деятельности персонала предприятий в сфере туризма.

Результаты исследования. Одной из приоритетных задач для предприятий различных форм собственности является поиск методов эффективного управления, определяющих активизацию человеческого потенциала.

Отметим, что достижение сотрудниками высокой степени эффективности невозможно без грамотной системы мотивации, как способа повышения производительности труда сотрудников. Именно эта система должна быть основным вектором кадровой мотивационной политики любого предприятия.

Эту проблематику исследовал в своих трудах известный ученый, профессор Питер Ф. Друкер [1], который считал, что основные трудности при управлении трудом и работой представляют изменившееся психологическое и социальное положение работника физического труда, кризис традиционной роли и появление умственного труда как экономического и социального центра в постиндустриальном информационном обществе. Работа меняется, а вместе с ней меняется и рабочая сила [2, с. 278].

Соглашаясь с вышесказанным, отметим, что основным решающим фактором эффективности трудовой деятельности людей является проведение грамотной мотивационной политики на предприятии независимо от сферы его деятельности.

Хотелось бы обозначить, что в настоящее время основным мотивационным фактором является стремление иметь гарантированное материальное вознаграждение. Однако, у работников преобладает лишь желание гарантированного заработка, при этом интенсивность и качество труда мало учитываются, Вместе с тем, в настоящее время на рынке труда появляются работники с высоким уровнем профессионализма и новым трудовым экономическим мышлением.

Успех управления персоналом организации невозможен без осознания сущности мотивации труда и применения мотивационных технологий. Высокая заработная плата является необходимым, но недостаточным условием привлечения и удержания специалиста в организации. Мотивация сотрудников предприятия к труду тесным образом связана с развитием организационного и социально-психологического климата, способствующего преобразованию пассивной и безынициативной категории персонала в активно-личностный.

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, определяют поведение, формы деятельности, придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение личных целей и целей организации [3, с. 206].

По нашему мнению, данное определение является наиболее оптимальным. Сотрудник становится мотивированным на достижение не только личной собственной цели, но и на выполнение организационных задач.

Отметим, что особо значимыми инструментами совершенствования системы мотивации современного туристического предприятия являются:

– внедрение целеполагающей системы;

– создание эффективной системы оценки труда сотрудника и определения его трудового потенциала;

– разработка системы премирования, связанных с результатами деятельности;

– разносторонность содержания работ, ротация;

– создание условий для карьерного продвижения.

В настоящее время сложившаяся система материального стимулирования не обеспечивает заинтересованности работников в улучшении показателей хозяйственной деятельности, так как они получают стабильные оклады даже в условиях убыточности работы предприятия.

Выводы. Исходя из вышеизложенного, необходимо отметить, что в стратегическом аспекте по определенным критериям выделяют три типа кадровой мотивационной политики в управлении персоналом в труде, а именно:

– превалирование системы стимулирующих воздействий на персонал организации. В данном случае предприятие использует различные

стимулы для повышения производительности труда сотрудников. Например, для создания у работников интереса в высоких результатах своего труда необходимо обеспечить сдельно-премиальную оплату труда;

– доминирование системы управления мотивацией персонала организации. В данном случае предполагается основной акцент, связанный с мощной идеологическим авторитетом руководства внутри организации и т.п. Такой подход часто используется в начинающих свою деятельность предприятиях в виду недостаточной материальной базы стимулирующего характера;

– слаженное соединение комплекса стимулирующих воздействий и мотивационного управления. Этот подход принято считать наиболее оптимальным, так как он позволяет избежать крайности предыдущих подходов, данная политика реализуется организациями, с уже сформированной ценностной корпоративной культурой, атак же эффективным механизмом распределения материальных благ организации.

Стратегия же кадрового управления должна быть составной частью общей стратегии деятельности предприятия. Система мотивации предприятия в обязательном порядке обязана учитывать все особенности внешних условий по отношению к организации, а именно: трудовое и другие законодательства, прожиточный минимум, особенности объединений, в которые так или иначе включены сотрудники организации.

Подводя итог, важно указать, что в основе любой мотивационной политики туристического предприятия должно быть поощрение соответствия сотрудников пяти основным группам нормативных требований, а именно: требования дисциплины и корпоративной культуры; нормативные требования управленческой (для менеджеров) и исполнительской (для исполнителей) деятельности; профессионально-функциональные нормы; нормы межфункциональных взаимодействий (позиционные нормы); правила межличностных отношений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Друкер, Питер Ф., Макьярелло, Джозеф А. Менеджмент: Пер. с англ. – М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2010 – 704 с.

2. Кибанов А. Я., Баткаева И. А., Митрофанова Е. А., Ловчева М. В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник/ Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2010 – 524 с.

3. Румельт Р. Хорошая стратегия, плохая стратегия. В чем отличия и почему это важно / Ричард Румельт; пер. с англ. О. Медведь. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014 – 448 с.

УДК 338.486: 316.61

СОЦИОНИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДБОРА КАДРОВ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

SOCIONICS AS A TOOL OF RECRUITMENT IN THE TOURISM INDUSTRY

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

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

Аннотация

В статье обосновывается значимость такого популярного научного направления как соционика в подборе кадров для туристской отрасли. Рассматриваются основные понятия и приводятся примеры применения соционики в практике туристской деятельности.

Annotation

The article substantiates the importance of such a popular scientific direction as socionics in the selection of personnel for the tourism industry. The basic concepts and examples of application of socionics in practice of tourist activity are considered.

Ключевые слова: соционика, социотип, подбор кадров, туристская отрасль.

Key words: socionics, sociotype, recruitment, tourism industry.

Введение. Работодатель на туристском предприятии часто сталкивается с ситуацией выбора наиболее подходящего работника для определенной должности и функционального вида деятельности. Чаще всего выбор ограничивается изучением биографии претендента – какое учебное заведение окончил, кем работал, стаж трудовой деятельности и многими другими формальными признаками. В результате этого сугубо формального подхода в туристской отрасли наблюдается значительная текучка кадров, хаотично сформированные коллективы, неудовлетворенность самих работников и, как следствие, недовольство туристов. Правильное определение социотипа претендентов на замещение вакантных должностей при собеседовании дает возможность заблаговременно избавиться от многих потенциальных проблем, которые могут мешать туристской фирме развиваться в нужном направлении, извлекать максимальную прибыль, получать удовольствие от ежедневного совместного времяпровождения каждому работнику.

Целью исследования является обоснование значимости соционики как инструмента подбора кадров в туристской отрасли.

Результаты исследования. Соционика является современным популярным научным направлением, которое изучает типы информационного метаболизма людей (ТИМ) – социотипы. Каждому из 16 социотипов присущи свои особенности подачи информации, свои информационные ценности, сильные, слабые аспекты психики и даже навыки. Основой соционики являются т.н. дихотомии и модель А. Соционики выделяют следующие дихотомии: этика (ориентация на чувственно-эмоциональную сферу) – логика (ориентация на аспекты жизни, не связанные с эмоциями – наука, бизнес и др.), интуиция и сенсорика (абстрактное и конкретное мышление), экстраверсия – интроверсия (ориентация во внешний и внутренний мир), рациональность – иррациональность (равномерно-распределительная и импровизационно-ситуационная ритмика жизни). Для любой деятельности в сфере туризма характерно использование определенных полюсов психики, иногда противоположных. Например, общение с клиентами требует в большей мере экстраверсии, этики, интуиции и иррациональности, а работа с документами, наоборот, интроверсии, логики, сенсорики и рациональности. Соответственно, если мы заставим развлекать туристов человека типа логико-сенсорный интроверт (ЛСИ), ему это доставит дискомфорт, а клиенты вряд ли останутся довольны, и, наоборот, если интуитивно-этического экстраверта (ИЭЭ) подключить к длительной рутинной документальной работе в финансовом отделе туристской компании, она, скорее всего, не будет сделана до конца, а если и будет сделана, то некачественно.

Модель А, разработанная Аугустинавичюте А. на основе работ Юнга К., Фрейда З. и других известных ученых, определяет структуру психики и информационных ценностей каждого человека. Так, каждая личность имеет свою базовую, творческую, ролевую, болевую, внушаемую, референтную, ограничительную и фоновую функцию. Каждая из них обладает своими уникальными особенностями. По нашим наблюдениям, основные проблемы у человека возникают в связи со слабой болевой и очень сильной базовой функцией. Например, если у человека болевая этика эмоций (сенсорно-логический и интуитивно-логический интроверты), он будет гораздо хуже воспринимать эмоционального экскурсовода, чем другие туристы. Базовая же функция, наоборот, определяет жизненную программу человека, поэтому ему порой сложно ее контролировать и через нее «переступить». Например, экскурсоводу с базовой этикой отношений (этико-интуитивный и этико-сенсорный интроверты) сложно не обращать внимания на неэтичность отдельных экскурсантов. Во время соционического интервью, проводимого с сотрудником, который собирается работать в туристской сфере, следует обращать первоочередное внимание именно на эту функцию, сможет ли он работать в выбранной сфере, максимально раскрыв свои способности и возможности, или выбранное место работы будет ограничивающим для него фактором развития на карьерной лестнице. Второй функцией, на которую

нужно обратить внимание, при приеме на работу, после базовой, является творческая функция. Эти две функции в полной мере могут дать ответ на вопрос, чем следует заниматься работнику туризма в этой сфере.

Туризм – сфера деятельности, которая предлагает большой выбор профессии в различных областях. Соответственно, требования к работнику будут существенно отличаться, так как одни профессии требуют высоких навыков коммуникации, организации, а другие будут иметь дело только с аналитическими, математическими или экономическими способностями. Таким образом, чтобы получить максимальную продуктивность от того или иного работника, необходимо знать его тип для определения наиболее подходящей должности, где он сможет в должной мере реализовать себя, что будет иметь пользу для предприятия или организации в целом. Именно поэтому исследования в области соционики, связанные с профориентацией буду иметь большее значение, нежели прочие типологии.

Для удобства подбора профессии все социотипы подразделяют на 4 клуба: «управленцы» (сенсорные логики), «социалы» (сенсорные этики), «исследователи» (интуитивные логики), «гуманитарии» (интуитивные этики). «Управленцам» в туризме подходят такие профессии как директор туристского предприятия или его филиала, специалист по бронированию, бухгалтер, так как сенсорные логики лучше всего работают с документами, обладают организаторскими способностями, могут выполнять рутинную работу. «Социалы» удачно реализуются в тех сферах, где нужно общаться с людьми и применять физические усилия. В туристско-рекреационной сфере к таким профессиям можно отнести, например, гида, массажиста, секретаря туристской фирмы, ресторатора. «Исследователи», являясь интуитами, не обладают такой выносливостью как управленцы и социалы, но имеют хорошие прогностические способности, поэтому должности маркетолога, аналитика и косультанта по управлению туристкой компанией идеально подходят для них. «Гуманитарии» еще лучше, чем «социалы» приспособлены к коммуникативной сфере. Поскольку навыки общения важны практически в каждой туристской профессии, таких работников в рекреационной сфере довольно много. Это агенты по организации туризма, менеджеры по рекламе, музейные экскурсоводы. Мы представили только наиболее общие особенности, касающиеся соционических клубов. Среди одного клуба встречаются очень разные по ценностям и информационному метаболизму социотипы.

Руководитель или менеджер по работе с кадрами должен понимать, что, используя соционические методы в управлении или подборе кадров и чтобы правильно определить тип личности, необходим определенный опыт – 5-10 лет упорных тренировок в диагностике. За это время набирается «картотека» образов: особенностей внешности, поведенческих реакций, употребляемых слов, характерных для каждого ТИМа. На сегодняшний момент организации, использующие соционику для формирования рабочего коллектива, пользуются услугами опытных соционików. Тесты, которые можно

найти в интернете в большинстве случаев показывают неверный ТИМ, так как человек не может, как правило, сам себя оценить объективно и, тем более, систематизировать знания о себе в модель А.

В то же время, при подборе кадров нужно учитывать очень много соционических нюансов, которые не способны осознать в полной мере неопытные типировщики. Например, если для данной профессии есть несколько оптимально подходящих ТИМ психики, то это вовсе не значит, что все время надо отсекать остальных. Учитывая особенности взаимоотношений между психотипами, нужно формировать микро-коллектив с разными типами, но не в соотношении один к одному. Так, в отдел работников «гуманитариев» можно взять на работу одного или двух «управленцев», для уравновешивания сил.

Выводы. Соционика является очень эффективным инструментом подбора кадров для туристской отрасли, однако для правильного определения социотипа человека недостаточно пройти краткое самообучение, а лучше пользоваться услугами опытных специалистов в данной сфере.

УДК 338.48

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

FACTORS FOR THE FORMATION OF THE PERSONNEL POTENTIAL OF THE TOURISTIC INDUSTRY

Страчкова Н.В., к.г.н., доцент,
Куртвалиева Э.Ф., студент, магистр 2 курса
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

N.B. Strachkova,
Candidate of Geographical Sciences, Docent,
E.F. Kurtvalieva, student, Master of 2 course
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В статье проанализированы основные походы к определению факторов формирования кадрового потенциала; изучены общие факторы, формирующие кадровый потенциал, а так же рассмотрены детерминанты туристской отрасли.

Annotation

The article analyzes the main approaches to determining the factors of the formation of human resources; the general factors shaping the personnel potential have been studied, as well as the determinants of the tourism industry.

Ключевые слова: кадровый потенциал, факторы формирования кадрового потенциала в туризме, туристская отрасль

Keywords: human resources potential, factors of human resources development in tourism, tourist industry

Введение. На сегодняшний день важнейшей проблемой эффективного развития индустрии туризма является низкое качество предоставления туристских услуг. Одной из причин проявления данной проблемы выступает недостаточное обеспечение отрасли квалифицированными кадрами., в связи с чем вопросы формирования кадрового потенциала, его профессионализма и квалификации приобретают особую актуальность.

Целью данной работы является анализ факторов формирования кадрового потенциала туристской отрасли.

Результаты исследования.

Анализ научных исследований в контексте факторов формирования кадрового обеспечения туристской отрасли позволил выявил, что традиционным является применение двухмерных моделей. Так, Юдина Л.Н. по результатам комплексного анализа приводит двухмерную классификации факторов формирования трудового потенциала с выделением различных групп факторов (научно-технические, социально-экономические, политико-правовые, природно-климатические, культурные) и указанием на различные уровни их проявления (международный, государство, регион, отрасль, предприятие) [1]. В работе Калины А.В. была предпринята попытка представить более полную схему классификации факторов в разрезе экстенсивных и интенсивных форм их проявления [2]. Каджаметова Т.Н. В рассматривает 3 основных группы факторов: природно-географические, социально-экономические, и демографические, считая, что одним из определяющих детерминантов формирования трудового потенциала в рекреации является демографический [3].

Анализ работ относительно факторов формирования кадрового потенциала туристско-рекреационной сферы деятельности позволил выделить две основные группы детерминантов (рис.1). Это, во-первых, общеэкономические факторы, свойственные любой сфере деятельности человека, и отраслевые - группа факторов формирующих кадровый потенциал туристской отрасли. При этом общеэкономические факторы подразделяются на внешние и внутренние. Необходимость выделения внешних факторов обусловлено изучением макросреды и микросреды влияния. Внутренние факторы характеризуют потребность в кадровом обеспечении предприятия или организации, а также влияние межличностных отношений на трудовой потенциал.

Факторами макросреды выступают тренды, определяющие общие требования к кадровому обеспечению исходя их особенностей развития туристской отрасли и экономики в целом. Это общественно-политические факторы, а также уровень научно-технического прогресса.

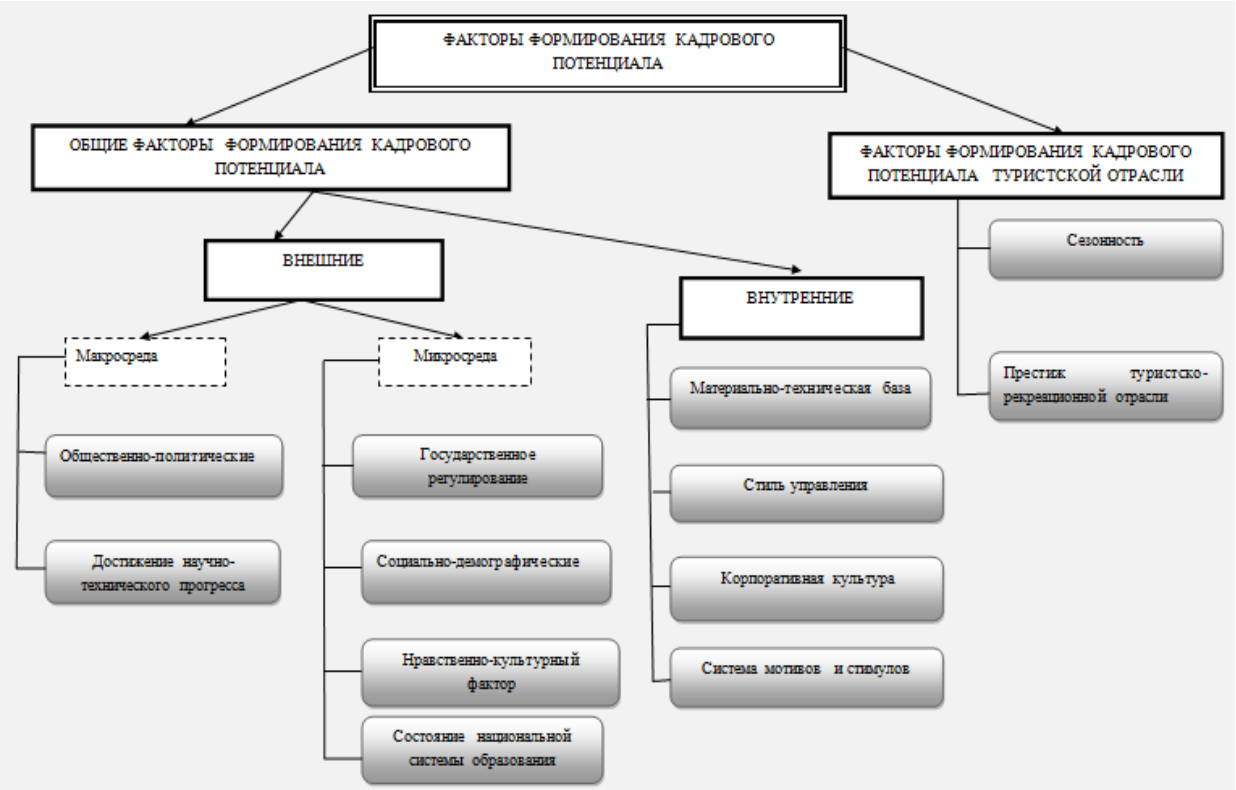

Рис. 1. Схема факторов формирования кадрового потенциала в сфере туризма

Общественно-политические факторы. Длительное время проводимой в нашей стране политике занятости были присущи экстенсивные тенденции (направленность на максимальное увеличение спроса на рабочую силу, расширение общественного фонда рабочего времени и др.), которые зачастую мешали предприятиям правильно подбирать работников на рабочие места. При этом, не учитывались интересы, как предприятия, так и его работников. Укрепление же позиции частной формы собственности в 1990-е гг. в РФ, интенсивность движения работников на внешнем рынке труда, оказание государственной поддержки незанятому населению создают объективные предпосылки для формирования качественного кадрового потенциала и его эффективного использовании на предприятии [4].

Не менее важную роль оказывают на трудовые кадры достижения научно-технического прогресса (НТП). Введение новых технологий и нового оборудования, освоение новых видов продукции в условиях острой конкурентной борьбы обусловливают постоянное обновление теоретических и особенно практических знаний работников предприятия в связи с изменением объема и содержания выполняемых функций. Это учитывается при наборе новых сотрудников на работу или при разработке систем стимулирования труда, а также продвижения по служебной лестнице на основе роста профессионального мастерства, знаний, опыта работы кадров предприятия[4].

Микросреда рассматривает факторы на государственном уровне. Государственное регулирование формирования кадрового потенциала на сегодняшний день осуществляется тремя основными группами методов:

1. Законодательные, закладывающие общую институциональную основу развития любого социально-экономического процесса (при решении вопросов формирования и использования кадрового потенциала предприятия следует учитывать вопросы трудового законодательства, его возможности изменения в обозримом будущем, особенности законодательства в области охраны труда, занятости и т.д.);

2. Административные, с помощью которых утверждаются и вводятся в действия любые административные нормы и нормативы, положения, инструкции, рекомендации и.т.д.;

3. Экономические методы, с помощью которых государство стабилизирует ситуацию на рынке (ценообразование, налогообложение, установление социально-экономических норм и нормативов, а также минимальных социальных гарантий и т.п.).

Второй составляющей микросреды являются социальные и демографические особенности народонаселения страны. Влияние демографических процессов осуществляется, прежде всего, через численность населения, процессы воспроизводства, половую и возрастную структуру, миграцию населения, а также общее число браков и разводов. Социальными показателями, оказывающие влияние на формирования работников сферы туризма, выступают уровень безработицы, безграмотность населения, особенности религиозного менталитета и этническое своеобразие.

Особое внимание необходимо обратить на такой фактор как состояние национальной системы образования. Доступность государственных и негосударственных образовательных учреждений, содержание профессиональных образовательных программ, преимущества и недостатки форм профессионального обучения в стране, стоимость профессионального обучения оказываю непосредственное влияние на формирования квалифицированных рабочих кадров.

Воздействие нравственно-культурных факторов на кадровый потенциал, проявляется через вырабатываемые обществом, совместные ценности, социальные нормы, установки поведения. Нравственно-культурные факторы регламентируют действия работника и заставляют его вести себя так, а не иначе, без какого-либо видимого принуждения, обуславливают в новых условиях переход к социальным нормам, базирующимся на здравом экономическом смысле, не забывая о нравственной стороне в управлении кадрами и процессами формирования и использования кадрового потенциала предприятия.

На региональном уровне одним из факторов формирования кадрового потенциала в туризме выступает материальная база и инфраструктура. Эти факторы удовлетворяют потребности каждого потребителя и тем самым увеличивают объем реализации услуг туризма и рост эффективности труда

работников. Следовательно, все факторы, которые способствуют увеличению выручки от реализации услуг туризма, одновременно оказывают влияние на рост эффективности труда работников данной отрасли и привлечению рабочих кадров в данную отрасль.

Следующими не менее важными внутриорганизационными детерминантами являются стиль управления и корпоративная культура. Большое значения стиля руководства определяется тем, что он выполняет одну из главных функции в организации – это формирование корпоративной культуры, совершенствование и организация эффективной деятельности всего коллектива. Корпоративная культура, соответствующая целям и миссии организации и формирующая ее важнейшие ценности, выступает как мощный стратегический инструмент, она позволяет организации успешно адаптироваться к внешней среде, способствует самораскрытию ее кадрового потенциала, выступает как одно из самых эффективных средств трудовой мотивации. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в организациях, где господствует благоприятная корпоративная культура, во-первых, нет проблем с текучестью кадров; во-вторых, возрастает количество потенциальных трудовых сил, желающих работать в данном предприятии.

При изучении внутренних факторов формирования кадрового потенциала необходимо учитывать систему мотивов и стимулов. Сегодня работниками в основном движет мотивация и их личные потребности. Поэтому они начинают искать те виды деятельности, которые соответствовали бы их ожиданиям в большей степени. Поиски и ожидания все время корректируются возможностью достижения желаемого результата, условиями внешней среды, постоянно меняющимися обстоятельствами, самооценкой самого работника и стимулирующими его воздействиями. По сути, со своей стороны, предприятие должно всесторонне мотивировать и стимулировать труд сотрудников, предлагая работнику именно те формы удовлетворения потребностей, которые бы соответствовали ожиданиям человека, но в то же время находились в пределах возможностей предприятия и проявляли такое трудовое поведение, которое необходимо самому предприятию.

На уровне туристской отрасли следует выделить два детерминанта: сезонность и престиж работы. Сезонность оказывает влияние не только на спрос туристического продукта, но и на уровень квалификации кадрового обеспечения. В результате проявления сезонности в тех или иных курортах мира, появляется проблема с формированием постоянного штаба работников, у большинства специалистов данной сферы деятельности отсутствует заинтересованность в труде, вследствие чего качество предоставляемых услуг снижается.

Не менее важным детерминантом, влияющим на формирование кадрового потенциала в туризме, выступает престиж отрасли. Для большинства людей работать в индустрии туризма престижно, так как эта отрасль, по их мнению, высокооплачиваемая и не требует больших физических и умственных усилий. К тому же многих привлекает возможность путешествовать за

счет работодателя. Однако все совершенно не так. Каждый, кто планирует работать в данной отрасли должен понимать, что его доход будет полностью зависеть от его профессионализма и желания постоянно совершенствовать себя. Чтобы расти профессионально, нужно изучать иностранные языки, изучать туристические направления, совершенствовать навыки общения с клиентом, нарабатывать опыт и клиентскую базу.

Выводы: комплексный анализ факторов кадрового потенциала туристской отрасли, позволил определить, что формирование кадрового потенциала в туризме основывается как на общих факторах так и, непосредственно, факторах сферы туризма. По результату работы схематически составлена модель факторов формирования кадрового потенциала в сфере туризма, где помимо общих и отраслевых детерминантов, указаны уровни влияния их.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Юдина Л. Н. Система оценки и формирования трудового потенциала предприятия// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством. Томск, 2010. — С. 11.

2.Калина А. В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности): Учеб. пособие.– 3-е изд., перераб. и доп.– К.: МАУП, 2001.– 312 с. 32

3.Основные факторы формирования трудового потенциала рекреационного комплекса Крыма / Т.Н. Каджаметова // Культура народов Причерноморья. — 2008. — № 140. — С. 89-92. — Бібліогр.: 4 назв. — рос..

4.Управление персоналом. Часть1. Сборник студенческих работ / Отв. Редактор канд. экон. наук, проф. Куянцев И. А. - М.: Студенческая наука, 2012. - 1327 с.

УДК 374.1

САМООБРАЗОВАНИЕ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРСОНАЛА В РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ

SELF-EDUCATION AS A WAY TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE PERSONNEL IN THE RECREATION FIELD

Пушкарёва Е.В., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления,
г. Симферополь

E.V.Pushkaryova, senior lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе обоснована актуальность самообразования персонала, определены основные ресурсы самообразования персонала в рекреационной сфере. Даны практические рекомендации по самообразованию, повышающие конкурентоспособность персонала.

Annotation

The article substantiates the relevance of personnel self-education, defines the main resources of personnel self-education in the recreational sphere. Practical recommendations are given on self-education, increase the competitiveness of the staff.

Ключевые слова: самообразование, конкурентоспособность, управление персоналом.

Keywords: self-education, competitiveness, personnel management.

Введение. В условиях цифровизации экономики вероятность изменения структуры рынка занятости в рекреационной сфере очень велика. Любые знания, будь-то корпоративные или индивидуальные, претерпевают в реальной жизни существенные изменения. Ежедневно совершаются новые открытия, происходят общественные, политические события, экономические и правовые изменения, поэтому среда профессиональной деятельности постоянно меняется. В связи с этим всем специалистам без исключения и, в частности, работникам рекреационной сферы, которая является приоритетным направлением развития экономики Республики Крым, необходимо активизировать способность к самообразованию, что возможно только при полном осознании индивидуумом важности самообразования как личности и как члена коллектива.

Цель исследования. Целью исследования является выявление основных направлений самообразования персонала в рекреационной сфере.

Результаты исследования. Согласно ежегодному отчету Всемирного совета путешествий и туризма (WTTC), в 2017 году туристический рынок

стал самой быстрорастущей отраслью во всем мире: глобальный сектор путешествий и туризма вырос на 4,6%, что в 1,5 раза превышает рост мировой экономики в целом. Прогнозы WTTC на 2018 год предполагают, что сектор туризма и путешествий продолжит расти.Долгосрочный прогноз до 2028 года остается неизменным: средний рост не менее 3,8% в год, на туристическую сферу будет приходиться до 25% создаваемых ежегодно рабочих мест [1].Основным фактором, определяющим успех предприятия рекреационной сферы на рынке, стало владение новыми методами и технологиями управления. При существующих темпах развития туристского и гостиничного бизнеса в России компания, сотрудники которой обладают лишь поверхностными знаниями, вряд ли удержится на плаву.Катализатором и интеллектуальным ресурсом для создания устойчивого конкурентного преимущества компании является непрерывное обучение.

Опыт зарубежных стран, которые лидируют в цифровизации экономики, показал, что много профессий в рекреационной сфере либо преобразуются, либо исчезнут совсем. И тогда для обеспечения социальной безопасности личности необходимо будет активизировать самообразование как индивидуальный ресурс, который позволит повысить личную конкурентоспособность и обеспечит средства к существованию.

Самообразование – это такая форма индивидуальной деятельности человека, которая мотивирована его собственными профессиональными и личностными интересами и потребностями и направлена на приобретение необходимого багажа знаний, навыков и умений и их усовершенствование, а также на развитие и усовершенствование качеств своей личности [3]. Процесс самообразования невозможен без овладения приемами самомотивации и самоанализа, поиска информации и отбора источников информации, современными способами работы с информацией, а также методами эффективного самостоятельного обучения (конспектирование, мнемотехника, составление ментальных карт и т.п.).

Ключевыми критериями самообразования, определяющими конкурентоспособность персонала в рекреационной сфере, являются [4]:

1. Знание предметной области.
2. Знание иностранных языков.
3. Знание психологии потребителя.
4. Знание и владение коммуникациями.
5. Знание информационных технологий.

Отличными источниками получения новых знаний в практике самообразования могут стать следующие ресурсы:

http://lingualeo.ru/ — сайт, помогающий изучать английский язык; методика изучения LinguaLeo основана на «умном» освоении живого контента от носителей языка с использованием геймификации (игрофикации);

http://4brain.ru/ — бесплатные тренинги по развитию навыков скорочтения, устного счета, креативного мышления, ораторского мастерства, памяти и т.д. В каждом тренинге есть теоретические и практические материалы, подобраны статьи, видео, учебники, игры и многое другое. Регистрация

необязательна, материалы бесплатные и доступны всем пользователям;

https://www.coursera.org/ — крупнейший портал онлайн- образования с бесплатными курсами ведущих преподавателей мира на английском языке;

http://www.lumosity.com/ — сайт с упражнениями для развития так называемых «мягких навыков» (softskills): память, внимание, гибкость мышления, скорость реакции и умение решать проблемы. Во время регистрации вы сами указываете те навыки, которые собираетесь совершенствовать. Язык — английский, для занятий нужно обязательно зарегистрироваться, вводные занятия бесплатные, а остальные $15 в месяц;

http://hee.su/self-education/index.php/business-education - материалы о бизнес - образовании, изложенные в доступной форме;

http://www.e-xecutive.ru/education/cases/ - кейсы (решениеуправленческих ситуаций). Кейсы позволяют наработать навык управления, проверить себя и что немаловажно – познакомиться с самыми разными подходами к управлению (из-за профессии, возраста и проч.). Кейсы представлены в виде как самой управленческой задачи, так и вариантов успешных решений;

Smart Reading,**getAbstract**,**http://baguzin.ru/** - сайты, публикующие книги в виде дайджестов, поскольку, в силу дефицита времени, сил на чтение полноформатных книг может не хватать [2].

Представленные ресурсы самообразования позволяют углубить знания индивида в той или иной предметной области и повысить свою конкурентоспособность.

Выводы. Таким образом, в современном мире самообразование является одним из способов повышения конкурентоспособности персонала. Ключевыми критериями самообразования являются 5 «З(знаний)». Именно эти знания формируют профессиональные компетенции персонала рекреационной сферы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Туристический рынок стал самой быстрорастущей отраслью во всем мире [Электронный ресурс] // РИА Новости. — Режим доступа: https://ria.ru/tourism/20180328/1517457395.html (дата обращения:28 марта 2018).

2. Самообразование менеджера [Электронный ресурс] // Путь воина. Менеджерами не рождаются, менеджерами становятся. — Режим доступа: http://baguzin.ru/wp/samoobrazovanie-menedzhera/(дата обращения: 28 марта 2018).

3. Самообразование [Электронный ресурс] // Интеллектуальный клуб 4brain – развивающие тренинги онлайн. — Режим доступа: https://4brain.ru/courses.php (дата обращения: 28 марта 2018).

4. Ячменева В.М. Управление персоналом организации [Текст]: [учебное пособие] / В.М. Ячменева, И.И. Цветкова. — Симферополь: ИТ "АРИАЛ", 2013. — 632 с.

СЕКЦИЯ 6.

КРЫМ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

УДК 379.85 (075.8)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВИННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

MODERN TRENDS OF THE WINE TOURISM DEVELOPMENT IN CRIMEA

Аблязова С.А., к.э.н., доцент
ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно – педагогический университет»,
г. Симферополь

S.A. Ablyazova,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor
State Budget Educational Institution of Higher Education
of the Crimean Republic «Crimean engineering-Pedagogical University»,
Simferopol

Аннотация

В статье раскрыты особенности развития винного туризма Крыма, а также исследованы закономерности развития винного туризма в регионе и осуществлен анализа основных проблем и перспектив развития этой специальной области туризма.

Annotation

The article reveals the features of the development of wine tourism in Crimea, as well as the patterns of development of wine tourism in the region and analyzed the main problems and prospects for the development of this special area of tourism.

Ключевые слова: винный туризм, Крым, тенденции, маршрут винного туризма, винотерапия, дегустация вина, рекреационные зоны, современная туристическая инфраструктура.

Keywords: wine tourism, Crimea, trends, wine tourism route, wine therapy, wine tasting, recreational areas, modern tourist infrastructure.

Актуальность исследования заключается в том, что винный туризм является одним из перспективных направлений развития рынка туристических услуг в Крыму, в Европе и мире в целом, интенсивно развивается и заслуживает научного внимания.

Целью работы является рассмотреть и определить современные основные тенденции развития винного туризма в Крыму.

Задачей публикации является изучение особенностей развития винного туризма в исследуемом регионе, современных тенденций и перспектив развития этой специальной области туризма.

Изложение основного материала. Винный туризм - это отдельный вид специализированного (тематического) туризма, который связан со знакомством с историей, технологией и культурой потребления алкогольных напитков в определенном регионе, их дегустацией непосредственно у производителя, а также посещение соответствующих тематических мероприятий [1].

Винный туризм для Крыма может стать источником значительных доходов, поскольку сочетается со всеми другими видами туризма и может служить дополнением туристических программ и маршрутов для взрослых рекреантов. Кроме того, его значение усиливается как в культурно-познавательном, так и в гастрономическом плане. Благодаря винному туризму можно популяризировать культуру, обычаи, национальную специфику хозяйства и гастрономических интересов народов, проживающих в исследуемом регионе. Таким образом, винный туризм Республики Крым - специализированный вид туризма с целью дегустации, потребления и покупки вина непосредственно у производителя.

В Крыму присутствуют практически все виды винных туров, которые с научной точки зрения и функциональной направленности, а также в зависимости от цели путешествия, делятся на:

- культурно-познавательные;
- рекреационно-оздоровительные и лечебные;
- гастрономические;
- винный сельский зеленый туризм и агротуризм;
- винно-развлекательные;
- образовательные и научно-деловые и технологические т.д. [1].

Винные туры культурно-познавательного направления Крыма предусматривают ознакомление с традициями виноградарства, оригинальной технологии виноделия, ассортиментом вин местного производства и их дегустацией, изучение истории винного промысла, памятников жизни и деятельности выдающихся виноделов [2]. К ним можно отнести например, Винный тур «Новый Свет»-посещение самого завода, ознакомление с биографией Л.Голицина, прохождение по Голицинской тропе и др. Чаще всего в программу тура входит познавательная экскурсия с посещением виноградных плантаций, винодельческого производства, а также участие в тематических культурных событиях, например, в празднике вина. Зачастую в них включают еще старинные замки, крепости и другие выдающиеся места и древности винодельческих территорий, чтобы усилить туристическую привлекательность винного региона. Например, тур «Поэзия в вине» по Судакскому региону с посещением заводов «Новый Свет», «Солнечная долина», а также

Генуэзской крепости-памятника европейской фортификационной архитектуры. Стабильным спросом пользуется винный тур «Солнце в бокале» с посещением винзавода «Массандра», дегустационные залы которого очаровывают отдыхающего своей таинственностью и предоставляют известному винному бренду еще большей привлекательности и популярности, а также завода марочных вин «Инкерман», мощности которого расположены в бывших штольнях, однако оснащены современными техническими средствами производства и хранения вина, а также необходимыми информационными ресурсами и рекламно-демонстрационными средствами, что позволяет проследить весь путь производства вина от мест выращивания винограда до географии потребления вин. В ходе подобных винных туров работники винодельческих компаний и туристических фирм рассказывают отдыхающим об известных винных традициях края, легенды и предания, связанные с местным вином и интересные факты из истории виноделия, о пользе потребления вина и возможности его использования с лечебными и релаксационными целями, которым занимается винотерапия.

Рекреационно-оздоровительный и лечебный винный туризм основывается на предложении услуг лечебного, лечебно-профилактического и косметологического назначения на основе винотерапии, основанной на целебных свойствах вина. Последняя в современных условиях социально-экономического развития и ухудшенной экологической ситуации в мире в целом является достаточно популярной, поскольку базируется на комплексе лечебных, оздоровительных и косметологических технологий, укрепляют здоровье, обеспечивают телу молодость и упругость, используя целебные свойства вина, а также виноградных листьев и косточек. Проведение различных процедур винотерапии способствует выведению из организма токсинов, нормализации кровообращения, укреплению кровеносных сосудов [3]. Кроме этого такие маски, массажи и обертывания улучшают микроциркуляцию крови в сосудах, увлажняют и насыщают кожу микроэлементами, укрепляют иммунитет человека. По оценкам специалистов, сейчас такие винотерапевтические туры достаточно популярны во Франции, Германии и Италии. Они ориентированы преимущественно на женскую часть рекреантов среднего возраста. Наряду с этим, специалисты винотерапии предупреждают о негативных последствиях виновных лечений продуктами вина и виноградного происхождения, которые могут привести к алкоголизму, острых отравлений, причиной желудочные кровотечения, повреждения кожи и спровоцировать кожные заболевания, аллергию и т.д. Поэтому данный вид в Крыму не получил широкого распространения.

На наш взглад, наиболее удачной формой является сочетание винного, этнографического и зеленого и сельского туризма. Проживая вблизи мест выращивания винограда, рекреанты могут присоединиться к процессу выращивания и сбора винограда, производства вина и традиций его употребления. Экскурсионные программы таких туров сочетаются с маршрутами посещения замков, музеев, выставок и дегустацией вина и приобретением

коллекционных вин и сувенирной винной продукции. Наиболее популярными турами в Крыму такого плана является отдых, культурно-познавательные и деловые туры, в том числе и зрелищные, гурман-туры и гастрономические туры. Как показывает практика, туристические потоки винных маршрутов увеличивается в тех регионах Крыма, где на основе самобытных традиций формируются развлекательные туры, специализированные интерактивные туристические продукты - с посещением фестивалей и народных праздников, в частности, в Феодосии и Коктебеле.

Таким образом, современный винный туризм располагает достаточно широким спектром видов туристической деятельности:

- посещение плантаций виноградников, дегустация местных сортов винограда;
- ознакомление с технологией изготовления различных видов алкогольных напитков непосредственно на производстве; посещение дегустационных залов и подвалов;
- ознакомление с историей виноделия, посещение специализированных музеев и выставок;
- посещение ресторанов, предлагающих услуги дегустации вина и мастер-классы от сомелье;
- участие в винных фестивалях и тематических праздниках;
- посещение и участие в специализированных выставках, форумах, конференциях, конкурсах, винных аукционах и тому подобное.

Поэтому во всех винодельческих регионах мира, в том числе и Крыму, сейчас наметились тенденции усиления и активизации дальнейшего развития винного туризма благодаря распространению рекламной продукции местных производителей вина, вовлекая в этот процесс все имеющиеся ресурсы территории - посещение исторических памятников и винодельческих заводов, расширение инфраструктуры обслуживания туристов и организации ярмарок и выставок по продаже вина.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Калинкина С.А., Мельникова В.А. Развитие винного туризма и виноделия в мире: история и современное состояние // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 1 [Электронный ресурс]. URL: http://web.snauka.ru/issues/2016/01/62942 (дата обращения: 11.01.2018).
2. Рыбинцев В.О., Хоффман Д. Винный туризм как инструмент оживления хозяйственной дея- тельности // Виноград и вино России. – 2000.–№ 2.– С. 45–47.

УДК 338.48

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В КРЫМУ

TRENDS OF THE TOURISTIC INDUSTRY DEVELOPMENT IN CRIMEA

Бугаец Т. Г., старший преподаватель
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»
Степаненко Е. С., студентка,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь

T.G. Bugaets, lecturer
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
K. S. Stepanenko, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

Туризм для Крыма является ведущей экономической отраслью, что и не удивительно, так как полуостров обладает богатым природным и культурно-историческим потенциалом. В статье анализируется развитие туристской сферы в Крыму и дается оценка уровня развития инфраструктуры в регионе.

Annotation

Tourism for the Crimea is a leading economic sector, which is not surprising, since the peninsula has a rich natural and cultural-historical potential. The article analyzes the development of the tourist sphere in the Crimea and provides an assessment of the level of infrastructure development in the region.

Ключевые слова: Республика Крым, туристский потенциал, туризм, оценка состояния туристской сферы, развитие туризма, туристская инфраструктура.

Key words: the Republic of Crimea, tourist potential, tourism, assessment of the state of tourism, tourism development, tourist infrastructure.

Введение. В последние годы Республика Крым стала весьма привлекательным регионом для отдыха и оздоровления. В связи с этим, руководство республики предпринимает определенные действия для усовершенствования развития инфраструктуры, что в дальнейшем должно поспособствовать большей посещаемости Крыма туристами.

Цель исследования. Исследование особенностей развития туристической инфраструктуры посредством анализа статистических данных туристской отрасли.

Результаты исследования. В данном исследовании были рассмотрены тенденции развития туристской инфраструктуры в Крыму, которые дали представления о состоянии туристской отросли и о векторе развития Республики Крым в международном туризме.

Интеграция Крыма в инфраструктуру российской экономики сегодня определенно имеет первостепенное значение государственного уровня, что подтверждается «Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р. В данном документе выделен ряд задач: «интеграция Республики Крым и г. Севастополя в систему управления сферой туризма Российской Федерации, смягчение негативных эффектов переходного периода и обеспечение развития туризма, а также повышение качества жизни населения указанных субъектов». Эти задачи требуют проведения всестороннего статистического наблюдения и анализа исчерпывающей, объективной, надежной официальной статистической информации состояния сферы туризма Республики Крым [3].

Крымстат предоставляет ежемесячную отчетность о посещаемости туристами полуострова, в связи с чем не сложно обработать данные материалы и вывести годовую тенденцию посещаемости Республики Крым на 2017 год. Проведя исследования, были выведены следующие статистические данные: количество туристов, посетивших Крым в 2017 году составило 5,1 млн. человек, что на полмиллиона меньше чем в 2016 году (5,6 млн.). Данные результаты связаны с неудобством логистики, так как в Крыму на данный момент отсутствует железнодорожное сообщение с материком, что понижает заинтересованность туристов в дорогостоящем перелете на полуостров. Но в тоже время, 43,1% туристов предпочитает авиатранспорт, также в Крым можно попасть и через паромную переправу, такой вид передвижения выбрали 40,25% туристов, в остальных же случаях, 7% туристов предпочли другие виды транспорта [1].

Что касается загрузки рабочих средств размещения в Крыму, то 34,6% туристов предпочли остановится в коллективных средствах размещения. Оставшиеся 65,4% туристов предпочитают останавливаться в частных мини гостиницах, домах, квартирах. Учет данной категории туристов производился на основании данных авиаперевозок и автоперевозок, с использованием статистических методов оценки [4].

Необходимо дать портрет туриста, посетивший Крым в 2016 году, чтобы создать ориентир на 2017 год. Средний возраст туристов в данном году 20 – 35 лет. Туристы заинтересованы в пляжном отдыхе, так как 84,2% направляются в Крым именно с этой целью. Остальные же 6% - к родственникам, 4% - с целью лечения, 2,7% - деловой туризм, 2,7 - с целью отдохнуть в горах. Что касается способа приобретения путевки в Республику Крым, то 38,5% - приобрели самостоятельно, через интернет, 28,5% - через турфирму, 21,9% - самостоятельно, по имеющейся договоренности, оставшиеся 11,1% - на месте после прибытия на курорт.

На территории Республики Крым множество курортных зон, которые могут привлечь туристов, но самым востребованным направлением остается южный берег Крыма. В 2017 году его посетило 47,4 % отдыхающих. Данный регион Крыма характеризуется в основном пляжным туризмом.

Что касается западного берега Крыма, то в 2017 году его посетили 18,2% туристов. Данный регион специализируется по оздоровительному туризму, так как там находятся лечебные грязи, воды и рапа Сакского и Евпаторийского районов. Здесь находится большое количество санаториев и домов отдыха. По состоянию на 19 марта 2016 регистрацию в качестве субъектов хозяйствования прошли 770 объектов, рассчитанных на одновременный прием 155 тыс. 886 человек. Из них 143 санаторно-курортных объекта [1].

В 2017 году 14,8% туристов посетили восточную часть полуострова. Самыми популярными городами здесь стали: Феодосия и Керчь. Основной контингент таких туристов составляют, люди передвигающихся на собственном транспорте [1].

Необходимо упомянуть и Симферополь, как главный транспортный узел Крыма. Его посетило 11,1 % туристов, прилетающих или проезжающих транзитом из других областей. Симферополь является не только транспортным узлом, но и центром делового туризма Крыма [1].

С 2015 года в рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» осуществляется создания на территории Республики Крым 5 туристско-рекреационных кластеров:

1) кластер «Детский отдых и оздоровление» (г. Евпатория) – создание инфраструктуры общенационального центра семейного оздоровления – общий объем финансирования из федерального бюджета составляет 11 096,01 млн. руб.

2) кластер «Лечебно-оздоровительный отдых» (г. Саки) – создание инфраструктуры грязелечебного курорта – общий объем финансирования из федерального бюджета составляет 6 747,89 млн. руб.

3) кластер в районе озера Чокракское (Ленинский район, п. Курортное) – создание инфраструктуры бальнеологического лечебно-оздоровительного комплекса – общий объем финансирования из федерального бюджета составляет 1 687,5 млн. руб.

4) кластер «Коктебель» (п.г.т. Коктебель) – создание центра активных видов туризма – общий объем финансирования из федерального бюджета составляет 2 399,59 млн. руб.

5) кластер «Черноморский» (Черноморский р-н) – создание центра развития экстремального, археологического и автотуризма – общий объем финансирования из федерального бюджета составляет 1 950,57 млн. руб.

Кластеры будут создаваться до 2020 года. Общий объем финансирования создания кластеров составляет 23 881,57 млн. руб. [4].

Необходимо отметить и отрицательные стороны инфраструктуры полуострова. В первую очередь, это отсутствие инфраструктуры предназначенной для кемпингов. Данный вид туризма набирает оборот, а в Крыму тем более, так как большая часть туристов прибывает в Республику Крым на собственном транспорте [2].

Во–вторых, неразвитость круизного туризма, для которого существуют все предпосылки. В 2017 году был создан проект «Сочи – Ялта – Севастополь – Стамбул - Сочи», по которому круизный лайнер должен был отправляться в путешествие с 1 мая данного года. Но в связи с политической нестабильностью, данный проект был отменён. Но на сегодняшний день действует круиз «Столица флота», предлагаемый турагентством Библио-Глобус. Круиз охватывает такие города как: Севастополь, Стамбул, Ялта, Сочи, Новороссийск, Севастополь [4].

В–третьих, отсутствие в Крыму сетевых отелей.

Вышеперечисленные проблемы приостанавливают экономическое развитие республики и не способствуют её имиджевому статусу в сфере туризма и гостеприимства.

Выводы. Были проанализированы статистические данные туристской отрасли и выявлены тенденции развития инфраструктуры в Республике Крым. Инфраструктура – является главнейшим принципом для успешной экономической деятельности в сфере туризма на территории республики. Ее развитие становится толчком к посещаемости туристами и тем самым способствует наполнению бюджета региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Министерство курортов и туризма республики Крым [Электронный ресурс] Режим доступа: http://mtur.rk.gov.ru/

2. Нюансы летнего отдыха на Черном море [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tourlib.net/statti_otdyh/otdyh-na-chernom-more.htm

3. Развитие туристской сферы в Республики Крым: проблемы и оценка [Электронный ресурс] Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turistskoy-sfery-v-respublike-krym-problemy-i-otsenka

4. Формирование туристской инфраструктуры [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tourlib.net/krym.htm

УДК 338.48

АНАЛИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТКОЙ СФЕРЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

ANALYSIS OF LEGISLATION IN THE TOURIST SPHERE IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF CRIMEA

Бугаец Т. Г., старший преподаватель
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»
Степченко Я. В., студентка,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь

T.G. Bugaets, lecturer
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
Y. V. Stepchenko, student,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

Законодательство регулирует все виды деятельности и туристская сфера не является исключением. В различных ситуациях работники сферы туризма прибегают к разным отраслям права: административной, уголовной, финансовой. Законодательство сфере туристских услуг является актуальной темой на современном этапе развития туризма.

Annotation

Legislation in the modern world regulates all kinds of activities and the tourist sphere is no exception. In different situations, workers in the sphere of tourism resort to different branches of law: administrative, criminal, financial. Legislation in the sphere of tourism services is an actual topic at the present stage of tourism development.

Ключевые слова: туризм, законодательство, закон, нормативно-правовые акты, регулирование.

Keywords: tourism, legislation, law, normative-legal acts, regulation.

Введение. Стремительное развитие сферы туризма требует неотложного усовершенствования законодательного регулирования данной сферы Законодательные акты, которые используются в сфере туризма, распространяются на всех туристов, как зарубежных, так и отечественных. Без законодательного регулирования в этой сфере деятельности давно уже никто не работает.

Цель исследования - проанализировать законодательство на территории Российской Федерации и Республики Крым в туристской области.

Результаты исследования - законодательство в туризме совершенствуется. Республика Крым адаптируется к Российскому законодательству и на этой основе создает региональное.

Нормативно-правовые акты в туристской деятельности на территории Российской Федерации можно условно разделить на две группы:

- первая группа - это нормативно-правовые акты, которые не направлены именно на туристскую деятельность, а регулируют все сферы деятельности и являются определяющими и основополагающими («общие акты»). К первой группе относятся: Конституция Российской Федерации; Гражданский кодекс РФ; Уголовный кодекс; Таможенный кодекс; Закон РФ от 7.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»;Закон РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации»;Федеральный закон от 15 августа 1996г. № 114-ФЗ (ред. от 28.06.2009г.) «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»;Федеральный закон от 15 августа 1996г. № 114-ФЗ (ред. от 28.06.2009г.)

- вторая группа – это нормативно-правовые акты, непосредственно направленные на регулирование туристской деятельности («специальные акты»): Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями от 10 января 2003 г., 22 августа 2004 г., 5 февраля 2007 г., 30 декабря 2008 г., 28 июня 2009 г);Указ Президента РФ от 18 ноября 2004 г. № 1453 «О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту; Приказ Ростуризма от 10.02.2006г. № 31 «О Регламенте Федерального агентства по туризму»;

Важными являются Федеральные законы: «О Защите прав потребителей», «О банках и банковской деятельности», «Об акционерных обществах». «О лицензировании в Российской Федерации». О защите прав потребителей регулирует отношения между субъектами предпринимательской деятельности и гражданами, которые заказывают и приобретают услугу или товар. (турфирма и турист). Так же разрабатываются ГОСТы, которые устанавливают обязательные требования к товарам или услугам. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» регулирует порядок перечисления денежных средств, проведения оферты.

Закон «Об основах туристкой деятельности в Российской Федерации»- является основным в туризме [1]. Он состоит из 9 глав и 22 статей. Глава 1 отражает основные понятия в туризме и законодательство данной сферы. Глава 2 гласит о государственном регулировании туризма. Отражены полномочия органов государственной власти, способы государственного регулирования, принципы государственного регулирования, условия осуществления туроператорской деятельности, реестр туроператоров. Глава 3 – права и обязанности туристов. Глава 4 – особенности формирования и

продвижения турпродукта. Эта глава для турфирм, которая показывает общие условия формирования и продвижения турпродукта, особенности реализации турпродукта. Глава 5- объединения туроператоров и тур агентов. Глава 6- туристские ресурсы России. Глава 7 – безопасность в туризме. Глава 8 – международное сотрудничество. Глава 9- Заключительные положения, отражает ответственность за нарушение законодательства в туризме, о вступление в силу настоящего Федерального закона, приведение нормативно- правовых актов в соответствии с настоящим Законом.

В 2014г. Республика Крым вступила в состав Российской Федерации. Благодаря этому произошло множество изменений в регионе, не исключением стало и изменение законодательства. На региональном уровне в Республике Крым действует закон от 14 августа 2014г. «О туристкой деятельности в Республике Крым». В первой части так же как и в общероссийском отражается основной понятийный аппарат, виды туризма, но так как Крым еще с советских времен считается курортом и всесоюзной здравницей, то понятийный аппарат значительно шире, это связано с пополнением списка видов туризма. В Крыму развиваются особые виды туризма, которые с трудом можно встретить на других территориях Российской Федерации. Винный, аграрный, сельский, подводный, яхтенный - вот неполный список уникальных крымских видов туризма, терминология которых отражена в законе «О туристкой деятельности в Республике Крым».

В Законе распределены полномочия в сфере туризма в Республике Крым между Государственным Советом Республики Крым и Советом министров. Созданы комитет по санаторно-курортному комплексу и туризму, координационные советы по развитию туризма в районах. Их цель - изучение ресурсов района и продвижения ресурса. Такое распределение обязанностей и создание комитета поспособствовало развитию туризма [2].

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что законодательство в Республике Крым развивается и это положительно сказывается на развитии туризма в регионе.

Регулирование туристской деятельности производится на разных уровнях: международном, федеральном, региональном и муниципальном. Задачи международного правового регулирования осуществляет Всемирная туристская организация (ВТО), создана в 1975г. С момента создания было принято и утверждено множество важных документов, основные из них: Гаагская декларация по туризму, Хартия туризма и ее раздел «Кодекс туризма», Манильская декларация по мировому туризму [3]. Основная цель международного регулирования туристской деятельности - это создание единого мирового законодательного туристского поля. Федеральный уровень рассмотрен подробно во второй группе нормативно-правовых актов. Существует множество всероссийских туристских организаций: Российский союз туриндустрии, Российская гостиничная организация, ассоциация агентств воздушного транспорта, ассоциация делового туризма. Не смотря на такое обильное количество нормативно-правовых актов, организация и

ассоциаций в регулировании туристской деятельности в РФ нет четко отлаженной системы, и поэтому она требует постоянного совершенствования.

Каждая отрасль права затрагивает туристскую деятельность. Гражданский кодекс регулирует имущественные и связанные с ним неимущественные отношения субъектов права. Гражданский кодекс является основным законом рыночной экономики, своими нормами он охватывает туристскую деятельность. Статьи 420-453 отражают основные положения о договоре, в каких случаях договор считается заключенным, порядок расторжения. Статьи 158-165 регулируют правила о форме сделок, а статьи 166-181 нормы о недействительности сделок [4].

Выводы. Законодательное регулирование туристской деятельности требует постоянного совершенствования. Для этого принимаются новые нормативно-правовые акты, создаются целевые программы на развитие туризма, организовываются туристские объединения и организации. Идеальным решением поставленной задачи будет создание единого правового поля регулирования туристской деятельности. Тенденциями развития законодательства в туриндустрии Российской Федерации и Республике Крым являются:

- развитие и реализация правовых норм, направленных на повышение гарантий и эффективности защиты прав и законных интересов потребителей туристского продукта, качества и безопасности туризма;
- усиление финансовой ответственности туроператоров за нарушение гражданско-правовых обязательств;
- развитие правотворчества в сфере туризма на уровне регионов (субъектов РФ) и муниципальных образований.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 5 апреля 2016 г.) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1996. № 49, ст. 5491; 2016. № 15, ст. 2066.

2.Положение о Министерстве курортов и туризма Республики Крым: утв. Постановлением Совета министров Республики Крым от 27 июня 2014 г. № 145 // Официальный сайт Министерства курортов и туризма в Республике Крым. URL: http://mtur.rk.gov.ru/file/pologenie_o_minkurortovRC.pdf (дата обращения: 13.09.2016).

3.Хартия туризма 1985 г.

4. Гражданский Кодекс Российской Федерации 21 октября 1994г., редакция 29.12.2017г.

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 ГБОУВО РК «КУКИиТ» «Крымский университет культуры, искусств и туризма» г. Симферополь.

T.G. Bugayets Senior Teacher 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 Крыму 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 устроению 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., Кулешова М.Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия./Известия А.Н. Серия географическая, 2001, № 1, с.7-14.
2. http://studopedia.org/1-101305.html
3. Source: http://adonis-crimea.com.ua/dostoprimechatelnosti/307-tik-kuju-kolodets-na-chufut-kale.html
4. Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурные ландшафты как категория наследия // Культурный ландшафт как объект наследия. – М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. – с. 13-36.

УДК 338.48

РАЗНООБРАЗИЕ КУЛЬТУР НАРОДОВ КРЫМА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

THE DIVERSITY OF CULTURES OF THE PEOPLES OF THE CRIMEA AS A FACTOR OF TOURISM DEVELOPMENT

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет культуры,
искусств и туризма", г. Симферополь
Годелеева Э.А., студентка
"Крымский университет культуры,
искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics),
Professor,
"Crimean University of culture, arts and tourism",
Simferopol
E.A. Godeleyeva, student
"Crimean University of culture, arts and tourism",
Simferopol

Аннотация

В данной статье описано положительное влияние разнообразия культур народов в Крыму на развитие туризма. Приводится значение термина этнокультурный туризм и его современного состояния на полуострове.

Также представлена информация об этносах, проживающих в Крыму. Описаны дальнейшие перспективы при развитии этнокультурного туризма на полуострове.

Annotation

The article describes the positive influence of the diversity of Crimean cultures on the development of tourism. The author gives the meaning of the term ethno-cultural tourism and its current state on the Peninsula, as well as information about ethnic groups living in Crimea. Further prospects of development of ethnocultural tourism on the Peninsula are described.

Ключевые слова: туризм, Крым, этнос, народ, нация, этнокультурный туризм, полуостров.

Keywords:tourism, Crimea, ethnos, nation, ethno-cultural tourism, Peninsula.

Введение. На протяжении длительной истории Крымского полуострова здесь насчитывается более 125 этносов, которые сформировали на полуострове собственную национальную культуру.Культура Крыма представляет собой наслоение материальных и духовных объектов абсолютно разных этносов. Но следует отметить тот факт, что этнокультурный туризм на полуострове неразвит и теоретически неподготовлен, вышеперечисленное указывает на актуальностьэтой темы.

Цель исследования. Проведение анализаразнообразиякультур народов Крыма, как фактор развития туризма.

Результаты исследования. Перед тем, как перейти к основному материалу нужно выяснить значение термина «этнокультурный туризм». Этнокультурный туризм – это одно из новых направлений в туризме, которое имеет ярко выраженные этнические, языковые и культурные элементы. Этнокультурный туризм может быть двух видов: внутренний (внутри самого государства) и внешний.

Туризм является приоритетным и перспективным направлением в сфере хозяйства полуострова. На сегодняшний день, в Крыму такие виды туризма:

– досуг, отдых;

– оздоровительный;

– деловой туризм;

– другие виды туризма.

К последнему направлению относится этнокультурный туризм, вместе с экологическим видом, которыене имеют 5% посещения от всех видов туризма. Учитывая высокую степень полиэтничности Крымского региона, вышеназванный фактор является проблемным[5, с. 32].

Сдревности на полуостров переселяются представители таких больших национальностей, как итальянцы, французы, греки, немцы, армяне, украинцы, болгары, белорусы, чехи, эстонцы. Поселения перечисленных национальностей, в основном, сохранилась в сельской местности, по этой причине, некоторые исследователи рекомендуют сочетать в Крыму сельский и этнический туризм.

Помимо того, что на полуостров переселялись представители различных национальностей, в Крыму также были сформированы этносы, например, крымские татары, крымчаки и караимы. Стоит отметить, что такие нации, как караимы и крымчаки в мире малочисленны, что создает определенный интерес к этим народностям. В свою очередь, крымскотатарская культура оставила свой след, практически, в каждом городе Крыма.

Сбережению культур народностей, населявших Крым, способствует деятельность общественных организаций национальных меньшинств, создание музеев, организация мероприятий. Несмотря на то, что на полуострове насчитывается более 120 представителей различных этносов, к вовлечению к туризму готово около 15 народностей. Рассмотрим более подробно, в каких центрах Крыма представлены национальные культуры[2, с. 5].

Армянские культурно-исторические достопримечательности сохранились в таких городах: Старый Крым, Феодосия и Судак. В этих государствах армянскими общественными организациями устраиваются мероприятия, на которые съезжаются туристы из Армении и других зарубежных государств. Например, в Старом Крыму каждый год организовывается праздник Воздвижения Креста, во время которого исполняются национальные и религиозные обряды, а также готовятся национальные блюда.

Самым древним этносом Крыма, по праву, считаются греки, которые начали заселять полуостров с VII столетия до н.э. На сегодняшний день, компактно греки проживают в таких городах, как Симферополь, Керчь, Ялта, Белогорск. Ежегодно в Белогорске в селе Чернополье проходит национальный греческий праздник, посвященный Святой Елене и Константину[1, с. 90].

Внимание туристов привлекает немецкая культура, сохранившихся в селах Белогорского и Кировского района. Главной особенностью немецкой культуры в Крыму – это специфическая архитектура и постройка домов в сельских поселениях.

Также в Крыму можно познакомиться и с чешской культурой, представленная в селах Джанкойского и Красногвардейского района. Культура чехов Крыма отличаетсяконсервацией национальных особенностей. Они сохранили свою самобытность внародных традициях, строительстве жилья, национальной кухне. Этническаяспецифика сохранилась, прежде всего, в календарных праздниках и обычаях.

Крымскотатарская культура, отразившийся на архитектуре городов Крыма, в этом случае, интересным для туристов будет посещения городов

Бахчисарая, Старый Крым, Симферополь. На полуострове имеются этнографические дома крымских татар – дервиш-эви в Бахчисарае и этнографический дом в Феодосии[3].

Объекты материальной культуры караимов и крымчаков можно встретить в Бахчисарае, Керчи, Евпатории и Феодосии. На сегодняшний день, вся культурная жизнь караимов и крымчаков перемещается в Симферополь.

Выводы. Разнообразие культур народов Крыма является важным фактором, который способствует развитию туризма и который нужно развивать в дальнейшем. Развитие этнокультурного туризма позволит решить социально-экономические проблемы региона. В первую очередь, сохранение национального самосознания этнических меньшинств Крыма, развитие толерантности и хороших отношений между разными народами. Во-вторых, решение одной из наиболее острых проблемнезанятость сельского населения. Другой важной особенностью этнокультурного туризма – независимость от сезона, благодаря, этому бюджет крымского региона будет пополняться равномерно. Экологическая цель состоит в том, что частичное преодоление сезонных колебаний численности туристов позволит уменьшить нагрузку на природно-территориальные комплексы.

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что разнообразие культур народов Крыма является важным фактором для развития туризма, которое в свою очередь способствует улучшению социально-экономического положения полуострова.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник./ И.В.Зорин, В.А.Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
2. Лаптев Ю.Н. Этнографический туризм в Крыму: состояние и перспективы развития. Научно- методическое пособие. [издание 2-е, дополненное]. /Ю.Н.Лаптев, О.В.Савинова – Симферополь,2003.– 74 с.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://government.ru/media/files/41d4e55c9b1d8bca7b6a.pdf
4. Сущинская М. Д. Культурный туризм: учебное пособие / М. Д. Сущинская. – СПб. : СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.
5. Финогеев Б.Л. Малое предпринимательство. Из прошлого в настоящее. / Б.Л.Финогеев, В.И.Шостка.–Симферополь: Таврия-Плюс,1999.–112 с.

УДК 338.482.22

ПЕРСПЕКТИВЫ КИБЕРСПОРТА КАК РЕСУРСА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

PROSPECTS OF ESPORTS AS A RESOURCE OF EVENT TOURISM IN THE CRIMEA REPUBLIC

Гребнев А.Н., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

A.N. Grebnev, senior lecturer, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

На сегодняшний день индустрия киберспорта развивается большими темпами и привлекает значительное количество зрителей. Соревнования и фестивали по киберспорту являются крупными событийными мероприятиями, сравнимыми со спортивными соревнованиями. В Республике Крым имеются все условия для проведению соревнований по киберспорту и использования их как ресурса событийного туризма.

Annotation

To date, the eSports industry is developing at a rapid pace and attracts a significant number of viewers. ESports competitions and festivals are major events comparable to sporting events. In the Republic of Crimea there are all conditions for competitions in eSports and their use as a resource of event tourism.

Ключевые слова: киберспорт, событийный туризм, Республика Крым.

Keywords: eSports, event tourism, Republic of Crimea.

Введение. Компьютерный спорт — (киберспорт, е-спорт, электронный спорт (англ. cybersport, e-Sport, esport, esports, electronic sport) — вид соревновательной деятельности и специальной практики подготовки к соревнованиям на основе компьютерных и/или видеоигр, где игра предоставляет среду взаимодействия объектов управления, обеспечивая равные условия состязаний человека с человеком или команды с командой. [1]

То есть киберспорт — это не соревнование человека с компьютером, это именно соревнование человека с человеком или команды с командой, где компьютер выступает в роли спортивного инвентаря, а игра обеспечивает виртуальное пространство и правила состязания.

Цель исследования. Выяснить возможность использования мероприятий и соревнований по киберспорту в качестве ресурса событийного туризма в Республике Крым учитывая мировой и российский опыт.

Результаты исследования. На сегодняшний день индустрия киберспорта развивается большими темпами и привлекает значительное количество зрителей, так например финал одной из дисциплин киберспорта League of Legends в 2016 году смотрело около 40 тысяч человек, стадион был заполнен полностью, так же параллельно онлайн трансляцию одновременно смотрело 14 миллионов человек. Киберспорт по своей популярности не уступает ведущим спортивными дисциплинами, а по сумме призовых уже превзошёл множество из них, например: призовой фонд турнира The International 7 по Dota2 составил 24,79 млн. долларов [2], в то время как призовой фонд чемпионата мира по настольному теннису не превышает отметку в 200 000 долларов.

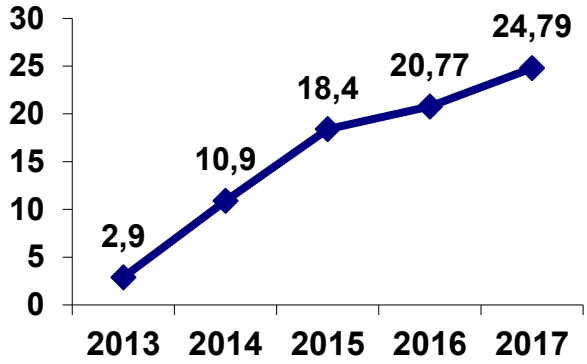

Рис. 1. Динамика призового фонда турнира The International по Dota2(по [3])

По данным аналитического агентства SuperData Research, занимающегося статистикой и прогнозами в игровой индустрии и цифровых медиа киберспортивные мероприятия в 2017 году суммарно принесли $756 млн. Из них 70% доходов принесли спонсоры и рекламодатели, 11% – призовые, 10% – ставки и любительские турниры, 9% – продажи билетов и сопутствующих товаров [4].

В спонсирование киберспорта уже вовлечены такие крупнейшие корпорации такие как: Steel series, Samsung, Intel, G2A, а в 2015 году Алишер Усманов, основатель USM Holdings, сделал вклад в развитие киберспортивной организации Virtus Pro в размере 100 миллионов долларов, на запуск новых турниров в различных игровых дисциплинах, созданию медийных каналов и прочее. Все это говорит о финанасовых возможностях событийных мероприятий в киберспорте.

На данный момент множество стран признали киберспорт: США, Южная Корея, Дания, Швеция и другие. Россия же в свою очередь было первой страной признавшей киберспорт в 2001 году, но в 2006 году его отменили так как не было развития в более чем половине субъектов и зарегистрированного общероссийского физкультурного-спортивного объединения как того требовал регламент, но 3 июня 2016 г. в Минюсте России был зарегистрирован Приказ Министерства спорта РФ от 29.04.2016 №470 «О признании и включении

во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта, а также в приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 17.06.2010 №606 "О признании и включении видов спорта, спортивных дисциплин во Всероссийский реестр видов спорта"». В соответствии с ним вид спорта «компьютерный спорт» (киберспорт) был официально признан и включён во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин. [5]

На сегодняшний день в Российской федерации официально признаны пять киберспортивных дисциплин: «Боевая арена», «Соревновательные головоломки», «Стратегия в реальном времени», «Технический симулятор» и «Спортивный симулятор». Кроме того, перспективно признание ещё двух дисциплин: «Шутеры» и «Файтинги».

Таблица 1

Жанры киберспортивных дисциплин[6].

First Person Shooter	Real Time Strategy	Multiplayer Online Battle Arena	Игры-симуляторы	Спортивные игры
Counter-Strike Global Offensive	Warcraft	Dota2	World of Tanks	Fifa
Quake	Starcraft	League of Legends	Heartstone	
		Heroes of the Storm	Mortal Combat	

В РФ действует Федерация компьютерного спорта России (ФКС России; англ. Russian eSports Federation) — общероссийская общественная организация, ответственная за развитие в РФ массового компьютерного спорта (киберспорта). Приказом Министерства спорта РФ №618 от 05.07.2017 г. ФКС России наделена правами и обязанностями общероссийской спортивной федерации по виду спорта «Компьютерный спорт». Ключевые соревнования ФКС России — Кубок России по киберспорту (свыше 11 тыс. участников в 2016-2017 гг.), Всероссийская киберспортивная студенческая лига (более 170 вузов-участников в сезоне 2017-2018 гг.) и впервые проводимый в 2018 году Чемпионат России по компьютерному спорту. Российский футбольный союз (РФС) совместно с ФКС России проводит Кубок и Чемпионат России по интерактивному футболу. Можно сделать вывод о значительном но мало используемом ресурсе киберспортивных мероприятий для событийного туризма в РФ [1].

В 2016 году на территории Республики Крым была создана Федерация Киберспорта Крыма. Она проводит онлайн-турниры, местные турниры, обучает основам и развивает уже скомплектованные команды. Основными направлениями ее деятельности являются: проведение и организация регулярных игровых турниров с достойным денежным призовым фондом, на локальной и онлайн основе. При Федерации создан Центр Развития Киберспорта Крыма, он начал свою деятельность с 1 октября 2016 года [7].

Учитывая вышеизложенное, можно говорить о перспективности проведения соревнований по киберспорту на территории Республики Крым и использовании их в качестве ресурса событийного туризма. Этому способствует значительная привлекательность соревнований по киберспорту, в том числе и инвестиционная, большой охват аудитории, молодежная ориентация, потребность диверсификации крымского турпродукта, а также то что для проведения соревнований не требуется значительных вложений в инфраструктуру (строительство стадионов т.п.)

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт Федерации компьютерного спорта России http://resf.ru
2. Стал известен итоговый призовой фонд TI7. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.cybersport.ru/news/stal-izvesten-itogovyy-prizovoy-fond-ti7
3. Top 100 Largest Overall Prize Pools: e-Sports Earnings [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.esportsearnings.com/tournaments
4. https://www.superdataresearch.com/
5. Приказ Министерства спорта РФ от 29.04.2016 №470 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://legalacts.ru/doc/prikaz-minsporta-rossii-ot-29042016-n-470/
6. Киберспорт как вид спорта: становление и развитие [Электронный ресурс] Режим доступа: http://team.empire.gg/news/1594/
7. Сайт Федерации Киберспорта Крыма [Электронный ресурс] Режим доступа: http://cyber-crimea.ru/

УДК 338.488.1(292.471):656.1/5

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ СФЕРУ КРЫМА

TRANSPORT AVAILABILITY AS ONE OF THE MAJOR FACTORS INFLUENCING THE TOURIST SPHERE OF THE CRIMEA

Дугаренко Н.Ю., старший преподаватель
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
Таврическая академия, г. Симферополь

Dugarenko N.U., senior teacher
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Представлена краткая характеристика транспортной доступности Республики Крым. Проанализирован поток туристов на полуостров в 2007-2017 годах. Определены перспективы дальнейшего развития Крыма, как места отдыха российских и иностранных туристов.

Annotation

The short characteristic of transport availability of the Republic of Crimea is submitted. The flow of tourists on the peninsula is analysed in 2007-2017. The prospects of further development of the Crimea as vacation spots of the Russian and foreign tourists are defined.

Ключевые слова: Республика Крым, туризм, туристский поток, транспортная доступность.

Keywords: Republic of Crimea, tourism, tourist stream, transport availability.

Введение. Республика Крым является уникальным регионом Российской Федерации, в котором есть все необходимое для развития туристской сферы. Благодаря географическому положению, уникальным природно-климатическим условиям, бальнеологическому, историко-культурному и национально-этнографическому потенциалу туристско-рекреационная отрасль Крыма служит мощным механизмом активизации значительной части производственных процессов смежных отраслей, таких как сельского хозяйства, транспорта, связи, культуры, коммунального хозяйства.

Одной из основных проблем для дальнейшего развития туристической сферы является вопрос обеспечения доступа туристов на полуостров.

Цель исследования. Изучение транспортной доступности, как одного из основных факторов, влияющих на туристическую сферу Крыма.

Результаты исследования. В республике Крым есть все предпосылки для эффективного развития туризма как одной из важнейших сфер деятельности современной экономики. Развитие сферы туризма позволяет решать широкий круг важных социально-экономических задач: увеличение занятости населения, улучшение качества жизни людей, увеличение поступлений в бюджеты всех уровней, развитие и модернизация инфраструктуры региона. В настоящее время туристско-рекреационная сфера становится одной из приоритетных сфер для развития Республики Крым.

После вхождения в 2014 году Республики Крым и г. Севастополя в состав Российской Федерации произошли значительные изменения в туристической сфере полуострова, затронувшие, как текущие вопросы организации предоставления туристических услуг, так и перспективы дальнейшего развития отрасли в целом.

В первую очередь туристическая отрасль столкнулась с ограничением транспортной доступности региона со стороны Украины, фактически заблокировавшей автомобильное и железнодорожное сообщение с полуостровом, а также ряда других стран, прекративших авиационное и морское сообщение с республикой. Указанные обстоятельства привели к снижению туристического потока в республику (табл. 1).

Таблица 1

Количество туристов, посетивших Республику Крым в 2007-2017 гг. [1]

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество туристов, тыс. чел.	5770,8	5635,1	5668,1	5053,8	5739,1	6134,4	5903,4	3805	4598	5573,5	5395,1

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым в 2014 году в Крымском федеральном округе отдохнуло около 4 млн. туристов, в том числе:

- 3,8 млн. чел. посетили Республику Крым;
- 200 тыс. чел. - г. Севастополь.

В силу политической и экономической ситуации туристический поток из Украины значительно сократился и составил порядка 10 % от общего количества туристов посетивших полуостров, по аналогичным обстоятельствам сократилось количество международных туристов.

При этом по географии прибытий в 2014 году турпоток из материковой части России вырос в 3 раза: основными туристами были граждане Российской Федерации - около 80% от общего турпотока.

По результатам принятых федеральными и республиканскими органами исполнительной власти мер, направленных на улучшение транспортной доступности и развития туристической сферы республики, а именно:

- выполнения работ по текущему ремонту, содержанию и обслуживанию автомобильных дорог на основных транспортных направлениях;
- частичной реконструкции морских портов;
- оптимизации работы Керченской паромной переправы и аэропорта «Симферополь».

Удалось достигнуть того, что в 2016-2017 годах республику посетили более
5 млн. туристов, из которых 43% прибыли авиатранспортом, 42% – паромной переправой, 15% – с помощью других видов транспорта (рис. 1) [1].

За счет реализации мероприятий федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 11.08.2014 № 790 (далее - ФЦП), в части завершения строительства транспортного перехода через Керченский пролив и планируемого открытия в 2018 году автомобильного движения на объекте, предполагается значительно повысить количество туристов, пребывающих на территорию республики [2].

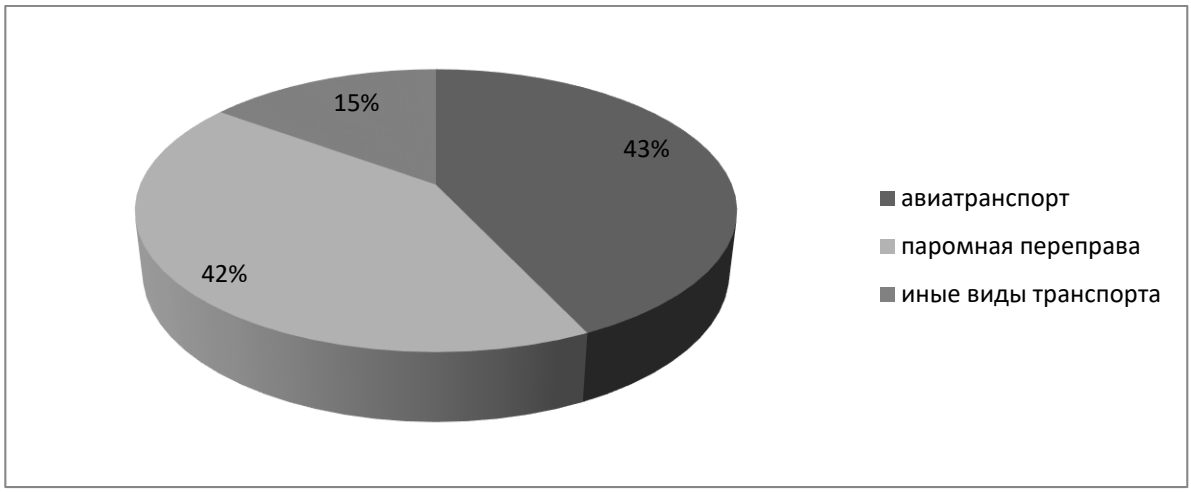

Рис. 1. Структура турпотока по видам транспорта

Ввод в эксплуатацию указанного объекта также позволит решить не только вопросы автомобильного сообщения с материковой частью России, но и проблему железнодорожного сообщения, которое пока находится в состоянии «спячки».

Также в настоящее время в ходе выполнения указанной программы завершается строительство нового терминала аэропорта «Симферополь» — «Крымская волна», открытие которого запланировано приурочить к началу курортного сезона 2018 года. Данный терминал будет способен обслуживать порядка 6,5 млн пассажиров в год и использоваться не только для обслуживания внутригосударственных авиаперелетов, но и международных [3].

Кроме того, в рамках реализации ФЦП, запланирован комплекс мероприятий, в том числе по модернизации транспортной и коммунальной инфраструктуры, строительству аварийно-спасательного флота, оснащению объектов морского транспорта инженерно-техническими средствами транспортной безопасности, реставрации объектов культурного наследия, созданию туристско-рекреационных кластеров, выполнение которых также должно повысить туристическую привлекательность полуострова.

Выводы. На основе имеющейся информации мы установили одну из наиболее острых современных проблем сферы туризма Крыма – транспортная доступность. На данный момент для обеспечения комфортного отдыха и увеличения потока туристов на территории Республики Крым осуществляется модернизация транспортной системы, которая сможет обеспечить высокое качество услуг по перевозке туристов в республику, а также их передвижению на полуострове, что будет способствовать развитию как внутреннего, так и международного туризма.

При этом вопрос дальнейшей популяризации Крыма, как одного из ведущих мест для отдыха туристов, будет зависеть не только от транспортной доступности, но и от качества и стоимости предоставляемых услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайт Министерства курортов и туризма Республики Крым. – 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/17.

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 11.08.2014 № 790 «Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» (с изменениями и дополнениями). – 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://base.garant.ru/70714732/.

3. Аэропорт «Крымская волна» готовится к полетам. – 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http:// http://24ri.ru/down/open/aeroport-krymskaja-volna-gotovitsja-k-poletam.html.

УДК 338.48

СОСТОЯНИЕ САНАТОРНО – КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

THE MODERN STATE OF THE RESORT COMPLEX OF CRIMEA

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь
Марков Д.В., студент
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь
Меметова А.Р., студент
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь
Пукасев М. И., студент
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science
(Economics), Professor,
"Crimean University of culture, arts and
tourism", Simferopol
D.V. M**arkov,** student
"Crimean University of culture, arts and
tourism", Simferopol
A.R. Memetova, student
"Crimean University of culture, arts and
tourism", Simferopol

M.I. Pukasyev, student
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

Республика Крым является одним из важнейших центров развития рекреационной деятельности и санаторно-курортного дела Российской Федерации. Природные ресурсы полуострова, богатое историческое наследие, многолетний опыт в сфере лечения и оздоровления в сочетании с высоким уровнем сервиса и соответствием ожиданий потребителя способны вывести регион на передовые позиции. В работе представлен анализ состояния санаторно-курортного комплекса в Крыму.

Annotation

The Republic of Crimea is one of the most important centers for the development of recreational activities and sanatorium and resort business of the Russian Federation.Natural resources of the peninsula, rich historical heritage, many years of experience in the field of treatment and rehabilitation combined with a high level of service and the satisfaction of consumer expectations can lead the region to the forefront.The paper presents an analysis of the current state of the Crimean sanatorium-and-spa complex.

Ключевые слова: санаторий, курорт, курортно-рекреационный потенциал, природно-лечебные ресурсы, рекреационная деятельность, лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортная деятельность, курортное дело, региональная экономика.

Keywords : sanatorium, resort, resort and recreational potential, natural and medical resources, recreational activity, medical and improving tourism, sanatorium activity, resort business, regional economy.

Введение. Крымский федеральный округ является новой территорией России, отличающейся своим уникальным приморским положением, богатой насыщенной историей и природным лечебным потенциалом. Санаторно-курортный комплекс Республики Крым насчитывает 825 учреждений: 151 учреждение - санаторно-курортное лечение и другие медицинские услуги, 224 - оздоровительные услуги, 92 - детские оздоровительные учреждения.

Цель исследования: анализ современного санаторного – курортного комплекса Крыма.

Результаты исследования: Крым испокон веков считался регионом, где сама природа и уникальный климат способны вернуть утраченное здоровье. В санаториях лечили от недугов опорно-двигательного аппарата, неврологических и сердечно – сосудистых заболеваний, бесплодия, болезней кожи.

Сейчас в республике, по информации минкурортов РК, 150 санаториев, гостиниц и пансионатов предоставляют услуги санаторно-курортного лечения, еще 207 - оздоровительного характера. Круглогодично принимать отдыхающих могут 142 учреждения. Есть среди них очень успешные. Так, на Всероссийском форуме "Здравница-2017" крымские санатории получили золотые

медали в шести номинациях. Лучшей детской специализированной здравницей был признан Евпаторийский военный детский клинический санаторий, в номинации "Лучшие технологии санаторно-курортного лечения" победил санаторий "Меллас" [1].

Цель обеспечения достижения стратегической цели развития региона. Приведен анализ статистических данных коллективных средств размещения (КСР), выделены проблемы развития санаторно-курортного и туристского комплекса РК. Рассмотрен вопрос о создании инфраструктуры для развития шести туристско-рекреационных кластеров, а также выявлены задачи первоочередных государственных программ РК на среднесрочный период (годы). Кластеры будут реализовываться в период с 2015 по 2020 гг. Общий объем финансирования создания кластеров на территории РК из федерального бюджета составляет 7 млн. руб. Средства будут направлены на проведение работ по созданию сопутствующей инженерной инфраструктуры на территории каждого ТРК. Также реализация кластеров предполагает строительство объектов туристской инфраструктуры за счет средств инвесторов. Проанализировано распределение туристского потока по странам прибытий в РК в переходный период 2014 г. Отражены положительные тенденции в работе Министерства курортов и туризма РК совместно с Федеральным агентством по туризму Российской Федерации и Единой транспортной дирекцией по обеспечению транспортной доступности регионов России с РК. Выявлены основные проблемы санаторно-курортной и туристской отрасли в непростой переходный период, главная из которых проблема транспортной логистики и доставки отдыхающих на территорию полуострова. Эта проблема на сегодня в стадии решения. Предложены пути решения и других, важных для региона проблем. Ключевые слова: санаторно-курортная и туристская отрасль, анализ, проблемы и перспективы развития региона Стратегической целью развития Республики Крым является формирование современного международного туристского центра. Для ее достижения в новых условиях необходимо проведение инфраструктурной перестройки, создание модели круглогодичных, современных, конкурентоспособных коллективных средств размещения (далее КСР) на основе модернизации и реконструкции существующих объектов размещения республиканской формы собственности. Это необходимо, прежде всего, для обеспечения круглогодичного функционирования санаторно-курортных учреждений. В КСР Республики Крым отмечается высокий уровень износа основных фондов (большинство из них изношены на 70 – 90%) и медицинской базы здравниц. При этом сохранился уникальный опыт и традиции санаторного лечения и оздоровления граждан.

Для обеспечения комплексного развития туристско-рекреационной отрасли Республики Крым для неосвоенных туристских дестинаций региона разработаны туристско-рекреационные кластеры. Строительство новых объектов размещения, питания, развлечений в рамках кластеров будет осуществляться за счет средств инвесторов, создание комплекса обеспечивающей инфраструктуры кластеров, в том числе подъездных дорог, сетей электроснабжения, связи

и теплоснабжения, водопроводов, канализации, очистных сооружений за счет средств федерального бюджета.

Выводы. В результате проведенного анализа и перечисленных проблем, сдерживающих развитие санаторно-курортного комплекса Республики Крым, чтобы изменить ситуацию в рассматриваемой сфере экономики Крыма к позитивным тенденциям развития, необходимо:

1) усовершенствовать регулирование сферы использования ресурсов прибрежной зоны. Для выполнения данного мероприятия необходимо: придание прибрежным территориям крымского региона статуса курортных территорий государственного и местного значения; восстановление рекреационных территорий; повышение уровня соответствия курортных территорий санитарным нормам;

2) обеспечить равномерность использования туристско-рекреационного потенциала Республики Крым, выравнивание спроса на ресурсы прибрежной зоны, что позволит снизить нагрузку на наиболее популярные рекреационные территории и объекты, сформировать дополнительные ресурсы для развития регионов Республики Крым;

3) сформировать конкурентоспособный туристический продукт, соответствующий мировым стандартам качества, что позволит переломить тенденцию постепенного сокращения конкурентоспособности санаторно-курортного и туристического комплекса;

4) увеличить продолжительность активного курортного сезона, что позволит повысить эффективность использования рекреационного потенциала территории, уменьшить сезонные колебания в уровнях доходов, занятости, антропогенной нагрузки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р) [Электронный ресурс]. — Режим доступа.
2. https://rg.ru/2018/03/12/reg-ufo/vozrozhdat-kurorty-kryma-pomogaiut-mnogie-rossijskie-regiony.html
3. https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=13183
4. https://mtur.rk.gov.ru/ru/index

УДК 379.85

ПРОЕКТИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНО - ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА «ВЕЛИЧАЙШЕЕ НАСЛЕДИЕ КРЫМА» В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

DESIGN CULTURAL - INFORMATIVE TOUR "THE GREATEST HERITAGE OF THE CRIMEA" IN CRIMEA

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Кириленко С.В., студент,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics),
Professor,
"Crimean University of culture, arts and tourism",
Simferopol
S.V. Kirilyenko, student
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

Крым – должен стать важным туристическим объектом Российской Федерации. Для того чтобы достигнуть этого звания, необходимо провести ряд мероприятий направленных на развитие туристской инфраструктуры и повышение туристской привлекательности территории. Республика Крым обладает большими и разнообразными туристскими ресурсами, которые привлекали и привлекают к себе внимание туристов.

Annotation

Crimea should become an important tourist destination of the Russian Federation. In order to achieve this rank, it is necessary to carry out a number of activities aimed at the development of tourism infrastructure and increasing the tourist attractiveness of the territory. The Republic of Crimea has a large and diverse tourist resources, which attracted and attract the attention of tourists.

Ключевые слова: культурно - познавательный туризм, рекреационные зоны, туристская инфраструктура, туристская привлекательность, Республика Крым.

Keywords: cultural and educational tourism, recreational areas, tourist infrastructure, tourist attraction, the Republic of Crimea.

Введение. Крым – уникальный и многогранный уголок природы – заповедник, поражающий своей древностью и разнообразием, в котором отражены исторические события, культура и религия разных народов и разных эпох.

Для жителей Российской Федерации после образовании двух новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополь[2] открылась новая рекреационная зона, привычная ещё со времён Советского Союза. Государство предпринимает значительные усилия по её освоению, поэтому разработку тура по Крыму можно считать актуальной.

Цель исследования. Проведение анализа состояния туристской инфраструктуры полуострова Крым и разработка культурно – познавательного тура.

Результаты исследования. Для развития культурно-познавательного туризма большое значение имеет создание культурно-туристических зон, позволяющее максимально эффективно использовать весь имеющийся культурно-исторический Крыма.

Такого рода ресурсной базой для организации культурно-познавательной деятельности в Крыму являются:

1) Объекты культурно-исторического наследия: 12350 памятников из них 227 – общенационального значения, 28 исторических городов и поселков и 7 историко-культурных заповедников. В регионе насчитывается 28 исторических городов и поселков и 7 историко-культурных заповедников. Среди уникальных объектов – археологические объекты (Херсонес, Пантикапей, пещерные города Крыма); дворцовые комплексы Южнобережья, военно-исторические объекты Севастополя и многие другие

2) Более 170 ландшафтных объектов Крыма, имеющих высокую оценку пейзажного разнообразия (древневулканический массив Карадаг, Большой каньон Крыма, пещерные комплексы Кизил – Коба, Мраморная, Эмине – Баир – Хосар и др.). [3]

Таким образом, имея надлежащий туристский потенциал, в Крыму можно и нужно развивать все виды культурно-познавательного туризма, а именно:

1. Военно-исторического
2. Этнографического.
3. Археологического.
4. Религиозного.
5. Кинотуризма.
6. Литературного.

Развитие культурно - познавательного туризма включает в себя как положительные, так и отрицательные стороны. К положительным факторам относятся: защита культурного наследия и уход за памятниками культуры и истории, осуществляемые за счет туристической инфраструктуры, воспитание чувства уважения к культуре других народов, повышение образованно-

сти туристов, улучшение экономической ситуации в регионе. Износ и разрушение, вандализм, постоянная эксплуатация наносит невосполнимый ущерб культурно - историческим объектам.

Для анализа степени привлекательности туризма проведем исследование SWOT-анализ, которое позволит определить состояние туристической отрасли в Крыму.

SWOT-анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны изучаемого объекта, а также потенциальные возможности и угрозы. Для полного понимания развития культурного туризма в Крыму представим SWOT – анализ (табл. 1).

Таблица 1.

Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму

Сильные стороны	**Слабые стороны**
1. Высокая концентрация объектов культурно-исторического наследия 2.Этническое многообразие населения 3.Разнообразие природных ландшафтов на сравнительно небольшой территории 4.Высокий уровень экскурсионного обслуживания 5.Компактность территории и транспортная доступность 6.Благоприятные природно – климатические условия	1. Низкий уровень информационного обеспечения 2. Необходимость реставрации многих туристско – экскурсионных объектов. 3. отсутствие инновационных подходов и технологий в экскурсионном обслуживании 4.Отсутствие современных автотранспортных средств для обслуживания туристических потоков и придорожной инфраструктуры (указателей на туристско – экскурсионные объекты и т.д.) 5. Сезонность в формировании туристских потоков
Возможности	**Угрозы**
1. Расширение сети тематических туристских маршрутов 2. Создание инновационных экскурсионных объектов и центров развлечений 3. Создание туристско – информационных центров и интернет – сайтов с информацией о культурно – познавательной деятельности в Крыму 4. Создание туристских коридоров, формирование: туристских кластеров с целью лучшей координации работы в данной отрасли	1. Пока не решенный вопрос с транспортным сообщением с материковой частью страны 2. Конкуренция с близлежащими регионами культурного туризма 3. Нестабильная политическая ситуация ограничивающая туристский поток в Республику

Крым представляет собой значимый объект культурно-познавательного туризма, необходимо определить его потенциал с точки зрения этого вида туризма, оценить степень привлекательности как отдельных элементов,

так и отдельных туристских центров (мест концентрации объектов культурно-познавательного туризма).

Таким образом, следует выделить перспективные способы регулирования развития культурно-познавательного туризма в Крыму, среди которых [4]:

1.) Разработка и принятие программ развития культурно-познавательного туризма в регионе;

2.) Государственные инвестиции в инфраструктуру культурно- познавательного туризма;

3.) Установление норм и правил эксплуатации культурных ресурсов с учетом допустимой рекреационной нагрузки;

4.) Разработка стратегии продвижения культурно-исторических объектов региона, выбор методов рекламы;

5.) Проведение комплекса мер по реставрации, охране и контролю над состоянием культурно-исторических ресурсов региона;

6.) Финансирование научных исследований в области культурно- познавательного туризма;

7.) Интеграция с образовательными учреждениями (проведение конкурсных проектных работ по развитию культурно-познавательного туризма Крыма среди студенческой молодежи, прохождение практических занятий на базе объектов культурно-исторического наследия, профессиональная подготовка кадров и т.д.);

8.) Формирование и совершенствование системы информационного обеспечения культурно-познавательного туризма (создание туристско- информационных центров, интернет-источников и т.д.).

Более того, одним из перспективных направлений может стать создание туристских кластеров, которые повысили бы эффективность развития туризма в регионе, усилили роль региона как туристского центра и способствовали росту привлекательности Крыма как центра культурного туризма.

Выводы. Культурно-познавательный туризм важен везде, а в Крыму особенно, он может быть представлен центрами разных размеров и с разным набором функций. Можно сделать вывод, что центральными туристскими центрами Крыма являются:
Алушта, Большая Ялта, Симферополь, Бахчисарай, Севастополь, Судак, Феодосия, Евпатория, Керчь

Таким образом, создание культурно-туристических зон позволит максимально эффективно использовать весь имеющейся культурно-исторический потенциал Республики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт Министерства курортов и туризма Республики Крым [электронный ресурс]. Режим доступа: http://mtur.rk.gov.ru/.

2. Крым [Электронный ресурс] // Википедия. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ .

3. Туристско-рекреационный ресурсный потенциал Республики Крым и г. Севастополь / Под редакцией д. г. н., проф. И. М. Яковенко. – Симферополь :ИТ «АРИАЛ», 2015. – 408 с.

4. Соловьёв А.А., Гарбуз Е.В. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму// Геополитика и экогеодинамика регионов. Том 1 (11). Вып. 1. 2015 г. С. 53–61.

УДК 338.48(292.471):17.022

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА КРЫМА

FEATURES OF THE FORMATION OF THE TOURIST IMAGE OF CRIMEA

Клименко И.Ю., ассистент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

Klimenko I.U., assistant
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрены особенности формирования имиджа Республики Крым на базе культурного наследия полуострова, проведено рассмотрение культурного потенциала региона и возможности его использования.

Annotation

In this paper, the features of forming the image of the Republic of Crimea on the basis of the cultural heritage of the peninsula are considered, and the cultural potential of the region and the possibility of its use are examined.

Ключевые слова: имидж, туризм, культурный туризм, потенциал территории, рекреация.

Key words: image, tourism, cultural tourism, potential of the territory, recreation.

Введение. Современная туристская индустрия Крыма развивается в достаточно быстро меняющихся и сложных условиях. Это связано, с одной стороны, с нестабильной геополитической обстановкой, экономическими и социальными преобразованиями в регионе. С другой – меняется сам туристический рынок, происходит переориентация туристских потоков, изменение структуры потребительского спроса, увеличение доли внутреннего туризма

и т.д. Поэтому в сегодняшнее время возрастает необходимость совершенствовать сильные стороны региона и формировать положительный имидж территории.

Цель исследования рассмотреть возможности формирования туристического имиджа Крыма на основание культурного потенциала.

Результаты исследования. Понятие имиджа в туризме понимается все шире, что объясняется и довольно тесной взаимосвязью со сферой рекламы и PR. Ведущими становятся вопросы имиджа региона конкретного объекта, географического пространства, городов [1].

Определяя туристический имидж территории, в качестве основы используют подход Всемирной организации по туризму, понимая под имиджем страны «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственно опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа» [4].

Создание имиджа территорий – новое развивающиеся направление в развитие туристского маркетинга. До сегодняшнего дня имидж Крыма формировался естественным путем, в следствии чего полуостров ассоциируется с купально-пляжной рекреацией. Так 84,2% рекреантов в 2016 году выбрали целью своего приезда пляжный отдых [6] (рис.1).

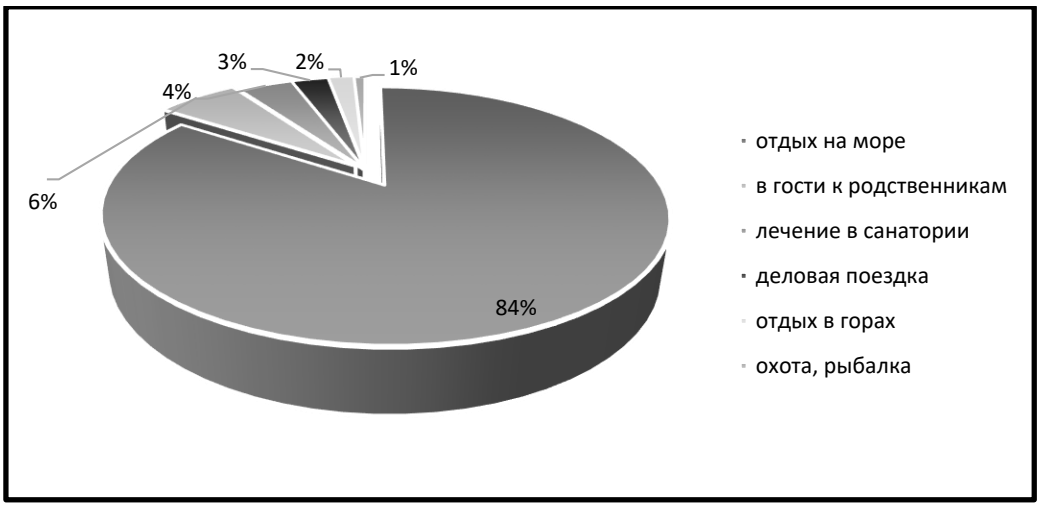

Рис. 1. Цели приезда в Республику Крым за 2016 год [6].

Социально-политические процессы, происходившие в Крыму в феврале – марте 2014 года и возникшая в связи с эти информационная война повлекла за собой разнонаправленную массированную пропаганду, в том числе и относительно туристско-рекреационной сферы Республики Крым и города федерального значения Севастополя [5].

Подобная информационная политика и высокий уровень политизированности общественной системы Крыма привели к ряду последствий:

1. Неблагоприятный инвестиционный имидж
2. Изменение структуры туристских потоков

3. Полная переориентация транспортного сообщения с Республикой Крым
4. Ограничения въездного и выездного туризма.

Таким образом, в современных экономических и политических реалиях необходимо сформировать новую концепцию продвижения Республики Крым на туристическом рынке, новый туристский имидж. На наш взгляд, необходимо сделать акцент на культурное наследие, традиции и ценности полуострова, именно культурный туризм может помочь сформировать новый туристский имидж полуострова.

В исследовании Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «Влияние культуры на туризм» приводятся факторы, способствующие растущему взаимодействию культуры и туризма [8].

Мировой опыт показывает, что культура в виде культурных проектов, сценариев развития может вывести депрессивные районы на новый уровень развития. Широко известен опыт испанской Барселоны, которая за двадцать лет из увядающего промышленного центра превратилась в открытый культурный город мирового значения.

В России есть примеры городов, где были созданы успешные культурные бренды - это Великий Устюг Вологодской области, родина Деда Мороза; г. Мышкин Ярославской области, где построено 9 небольших, но оригинальных музеев, в том числе единственный в мире музей Мыши[2].

Республика Крым, благодаря своему туристическому потенциалу, является перспективным туристическим регионам с ярко-выраженными туристическими специализациями, на базе которых и должен формироваться туристических имидж. Стремление сформировать устойчивый имидж Крыма прослеживается и в ожидаемых результатах «Государственной программы развития курортов и туризма Республики Крым на 2017-2020 годы» [6], среди основных зада которой - формирование узнаваемого туристского бренда Республики Крым и его продвижение.

В Республике Крым следует развивать следующие виды культурного туризма: историко-архитектурный, событийный, религиозный, археологический, этнический, этнографический, музейный, экологический, на базе которых и возможно будет сформировать туристический имидж Крыма. Для этого полуостров обладает обширными ресурсами, на его территории располагается 538 памятников архитектуры и градостроительства, 1246 памятников истории и монументального искусства, 6 заповедников, 39 заказников, 36 парков, 94 памятника природы, 9 пещер и гротов, пригодных и оборудованных для посещения туристами, 62 туристические стоянки, 16 мест массового отдыха [3]. На наш взгляд наиболее перспективными объектами для создания туристического имиджа Крыма являются культурно-этнографические центры и маршруты, например «Малый Иерусалим», «Романовы и Крым», «Греческое наследие в Крыму».

Выводы: Республика Крым обладает богатыми культурно-познавательными ресурсами и значительными возможностями для развития культурного туризма, что позволит сформировать туристический имидж региона.

Освоение культурного наследия полуострова в полной мере и развитие культурного туризма позволят среди основных мотивов выбора отдыха (пляжный отдых, визит к родственникам и друзьям) вывести культурные мотивы на лидирующие позиции.

Так же развитие культурного туризма позволит решить некоторые социальные, экономические и экологические функции:

- формирование положительного имиджа городов полуострова и региона в целом;
- продление курортного сезона, расширение границ межсезонья;
- создание новых туристических продуктов и увеличение туристического потока;
- обеспечение занятности населения;
- увеличение рабочих мест и дохода работающих;
- сохранение и реставрация исторических памятников, архитектурных сооружений, улучшению экологии региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лепилова А.В. Проблема имиджа туристских дестинаций и профессиональное туристское образование// Вестник РМАТ.2012 №1. С. 27-30
2. Макатрова Н.С. Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России/Надежда Макатрова. – М.: ООО «Консалтинговая компания «Конкретика»», 2011. – 400 с.
3. *Остапчук*, А. В.*Перспективы развития культурного туризма в республике Крым*: Статья / А. В. *Остапчук* // Библиограф. 2014. № 278. С. 52-56
4. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий / А.П. Панкрухин. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
5. Швец А.Б. Эволюция общественного мнения отдыхающих как фактор формирования рекреационного имиджа Крыма / А.Б. Швец, Д.А. Вольхин // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «География». Том 26 (65), №2. 2013 г. С. 152-160.
6. Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017-2020 годы - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mtur.rk.gov.ru/rus/info.php?id=607100
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // URL:http://gosstat.crimea.ru
8. The impact of culture on tourism. OECD.2009 - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://jorgebarretoxavier.com

УДК 37.013

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

GASTRONOMIC TOURISM IN CRIMEA PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT

Ларченко Е.Ю., студент
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

Larchenco E.Y., student
«Crimean university of culture, art and tourism»,
Simferopol

Аннотация

Рассмотрен вариант развития гастрономического туризма в Крыму на основе использования компактного проживания народов 110 национальностей на полуострове, его роль в продвижении туристского продукта на внутреннем рынке.

Annotation

The variant of development of gastronomic tourism in Crimea is considered on the basis of use of compact residence of the peoples of 110 nationalities on the peninsula, its role in promoting the tourist product in the domestic market.

Ключевые слова. Гастрономический туризм, этнографический туризм, национальная кухня, народы, национальный состав, население, культура еды.

Keywords. Gastronomic tourism, ethnographic tourism, national cuisine, nations, national composition, population, food culture.

Введение. Общеизвестным является тот факт, что каждый народ самовыражается через культуру, язык и, как ни странно, через способ питания (национальную кухню). Его предпочтение в еде может очень много рассказать о привычках, приоритетах, мировоззрении данного народа, или целой нации.

К примеру, японская кухня отличается от немецкой, французская – от индийской, и т.д. То, что еда отображает мировоззрение народа легко доказать. Японцы питаются дарами морей, поэтому так близки к природе. Они могут 4 года смотреть на один камень изо дня в день, и только спустя такой большой временной срок найдут ему место, где он будет гармонично сочетаться с окружающей средой. И они не будут считать, что потратили время зря, они работали над собой, они искали гармонию, сливались с природой.

А немецкая кухня – это очень плотная пища, сосиски, свиные рульки, пиво. Очень мужская пища. Поэтому немцы – нация действия, силы и аккуратности. Французская кухня отличается изысканностью, еда отражает их способность к творчеству, они всегда были законодателями моды и воспевали любовь во всех проявлениях.

А вот индийцы – вегетарианцы. Они не считают возможным нарушать природу и питаться меньшими братьями. Отсюда и происхождение их религии – буддизм. Они просто живут, стараются ни во что не вмешиваться, а просто проживают свою карму, надеясь, что в следующей жизни у них будет более счастливая жизнь, потому как непротивление настоящему гарантирует им счастливое будущее.

Крым – особое место. Здесь проживает более 110 национальностей. На полуострове мирно сосуществуют народы, которые сформировались непосредственно в Крыму: крымские татары, крымские караимы и крымчаки.

А также народы, издавна проживающие на полуострове и имеющие своеобразные культуру и историю. Это славяне, греки, болгары, армяне и другие народы.

Этнотуризм в Крыму привлекателен как для широкой публики, так и для специалистов – этнологов, этнографов, антропологов, для преподавателей соответствующих дисциплин, и студентов, их изучающих. Отдельным видом туризма уже давно стал гастрономический туризм, который является привлекательным для туристов, желающих более подробно познакомиться с бытом народов, проживающих на территории республики.

Однако, невзирая на такой большой потенциал для этих видов туризма в Крыму, этонотуризм, равно как и гастротуризм, находятся в зачаточном состоянии и развиваются крайне медленно.

Цель исследования. Мы решили проанализировать состояние гастротуризма в Крыму, найти причины его недостаточной популяризации и предложить своё видение развития данного вида туризма и способы его реализации.

По данным переписи населения 2014 года (таблица 1) в Крыму проживает 228 крымчаков и 535 караимов. Эти небольшие по численности народы создали в Крыму отдельные блюда, ставшие визитной карточкой полуострова. Для их национальной кухни характерны такие блюда как кубете, каших-кулах, кайгана. Крымскотатарская кухня испытывала влияние различных культур – греческой, итальянской, народов Кавказа, что сказалось на блюдах, появлявшихся на столе у крымских татар. Украинцы после присоединения Крыма к России в 1783 году начали активное переселение на полуостров. Борщ, вареники, блины – любимейшие блюда крымчан.

Немцы, а также выходцы из Швейцарии, появились в Крыму в 1805 году и начали заниматься сельским хозяйством. Они привнесли в культуру питания выпечку пирогов и штруделей, а также производство колбас и коп-

ченостей из свинины. Греки и болгары появились в Крыму, спасаясь от Турецкого ига в XVIII веке, хотя греки жили на полуострове и ранее – в конце VII века до нашей эры они основали город Пантикапей (на месте современной Керчи).

Греки и болгары научили готовить блюда на овощной основе: фаршированный болгарский перец и греческий салат из овощей, маслин и нежнейшего сыра Фета стали привычными в рационе крымчан.

Белорусские переселенцы появились в Крыму в конце XVIII века и познакомили всех с блюдом из тёртого картофеля – драниками. Поляки и литовцы переселились на полуостров после разгромов национально-освободительных восстаний XVIII – XIX веков. Всем известный «бигос», пришёл в Крым с польскими переселенцами.

Литовцы же отличались умением солить и коптить дичь, а также готовить колбасы. После присоединения Крыма к России армяне расселились по востоку полуострова. Они научили местных жителей готовить блюда из свинины – знаменитый густой свиной суп «хаш», шашлык из свиных рёбер, а также армянский хлеб – лаваш.

Около 50 лет назад на территории Крыма начали жить и заниматься земледелием корейцы. Знакомая всем «корейская морковка» не является традиционным корейским блюдом – это блюдо корейских переселенцев, появившееся в связи с дешевизной моркови. Однако, сейчас – это любимейшее блюдо-закуска всех крымчан.

Результаты исследования. Проанализировав национальный состав населения Крымского полуострова, мы пришли к выводу, что туристы, предпочитающие гастрономический туризм, смогут насладиться кухнями абсолютно разной направленности на небольшой территории.

Для этого не нужно тратить дополнительные средства для перелёта в места компактного проживания тех или иных народов, и время, чтобы познакомиться с их национальной кухней.

В настоящее время на территории Крыма активно действуют национальные культурно-этнографические центры: армянский этноцентр «Сурб-Хач» в городе Старый Крым, греческий «Карачоль» в селе Чернополье Белогорского района, крымско-татарские центры в селах Танковое, Соколиное («Коккоз»), Богатое ущелье, Заречное, Морское, а также немецкий кафе-клуб «Кронеталь» в селе Кольчугино Симферопольского района.

Эти центры могут стать основой для гастрономических туров. В настоящее время туристские фирмы Крыма организуют этнографические туры: «В гостях у крымских татар», «Евреи в Крыму», «Немецкие поселения», «Судьбы народов Крыма». Однако, они плохо разрекламированы, о них мало кто знает на 1/6 территории планеты. А ведь внутренний туризм смог бы очень успешно развиваться за счёт гастрономического туризма.

Нужно организовать профессиональную рекламу, туроператорам разработать конкурентоспособные туры по данному направлению туризма. Было бы перспективным приурочивать туры к национальным праздникам

тех или иных народов, проводить в эти даты гастрономические ежегодные фестивали, как это принято на Западе. Приведённая ниже таблица наглядно демонстрирует возможности для развития гастрономического туризма.

Таблица 1.

Национальный состав населения Крыма (включая Севастополь) по данным переписи населении 2014 г.

всего	2284769	100,00%	% от указавших национальность
Русские	1492078	65,31%	67,90%
Украинцы	344515	15,08%	15,68%
Крымские татары	232340	10,17%	10,57%
Татары	44996	1,97%	2,05%
Белорусы	21694	0,95%	0,99%
Армяне	11030	0,48%	0,50%
Азербайджанцы	4432	0,19%	0,20%
Узбеки	3466	0,15%	0,16%
Молдаване	3147	0,14%	0,14%
Евреи	3144	0,14%	0,14%
Корейцы	2983	0,13%	0,14%
Греки	2877	0,13%	0,13%
Поляки	2843	0,12%	0,13%
Цыгане	2388	0,10%	0,11%
Чуваши	1990	0,09%	0,09%
Болгары	1868	0,08%	0,09%
Немцы	1844	0,08%	0,08%
Мордва	1601	0,07%	0,07%
Грузины	1571	0,07%	0,07%
Турки	1465	0,06%	0,07%
Таджики	874	0,04%	0,04%
Марийцы	801	0,04%	0,04%
Караимы	535	0,02%	0,02%
Крымчаки	228	0,01%	0,01%
другие	12854	0,56%	0,58%
указали	2197564	96,18%	100,00%
не указали	87205	3,82%	

Выводы. Считаем, что многонациональный состав полуострова может стать основой развития гастрономического туризма, который будет не просто познавательным и удовлетворит изыскательную публику богатством гастрономических предложений, но и станет основой для привлечения ту-

ристских потоков в Крым. В конечном итоге – увеличит денежные поступления в бюджет Республики и станет локомотивом для развития других видов туризма, улучшения инфраструктуры республики и поставит Крым в ряд с другими ведущими туристскими регионами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Итоги переписи населения в Крымском федеральном округе /Федеральная служба государственной статистики. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2015. – 279 с.

2. Крым: Что? Где? Когда?: путеводитель-справочник / сост. Г. Н. Гржибовская. - Симферополь : Реноме, 1998. - 382 с.

3. http://nowcrimea.ru/articles/nebanalnyy-krym/top-blyud-kotoryye-obyazatelno-stoit-poprobovat-v-krymu/

4. http://www.gastrotur.ru/chto-poprobovat-krimskaya-kuhnya

5. https://studwood.ru/1172605/turizm/osnovnye_vidy_turizma_krymu

УДК 338.48.001.14

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF FOOD SECURITY OF THE TOURIST AND RECREATIONAL COMPLEX OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Мустафаева Э.И., преподаватель
Абдуллаев Р.А., д.э.н., проф.
«Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Mustafayeva E. I., teacher
Abdullayev R. A., doctor of economic Sciences, prof.
«Crimean engineer and pedagogical University», Simferopol

Аннотация

В статье проведен анализ эффективности использования ресурсного потенциала продовольственного подкомплекса АПК Крыма, рассмотрен вопрос развития продовольственной безопасности региона не только исходя из потребностей в продовольствии населения Республики Крым и г. Севастополя, но и динамики роста отдыхающих и туристического потока.

Annotation

The article analyzes the efficiency of using the resource potential of the Crimean agroindustrial complex, considers the development of food security of the region not only

based on the food needs of the population of the Republic of Crimea and Sevastopol, but also the dynamics of growth of tourists and tourist flow.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, туристско-рекреационный комплекс, региональная политика.

Keywords: food security, tourism and recreation complex, regional policy.

Введение. Ресурсное обеспечение является одной из важнейших системных функций, реализуемых предприятиями туристско-рекреационной сферы, которая влияет на уровень их развития, эффективность функционирования и предусматривает взаимодействие всех элементов регионального воспроизводства. С формированием ресурсного потенциала и ресурсным обеспечением туристско-рекреационных комплексов неразрывно связаны вопросы продовольственного обеспечения.

Цель исследования. Провести анализ эффективности использования ресурсного потенциала продовольственного подкомплекса АПК Крыма, изучить. Также разработать предложения по развитию продовольственной безопасности региона Республики Крым и г. Севастополя, с учетом динамики роста отдыхающих и туристического потока.

Результаты исследования. Анализ эффективности использования ресурсного потенциала продовольственного подкомплекса АПК Крыма свидетельствует об имеющихся в аграрном секторе Республики значительных резервах динамичного и устойчивого роста и развития продовольственной безопасности региона не только исходя из потребностей в продовольствии населения Республики Крым и г. Севастополя, но и динамики роста отдыхающих и туристического потока (таблица 1).

Таблица 1

Прогноз объемов производства и обеспеченность продовольствием потребности населения Крыма с учетом динамики роста рекреантов и турпотока*

Наименование продуктов	Рекомендуемые рациональные нормы потребления пищевых продуктов, кг/год/чел.**	Фактические объемы производства в среднем за 2010–2025 гг., тыс. тонн	Потребность по нормам населения РК, тыс. тонн	Обеспеченность за счет собственного производства, %
Хлебопродукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупы, бобовые)	94	371,0	370,0	100
Картофель	90	374,0	180,0	207,8
Овощи и бахчевые	140	410,6	280,0	146,6

продолжение табл. 1

Фрукты свежие (плоды, ягоды, виноград)	100	207,0	200,0	103,5
Сахар	24	–	48,0	–
Мясо и мясопродукты	76	135,2	190,0	71,0
Рыбопродукты	24	18,3	48,0	38,0
Молоко и молокопродукты, всего в пересчете на молоко, в т.ч.:	340	303,5	680,0	44,6
- молоко, кефир, йогурт с жирностью 1,5–3,2%	50	7,2	100,0	7,2
- молоко, кефир, йогурт с жирностью 0,5–1,5%	60	5,1	120,0	4,2
- сметана с жирностью 10–15%	4	0,052	8,0	0,7
- масло животное (сливочное)	4	1,4	8,0	17,5
- творог с жирностью 9–18%	9	0,312	18,0	1,7
- сыр и творог	6	2,2	12,0	18,3
Яйца, млн. шт.	270	550,0	540,0	102,0
Масло растительное (подсолнечное)	7	80,7	14,0	576,4

*Составлено автором на основании данных статистического сборника «Республика Крым в цифрах. 2015» [1].
**В соответствии с Приказом Министерства здравоохранения № 614 от 19.08.2016 [2] (см. Приложение).

Исходя из рекомендуемых рациональных норм потребления пищевых продуктов (кг/год/чел.), утвержденных Минздравом РФ [2], нами определены нормативные объемы потребности населения Крыма в основных продуктах питания.

Расчеты показывают, что обеспеченность продукцией растениеводства собственного производства, такими как хлебопродукты, картофель, овощи и бахчевые, свежие фрукты и виноград, вполне достаточная.

Проблематична ситуация в Республике с обеспеченностью продукцией животноводства собственного производства: по мясу и мясопродуктам обеспеченность составляет 71%, молоку и молокопродуктам в пересчете на молоко – 44,6%, в т.ч. продукция переработки молока – молоко, кефир, йогурт с жирностью 1,5–3,2% – до 7,2%, сметана с жирностью 10–15% – всего 0,7%, творог с жирностью 9–18% – до 1,7%, сыра и творога – 18,3%, масло животное (сливочное) – 17,5%.

В то же время из Республики в 2014 г. было вывезено 12,8 тыс. тонн мяса и мясопродуктов. В 2015 г. было вывезено 1,9 тыс. тонн молока и молокопродуктов, в т.ч. 1,4 тыс. тонн молока, кефира и йогурта с жирностью 1,5–3,2%, 52 тонны сметаны с жирностью 10–15%, 98 тонн сливочного масла, 312 тонн творога с жирностью 9–18%.

Вывоз потребительских товаров предприятиями оптовой торговли за пределы Крыма (без экспорта) в 2014 г. составил 2573,4 млн. руб., а экспорт – 19376,3 тыс. долл. против импорта – 39906,4 тыс. долл. Таким образом,

дефицит торгового баланса продовольственными товарами и сельскохозяйственным сырьем Республики Крым в 2015 г. составил 20530,1 тыс. долл. [1].

Серьезной задачей остается проблема недостаточного потребления населением Республики морепродуктов, обеспеченность которыми составляет всего 38%.

Более благоприятная ситуация с обеспеченностью продукцией птицеводства – яйцами (102%). Производство масла растительного в Республике позволяет обеспечить потребности даже максимального количества рекреантов и турпотока, а также частично является продукцией для вывоза на территорию других субъектов Российской Федерации и экспорта.

Выводы. Реализация программы обеспечения продовольствием рекреантов и туристического потока потребует дополнительных финансовых ресурсов, что выдвигает задачу активизации деятельности республиканских органов на всех уровнях управления, на поиск решений по привлечению отечественных и иностранных инвесторов и государства, направленных на ускоренное развитие приоритетных направлений рекреационно-туристического комплекса, продовольственного под-комплекса АПК и всего аграрного сектора Республики, решение главной социально-экономической и стратегической задачи государства – обеспечение экономической и продовольственной безопасности Крымского региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Республика Крым в цифрах. 2015: краткий статистический сборник. – Симферополь, 2016. – 168 с.
2. Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания [Электронный ресурс] : Приказ Министерства здравоохранения РФ № 614 от 19.08.2016. – Режим доступа : http://www.garant.ru/products/ ipo/prime/doc/71385784/.
3. О качестве и безопасности пищевых продуктов [Электронный ресурс] : Федеральный Закон РФ № 29-ФЗ от 02.01.2000 (в ред. № 196-ФЗ от 30.12.2001). – Режим доступа: https://giod.consultant.ru/documents/664164.
4. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 12.05.2009 № 537 (ред. от 01.07.2014). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_87685/.

УДК 338.48

СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СПОРТИВНО-ПЕШЕХОДНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

WAYS OF PROMOTION SPORTS-HIKING IN THE CRIMEA

Мухамедова З. Х.,
к.э.н « Крымский университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь
Ткаченко С.А., студент
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»
г. Симферополь

Z.H. Muhamedova,
Candidate of economic
«Crimean university of culture, art and tourism»,
Simferopol
S.A. Tkachenko, student
«Crimean university of culture, art and tourism»,
Simferopol

Аннотация

В статье обращается внимание на привлечение населения в спортивную сферу туризма, которая в последнее время развивается недостаточно активно. Выявлены и определены проблемы спортивно-пешеходного туризма в Крыму. Для решения задач популяризации спортивно-пешеходного туризма учтена специфика данного вида туризма и предлагаются решения существующих проблем.

Annotation

The article draws attention to the involvement of the population in the sports sphere of tourism, which has not been actively developing in recent years. Identified and identified problems of sports and Hiking tourism in the Crimea. To solve the problems of popularization of sports and Hiking tourism, the specificity of this type of tourism is taken into account and solutions to existing problems are proposed.

Ключевые слова: спортивно-пешеходный туризм, проблемы спортивного туризма в Крыму, разработка новых маршрутов, популяризация спортивного туризма.

Key words: sports and Hiking tourism, problems of sports tourism in Crimea, development of new routes, promotion of sports tourism.

Постановка проблемы. Спортивный туризм в Крыму был востребован многие годы. Однако, в последнее время, активно не развивается. В современное время этот вид туризма имеет большую перспективу развития в

Крыму. Это обуславливается, прежде всего, уникальным природным многообразием полуострова. Существует необходимость повышения уровня интереса к спортивному туризму у населения, повышение качества и разнообразия турпродукта, пополнение этой отрасли квалифицированными кадрами.

Учитывая специфику спортивно-пешеходного туризма, следует понимать, что этот вид туризма не для всех привычен. Тем не менее, он не только позволяет расширить кругозор: посещать новые неизведанные места, заводить знакомства по интересам, но и поддерживать себя в хорошей физической форме. Итак, важными проблемами являются привлечение групп населения в специфику спортивно-пешеходного туризма, а также разработка новых маршрутов, и их доступность для всех.

Вопросам развития спортивного туризма посвящены работы Ю. Путрика [6] и К. Богинского [2], где спортивно-пешеходный туризм выделяют как потребительскую деятельность, в которой возможно не просто перемещение индивидов за пределы их постоянного места проживания, а также удовлетворение познавательных интересов, спортивных

потребностей туристов, связанных с поддержанием и развитием физических навыков; развлечением; организацией досуга и общения на основе использования спортивных ресурсов в форме туристских продуктов».

В работе Ю.Путрика [6] раскрыты смысл популяризации туризма как передача исторического опыта и традиций, а также сохранение природного и культурного наследия.

Также работа опирается на статью А. Кошелевой [4], о проблемах и перспективах развития туризма в Крыму. Проведенный анализ показал необходимость разработки новых направлений популяризации спортивно-пешеходного туризма в Крыму.

Цель исследования: выделить проблемы развития и предложить их решения для популяризации спортивно-пешеходного туризма в Крыму.

Результаты исследования. Туризм в Крыму - быстроразвивающаяся отрасль с огромной перспективой.

На сегодняшний день Крым набирает популярность и интерес среди граждан материковой Росси и может стать одним из ведущих культурных центров юга нашей страны.

Крым уникален своим природным многообразием и имеет большой потенциал для развития спортивного туризма. Это один из самых

перспективных секторов экономики края с большим потенциалом для быстрого развития, при его изучении.

Существуют различные виды туризма:

* спортивно-оздоровительный (путешествия с целью занятия спортом);

* событийный спортивный туризм (путешествие с целью посещения спортивных мероприятий);

* спортивный (преодоление маршрутов различной степени сложности, туристические походы, экспедиции).

Спортивно-пешеходные туры приносят немалую прибыль, и в тоже время поддерживают физическую форму и здоровье граждан.Однако существует ряд проблем, которые создают определенные трудности в функционировании данного вида туризма в Крыму. Главное – это отсутствие инновационных подходов в организации и четкой стратегии продвижения данного вида туризма, а также годами сформированный имидж Крыма, как региона именно пляжной и оздоровительной рекреации. А ведь, Крым - это регион по всем параметрам подходящий для развития различных видов спортивного туризма: (пешеходный, горный, велотуризм, спелеотуризм, лыжный, автомото, водный, конный).

Спортивный туризм включает в себя детский, юношеский, молодежный, взрослый, среди пожилых людей, семейный, разновозрастной. Следует охватывать все группы населения, и разрабатывать отдельный подход к каждой.

Кроме того, следует внедрять больше интересных маршрутов. Крым многообразен, но зачастую, туристам предлагают «заезженные» спортивно-пешеходные туры. Люди стремятся отдыхать активно их отдых должен быть ярким, насыщеным событиями и приключениями, поэтому необходимо разрабатывать туры событийные, познавательные, развлекательные.

Также считается, что спортивно-пешеходный туризм в Крыму - явление сезонное. Большой приток туристов начинается с мая и заканчивается в сентябре. Однако зимние и осенние походы востребованы. Проблема в том, что не каждый инструктор согласится повести поход в таких условиях. Это цепляет следующую проблему - нехватка квалифицированного персонала в спортивной туристической отрасли, и как следствие низкое качество разработки маршрутов и их сезонность. В Крыму имеется удивительный природный потенциал, но спортивно-пешеходные маршруты, доступные для населения сейчас, не охватывают его полностью, а многие маршруты уже устарели.

Несмотря на вышеперечисленное, одним из перспективных видов путешествий является спортивно-пешеходный туризм, т.к. турист нацелен на экскурсионно-познавательный, а также экстремальный виды туризма. К сожалению, на сегодняшний день в Крыму мало туристических фирм, которые занимаются проектированием спортивно-пешеходных туров, хотя имеется большой потенциал.

На полуострове огромное количество мест, завораживающих своей красотой. Живописные и интересные места в долине Ласпи, г.Ильяс-Кая и т.н. «Храм Солнца», Боткинская тропа и ущелье Уч-Кош около г.Ялты, мыс Меганом около г.Судак, озеро Панагия в с. Зеленогорье в горной местности, близ г.Алушты, многочисленные каньоны, где есть освежающая вода и прохладные теневые места летом. Ситуация на рынке Крымского туризма такова, что далеко не все туристические фирмы предлагают такие маршруты.

К примеру, туры по Большому Каньону Крыма предлагают несколько туроператоров: «Рюкзак путешествий» (двухдневный тур для школьников); «Лучшие летние туры», «Адонис», «Крымтур INFO» (одноневный тур) и т.д. Таким образом, это просто ПВД (поход выходного дня). А двухдневный тур для школьников подразумевает ночевку на турбазе. На популяризацию спортивно-пешеходного туризма особого влияния это не оказывает. Касательно каньонов Чернореченского и Узунджи - такие туры не встречаются вовсе, или крайне редко. В целом, инфраструктура в этом виде туризме не сильно развита, и спортивно-пешеходные туры предлагают только частные туристические инструктора-проводники.

Таким образом, можно выделить перспективные способы регулирования развития спортивно-пешеходного туризма в Крыму, среди которых:

1) Разработка и принятие программ развития спортивно-пешеходного туризма в регионе;

2) Государственные инвестиции в инфраструктуру спортивно-пешеходного туризма;

3) Внедрение спортивно-туристических мероприятий в образовательную сферу;

4) Качественное обучение туристических инструкторов;

5) Разработка новых туристических маршрутов на рынке туруслуг.

Выводы. Поднятие на новый уровень развития спортивно-пешеходного туризма возможно при популяризации и повышении интереса к природе Крыма. Необходимо расширить возможности познания малоизвестных природных объектов Крымского полуострова. Сделать это можно, разработав и воплотив в реальность новые туристические маршруты по Крыму, а также обучив квалифицированный персонал в сфере спортивного туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасьев О.Е. Крым в мировых туристских рейтингах/О.Е.Афанасьев // Современные проблемы сервиса и туризма.2015.Т.9.№1.С.130

2. Богинский К.А. Использование потенциала спортивного туризма в формировании комплексного туристского продукта дестинации. Автореф. дисс. … уч. ст. канд. экон. наук. / К.А.Богинский – Санкт-Петербург — 2011— С. 22

3. Козлов Д.А. Оценка влияния туризма на экономику страны. В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции./ Д.А.Козлов — 2015. — С. 200-203.

4. Кошелева А.И. Туристско-рекреационный комплекс Крыма: проблемы и перспективы развития в переходный период. // Регион: Экономика и Социология /А.И. Кошелева — 2015. — № 3 (87). — С. 239-254.

5. Никольская Е.Ю. Инновационные стратегии развития России как туристического направления / Е.Ю. Никольская // М.: Научный вестник МГИИТ— 2015— С.5

6. Путрик Ю.С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции / Ю.С. Путрик // Вестник ТГУ. - 2008. - №311. - С. 95-101.

7. Сайбель Н. Ю., Потапова А. Е. Современное состояние и перспективы развития туристского рынка в Республике Крым / Н. Ю. Сайбель // Молодой ученый. — 2016. — №9. — С. 705-708.

8. Слепокуров А.С. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / А.С. Слепокуров. – Симферополь: СОНАТ, 2000. - 100 с.

УДК 338.48:332.132.6

ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БАХЧИСАРАЙСКОГО РАЙОНА, КАК ТЕРРИТОРИИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ПРОЕКТА ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

GEOGRAPHICAL CHARACTERISTICS OF THE BAKHCHISARAY DISTRICT AS A TERRITORY FOR DEVELOPMENT OF A NEW PROJECT OF TOURISM COMPLEX

Павлюк С.А.,
студент 1 курс Магистр
Логвина Е.В., к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

S.A. Pavlyuk, student 1 year Master
E.V. Logvina, candidate of economic sciences, PhD,
Associate Professor V.I. Vernadsky
Crimean Federal University
Taurian Academy, Simferopol

Аннотация

Туризм является одной из самых значительных отраслей в мировой экономике, а для некоторых развивающихся стран основной экономической отраслью, дающей более 60% ВВП. Разработка и внедрение новых интересных проектов в жизнь является неотъемлемой и важной частью для расширения туристского бизнеса. В каждом поселении есть своя история и особенность, которую можно представить на показ туристам. Правильно разработанный и представленный турпродукт залог успеха.

Annotation

Tourism is one of the most significant sectors in the world economy, and for some developing countries the main economic sector, which gives more than 60% of GDP. The development and implementation of new interesting projects into life is an integral and important part of expanding the tourist business. Each settlement has its own history and peculiarity, which can be presented to the tourists. Properly designed and presented tourist product is the key to success.

Ключевые слова: туризм, объект размещения, бизнес-концепция, экотуризм, паломнический туризм.

Key words: tourism, accommodation, business concept, ecotourism, pilgrimage tourism.

Введение. Туризм является одной из самых значительных отраслей в мировой экономике, а для некоторых развивающихся стран основной экономической отраслью, дающей более 60% ВВП. Разработка и внедрение новых интересных проектов в жизнь является неотъемлемой и важной частью для расширения туристского бизнеса. В каждом поселении есть своя история и особенность, которую можно представить на показ туристам. Правильно разработанный и представленный турпродукт залог успеха.

Объектом исследования является перспективное построение нового объекта размещения туристов.

Цель исследования является определение значимость введения туризма на новых мало известных территориях.

Результат исследования: Российская Федерация, и Республика Крым в частности, обладают обширными природными и антропогенными ресурсами, необходимыми для развития туризма. Их территорию населяют народы с богатой историей и культурой, сохранившие традиционный уклад жизни, элементы которого могут быть потенциально использованы в организации туристской деятельности.

Если летом туристы приезжают на полуостров чтобы насладиться южным солнцем, то для других сезонов прекрасно подходит горный Крым. Города ежедневно принимают сотни туристов, приехавших ради незабываемых горных походов или лыжного отдыха.

Одним из таких привлекательных районов является муниципальное образование Бахчисарайский район, который расположен в юго-западной части полуострова. На северо-западе омывается водами Каламитского залива Черного моря (протяженность береговой линии 12 км). Граничит на севере с Симферопольским районом, на востоке – с Алуштой, на юге – с Ялтой и на западе – с городом федерального значения Севастополь.

Район имеет благоприятные орографические условия для развития спортивного туризма, колебание относительных высот в границах района достигает 1000 м. Наиболее аттрактивный геоморфологический объект – Большой каньон Крыма, сформированный в верхнеюрских известняках на

месте тектонической трещины. Глубина каньона превышает 320 м, длина 3,5 кам, ширина в некоторых местах не превышает 3 м. Примечательны 14 многометровых каменных глыб – фигур выветривания – «сфинксы» Каралезской долины (возле с. Залесное); ущелье Алимова Балка; долины прорыва рек – так называемые Качинские и Бельбекские ворота. В западной части Ай-Петринской яйлы располагаются вертикальные пещеры; Басманские пещеры, в Предгорье –Таврская пещера [4].

Район имеет высокий уровень ландшафтного (пейзажного) разнообразия; уникальные куэстовые ландшафты – один из самых аттрактивных ландшафтов Крыма, которые в сочетании с древними городищами представляют ресурс для развития познавательного, пешеходного и других видов туризма. Пригодны для отдыха и развития экологического туризма такие ландшафты скального массива, как Качи-Кальон, Бельбекского каньона.

Что касается развития туризма в этом районе, то было зарегистрировано 8 субъектов предпринимательства: 2 турагента «Хаг-Гирей», «Avenue Travel» и 6 субъектов, осуществляющих экскурсионную деятельность [3].

Рассматривая виды туризма в этом регионе, можно сделать вывод, что экскурсионный (познавательно-природный и познавательно-культурный) туризм включает посещение природных объектов (Бельбекский каньон, Большой каньон Крыма, водопад Серебряные струи, скальный массив Качи-Кальон), осмотр зданий и сооружений (Бахчисарайский дворцово-парковый комплекс (Ханский дворец), Музей истории и культуры крымских татар, Дом-музей Исмаила Гаспринского (1921 г.), Музей археологии и пещерных городов) и др.(рис. 1) Ежегодная посещаемость Ханского дворца составляет 600 тыс. чел.

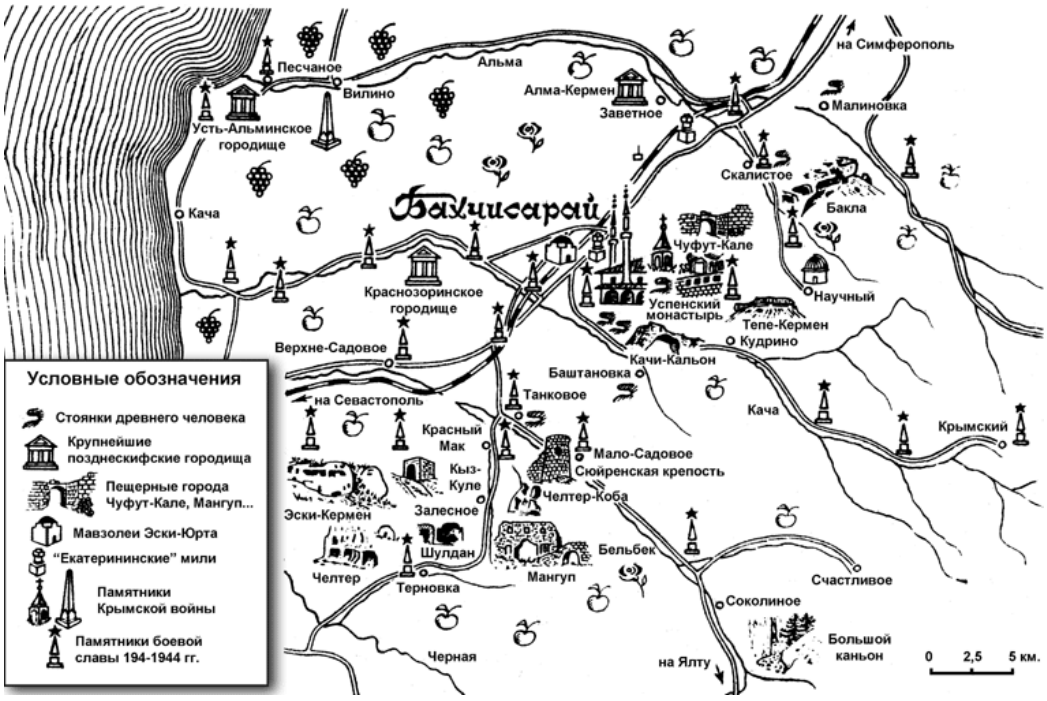

Рис.1. Объекты туристского показа в Бахчисарайском районе [4]

В районе развиваются самодеятельный горно-пешеходный и другие виды спортивного туризма. На скалах Староселья проложено 48 маршрутов для скалолазания. Более 120 маршрутов, как для начинающих, так и для мастеров насчитывает ущелье Салачик. Скалы Качи-Кальон и Наан-Кая – популярные объекты для роупджампинга (прыжки на веревке) и бейсджампинга (прыжки с парашютом). [5]

Выводы. Проанализировав все аспекты и изучив ресурсную базу этого района, можно сделать вывод, что он интересен для посещения туристами и открыт для внедрения новых интересных проектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://www.rostourunion.ru/proekty_v_rst/zakonodatel_ no-normativnaya_baza_turistskoyi_deyatel_nosti
2. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» утв. распоряжением Правительства РФ от 19 июля 2010 г. - №1230-р [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6640029/
3. Министерство курортов и туризма Республики Крым. [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://mtur.rk.gov.ru/
4. Отдых в горах Крыма [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://ru-krym-otdyh.ru/otdyh-v-gorah.html
5. Шарафутдинов В.Н. Крым. Новый вектор развития туризма в России /В.Н. Шарафутдинов, И.М. Яковенко, Е.А. Позаченюк, Е.В. Онищенко. //Научная мысль. – 2017. – С. 87-130

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫБОЛОВНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

FEATURES OF DEVELOPMENT OF FISHING TOURISM IN CRIMEA

Пергат А.П. к.г.н, старший преподаватель,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского", Таврическая академия, г. Симферополь

Pergat A.P.
Candidate of Geography Sciences, Senior lecturer, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Предпринята попытка анализа имеющего в Крыму предложения для организации рыболовного туризма. Проанализировано современное состояние рыболовного туризма, раскрыты основные его виды, а как же выявлены основные пресноводные и морские биологические ресурсы Крыма.

Annotation

An attempt is made to analyze the offer in Crimea for the organization of fishing tourism. The author analyzes the current state of fishing tourism, reveals its main types, and reveals the main freshwater and marine biological resources of the Crimea.

Ключевые слова: рыболовный туризм, биологические ресурсы, рыбацкие деревни.

Keywords: fishing tourism, biological resources, fishing villages.

Введение. Рыболовный туризм в России развивается очень быстро и повсеместно. В отличие от рыболовства, рыбалка – увлечение, вид отдыха, туризма и спорта. Услуги рыболовного туризма – это специфические услуги по предоставлению потребителям комплексного обслуживания, связанного с организацией путешествий, совершаемых для осуществления рыбной ловли.

Крымский регион в последние годы ведет активный поиск своей ниши на туристическом рынке России. Для наиболее полного использования имеющихся туристических ресурсов Крыма, необходимо реализовывать все формы и виды туризма. Наряду с развитием традиционных видов туризма (лечебно-оздоровительного и познавательного) в Крыму так же имеются все предпосылки для развития рыболовного туризма: Черное и Азовское море, омывающие полуостров, наличие прудов, озер и водохранилищ, а так же удачное сочетание рыбной ловли с другими видами активного отдыха.

Цель исследования. Раскрыть и проанализировать современное состояние, а также перспективы развития рыболовного туризма в Крыму.

Результаты исследования. По данным Государственного комитета по водному хозяйству и мелиорации Республики Крым [2], по состоянию на 01.01.2017 года, площадь всех рыбохозяйственных бассейнов Крыма составляла 5900 кв.км., общая длина водотоков – 5995 км.

Основные морские рыболовные районы Крыма – побережье Азовского моря, побережье Черного моря и озеро Сиваш. Каждый район имеет

свои особенности. По данным Государственного комитета по рыболовству Республики Крым [3], на побережье насчитывается 111 причалов, где базируются около 240 маломерных судов, используемых для любительской рыбной ловли и прогулок. В Севастополе на побережье существуют 23 причала, где базируются около 1600 маломерных судов. Наибольшая концентрация любительских судов отмечается на причалах Стрелецкой, Круглой и Балаклавской бухт. В Севастопольском регионе ежегодно заполняется около 225 рыболовных карточек на рыболовов-любителей, однако реальное число рыболовов значительно больше: по подсчетам специалистов, ежемесячно любительским рыболовством занимаются 5270 рыболовов, вылавливающих 8379 кг рыбы. Общий улов рыбы за год превышает 70 т.

Территория Крыма небогата пресными водоемами и основным видом промышленной рыбалки на полуострове является морская рыбалка, несмотря на это, в Крыму имеются озера, пруды и водохранилища с пресной водой, которые стали местом обитания самой разнообразной рыбы, общее количество прудов составляло 1384, из них рекреационного назначения – 83 единицы. В Севастополе – 40 прудов, половина из которых имеет рекреационное назначение [3].

Морская любительская рыбалка с крымских берегов неограниченна сезонно, поскольку ни Азовское, ни Черное море практически не замерзают в зимнее время. Часть рыб являются проходными, в связи с чем, в акватории встречается в разные годы в среднем от 33 до 38 видов (в т.ч. 14 видов – мигранты). Для отдельных видов рыб месяцы максимального улова различны (для шпрота – с марта по август; для камбалы-калкана – с апреля по июль; для султанки – в мае и октябре-ноябре) [2,3]. Наибольшую долю в уловах составляет ставрида (около 40%), смарида (около 20%), азово-черноморская кефаль (15%), мерланг (около 10%); на долю остальных видов рыб приходится около 15% вылова (пеламида, черноморская сельдь, ерш, луфарь, скорпена и др.) (Таблица 1).

Таблица 1

Основные виды водных биологических ресурсов Крыма

Пресноводные виды биологических ресурсов		**Морские виды биологических ресурсов**		
Пруды, озера, водохранилища	**Горные реки**	**Черное море**	**Азовское море**	**Залив Сиваш**
Карась, сазан, карп, лещ, окунь, судак, тарань, щука	Форель	Хамса, барабуля, кефаль, луфарь, камбала-катран, ставрида, бычки, камбала-глосса, сарган, морской окунь, пиленгас, атерина, зеленуха, морские собачки, креветка черноморская травяная, рапана, мидии и крабы	Хамса, бычки, тюлька, пиленгас, сельдь черноморско-азовская проходная, кефаль, скаты, ставрида, барабуля. атерина, камбала-глосса	Бычки

Преимуществом рыбалки на полуострове её круглогодичность. Морская рыбалка бесплатная и осуществляется с пирсов, с берега, а так же при выходе в открытое море с катеров и лодок. На Южном берегу Крыма можно арендовать лодку, катер, яхту для морской рыбалки. Аренда возможно как на несколько часов, так и на несколько дней. Пресноводная рыбалка может быть как платной (организованной), так и бесплатной.

Услуги рыболовам-туристам могут быть по виду деятельности объединены в следующие основные группы: услуги размещения, услуги питания, услуги транспорта, услуги организации рыбной ловли [4].

Степень использования пресных водоемов для различных видов рекреационной деятельности можно оценить лишь приблизительно. В частности, число зарегистрированных рыболовов в Крыму в 2017г. составило 1320 чел. [2], однако, в действительности, любительским рыболовством охвачено в 2-3 раза больше.

Крупными бесплатными объектами рыбной ловли являются озера Донузлав, Сасык, пруд у с. Уваровка Ленинского района, озеро в с. Красноярское, пруды в Кольчугино и в с. Тепловка, Межгорное, Тайганское, Фронтовое и другие водохранилища.

Удобными территориями для организации кратковременного отдыха являются пруды разного назначения, расположенные как вблизи крупных крымских городов, так и в привлекательных природных и ландшафтных зонах. Нередко, базирование объекта рекреации привязывается непосредственно к наличию самого пруда, привлекая туристов успешным рыбным хозяйством с возможностью рыбалки и развлечениями на воде.

В последние годы в Крыму широкое распространение получили рыбацкие деревни и базы отдыха. Рыбацкие деревни – это новая форма организации активного отдыха, на основе организованной платной пресноводной рыбалки, с предоставлением разнообразного набора услуг, основу которых составляют зарыбленные водоёмы, где разводят рыбу и осуществляют её подкормку. Типичными дополнительными услугами на рыболовных базах и в рыбацких деревнях могут быть: доставка из аэропорта или автовокзала до базы и обратно, индивидуальное питание, организация особых видов рыбной ловли (подводной, на объекты, не входящие в стоимость тура), услуг организации досуга (аренда яхт, услуги организации дайвинга, катание на гидроциклах, водных лыжах, бильярд, настольный теннис, специализированный видеопрокат), услуги проката снаряжения для рыбной ловли, услуги по обработке трофеев (разделка, копчение, засолка или вяление рыбы) [1].

Стоимость платной рыбалки в Крыму различна: минимальна плата составляет 200 рублей за 2 удочки, причем поймать можно от 3-5 килограмм, а за улов сверх нормы следует заплатить дополнительно. Рыбалка в оборудованных местах составляет от 150 до 250 рублей в час за 1 удочку. Аренда беседки на берегу водоема в среднем составляет 450 руб./ час (поймать можно до 2 кг рыбы).

Выводы. Больше всего зарыбленных водоёмов с оборудованными площадками для семейного отдыха находится в пригородных зонах крупных городов, таких как Симферополь, Севастополь и Бахчисарай, а так же в Бахчисарайском и других районах Крыма. Актуальность востребования объектов пригородной еженедельной рекреации на основе пресных, искусственных водоемов возрастает в Крыму в межсезонный период. Более 90 % таких комплексов главной услугой определяют платную рыбалку. Роль комплексов, основу которых составляют пруды, пока незначительна, но в условиях осенне-зимне-весеннего периода, когда основная часть традиционных объектов отдыха не работает, она возрастает. Главной целевой аудиторией и в перспективе будут местные рекреанты, контингент которых может быть расширен за счет специфических предложений (зеленый туризм, спортивная и развлекательная рекреация и т.д.).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. http://krymea.ru/vodoemy/rybalka-v-krimy.html
2. Статистические данные Государственного комитета по водному хозяйству и мелиорации Республики Крым, 2017г.
3. Статистические данные Государственного комитета по рыболовству Республики Крым, 2017г.
4. Туристско-рекреационный ресурсный потенциал Республики Крым и г. Севастополя / Под. ред. И.М. Яковенко. – Симферополь: Издательство Типографии Ариал, 2015. – 408с.

УДК910.3:556 (477.75)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ВОДОСБОРНОГО БАССЕЙНА КРЫМСКОГО ОЗЕРА ДЖАРЫЛГАЧ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE TERRITORY OF DRAINAGE BASIN OF THE CRIMEAN LAKE DZHARYLGACH

Соцкова Л.М., к.г.н, доц.
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Таврическая академия, г. Симферополь

L.M. Sozkova,
Candidate of Geography
Science Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Выявлены и охарактеризованы природные и историко-культурные достопримечательности территории водосборного бассейна озера Джарылгач. Обоснованы маршруты экскурсий экологического туризма с учетом сложившихся типов социально-хозяйственной деятельности местного населения для сохранению уникальных прибрежно-озерных степных ландшафтов и бальнеологических ресурсов озера.

Annotion

Identified and characterized the natural, historical and cultural attractions of the territory of the watershed of lake Dzharylgach. Substantiated routes of the city's ecological tourism, taking into account established social and economic activities of the local population for the conservation of.

Ключевые слова: соленое озеро, лечебные грязи, водосборный бассейн**,** природные и историко-культурные достопримечательности, рекреационное освоение.

Key words: salt lake, mud, drainage basin, nature and historical and cultural sites, recreational development.

Введение. Минеральное (соленое озеро)Джарылгач со специфическим составом рапы и грязей относится к Тархункутской группе озер Крыма. Постановлением Гидрогеологического управления «Геоминвод» Минздрава СССР от 9.12 1988 г, грязи озера отнесены к категории лечебных. Аттрактивность аквальных и прибрежных ландшафтов чрезвычайно притягательны для неорганизованных рекреантов. Превышение рекреационной емкости территории, замусоривание бытовыми отходами побережий и акватории водоема, хищение грязей, провоцируют нарушение санитарно-гигиенических норм, создает угрозы сохранения бальнеологических ресурсов озера.

Цель исследования заключалась в обосновании развития экологического

туризма, обоснование маршрутов пешеходных, конных и велосипедных экскурсий на основе дифференциации туристского пространства и локализации природных и историко-культурных достопримечательностей.

Результаты исследования. Современный режим природопользования и стихийная рекреационная нагрузка не способствуют минимизации ущербам окружающей среды и сохранению уникальных бальнеологических ресурсов озера Джарылгач. Водосбор озера Джарылгач (268 км²) изобилует интересными и экологически благоприятными природными историко-культурными достопримечательностями, развивающейся инфраструктурой расселения рекреантов, что соответствует основным критериям, принятым в международной практике. В целях организации и управления стихийной рекреацией разработаны маршруты конных, пеших и велотуристских прогулок с выделением объектов посещения, обладающих познавательным и рекреационным потенциалом (рис.1).

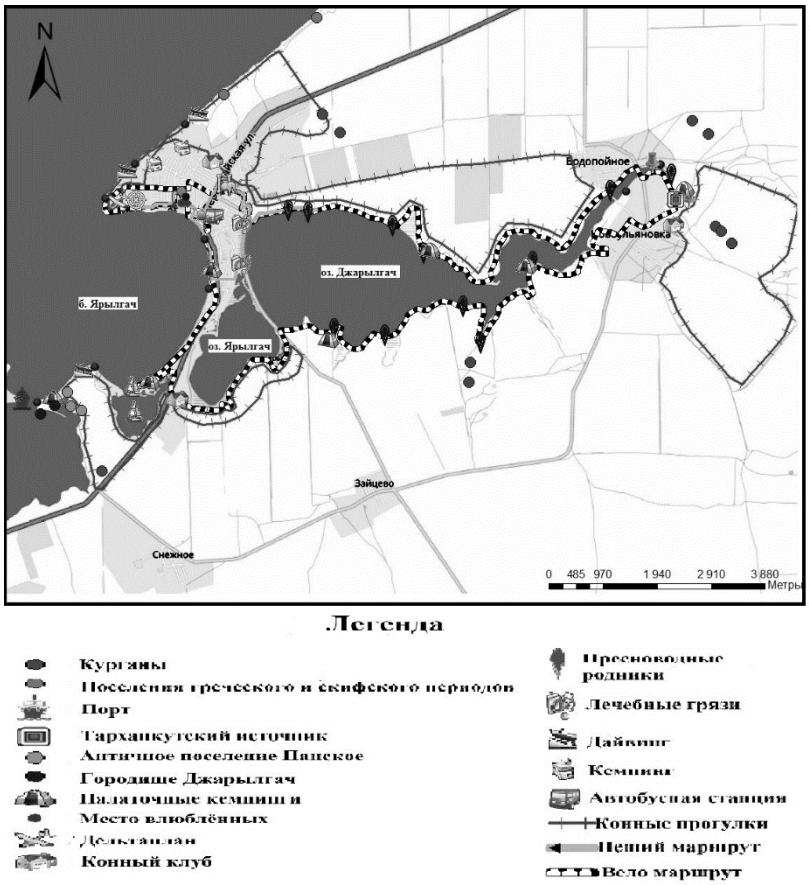

Рис. 1. Природные достопримечательности, объекты историко-культурного наследия, маршруты конных, пеших и велотуристских прогулок

Высокий потенциал туристского пространства формируют разнообразие аквальных и ландшафтных комплексов, аттрактивность пейзажей и селфипанорам, сочетающихся с доступностью всех видов маршрутов.

Пешие маршруты предлагается сосредоточить в пределах морской пересыпи и юго-западного побережье озера Джарылгач, а для более подготовленных туристов и по береговой линии водоема. Познавательная программа должна быть нацелена изучение уникальности соленого озера, особенностей грязевых отложений, опасности самолечения и закладывать основы экологически ориентированного мышления и поведения, заинтересованности населения и рекреантов к сохранению природного и историко-культурного наследия региона.

Активный велотуристский (приключенческий) туризм, как элемент транстарханкутского маршрута, предлагается реализовать от села Межводное по морскому побережью, окаймляя озеро и часть Керлеутской балки.

Неоднократно отмечалось [1,2], что морская пересыпь является своеобразным узлом наложения современных конфликтов природопользования – водо-хозяйственного, несанкционированной застройки, дорожно-транспортного, стихийной рекреации, браконьерства мотыля (личинок комаров семейств Chironomidae и Tendipedidae). Каждый из конфликтов является

сложной и многофункциональной системой, определяемой территориальной структурой землепользования, сезонностью и ритмикой хозяйственной деятельности. Освоение туристского пространства и трансформация интересов рекреантов – важный этап смягчения антропогенного пресса.

На территории водосборного бассейна озера Джарылгач, сосредоточенно богатое историко-культурное наследие [3], неразрывно связанное с древней историей освоения и колонизации. Отметим важнейшие информационные реперы маршрутов:

- **Калос-Лимен**, некогда третье по величине поселение в составе Херсонесского полиса. В 1997 г. территория античного поселения Калос-Лимен объявлена историко-археологическим заповедником;

- остатки античного поселения **Городище Джарылгач (**IV-III в. до н.э. и поздне-катакомбного поселения 2 тыс. до н.э**)**, на южном побережье озера;

- комплекс античных поселений **Панское** (IV-III вв. до н.э.), южнее села Межводное, между Панским озером и Ярылгачской бухтой.

Функционирующая **инфраструктура досуга и развлечений** включает дайвинг, кайтсерфинг, зоопарк, конный клуб, рыбо- и раколовство, колесо обозрения и др., что значительно расширяет привлекательность туристских маршрутов.

Выводы. Территория водосборного бассейна озера Джарылгач, перспективный регион для развития экотуризма. Плотность природных и историко-культурных достопримечательностей, насущная необходимость и активность экологического просвещения при посещении уникальных аквaландшафтов и сохранившихся участков петрофитных степей расширяют возможности реализации эколого-просветительского, археологического и приключенческого велотуризма.

В селе Межводное на протяжении более четверти века функционирует базовая инфраструктура расселения рекреантов и палаточные кемптнги.. Экологическую заинтересованность проявляют местные жители, очистив несколько родников и регулярно проводя экологические акции.

Соленое озеро Джарылгач - неотъемлемая часть своеобразных прибрежных ландшафтов северо-западного региона полуострова исключительно перспективно, как местное ядро формирования управляемой рекреации. Первоочередные задачи - регистрационный учет, сегментация рекреантов, создание необходимой природоохранной инфраструктуры (бидборды, щиты, природоохранные знаки). При организации управляемой туристской и эколого-просветительской деятельности весьма ценным фактором является перспектива интеграции экологического туризма в планы регионального развития Черноморского района Крыма.

Наличие комплексного природно-ресурсного, бальнеологического, культурно-просветительского потенциала и его территориальная насыщенность определяют необходимость гибкой процедуры взаимодействия со сложившейся структурой природопользования. Развитие экологического

туризма – основной фактор сохранения уникальных бальнеологических ресурсов озера и механизм управления эколого-социальными и социокультурными параметрами окружающей среды. Экотуризм на территории водосборного бассейна озера Джарылгач – бюджетообразующий, действенный механизм территориальной оптимизации природопользования в пределах водосбора, расширяющий направления социально-хозяйственного развития и решения местных социальных проблем.

Немаловажным позитивным фактором является и возможность подготовки специалистов на кафедрами туризма и геоэкологии Таврической академии КФУ им. В.И. Вернадского.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пасынков А.А., Соцкова Л.М., Чабан В.В. Экологические проблемы сохранения и использования бальнеологических ресурсов соленых озер Крыма //Ученые записки ТНУ им. В.И.Вернадского, География, 2014- т. 27 (66). № 3. - С. 96-116.

2.Соцкова Л.М., Окара И.В. Конфликты природопользования и проблемы сохранения грязей озера Джарылгач /Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И Вернадского. Сер. География. Геология. 2016. Т. 2 (68). № 3. С. 232-240.

3. Коростелева, П. Г. Путеводитель по Тарханкуту / П. Г. Коростелева, Г. Н. Овчинникова, И. А. Савчук - 2-е изд., доп. и перераб. – С.: Крымская Академия гуманитарных наук, 2009. – 208 с.

УДК 338.48

ПОТЕНЦИАЛ УСАДЕБНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

POTENTIAL OF MANOR TOURISM IN CRIMEA

Страчкова Н.В., к.г.н., доцент
Лукьяненко Е.А., к.г.н.. доцент
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

N.V. Strachkova, Associate Professor,
E.A.Lukyanenko, Associate Professor, Taurida
Academy Vernadsky Crimean Federal University

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. Своеобразные 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. Целью 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-усадеб 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 Алупкой возник Кореиз – имения княгини А.С. Голициной, 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 Алупке. 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].

Рис. 1. Потенциал усадебного туризма Крыма. Страчкова Н.В., Лукьяненко 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
Малореченкское	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. Кастель-Приморский	А.Е. Голубев	Дворянское
Черноморское	30.Оленевка	В.С. Попов	Дворянское
Бахчисарай	31.Бахчисарай	Гиреи	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-усадеб.

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]. - URL: 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

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

FEATURES OF DEVELOPMENT OF EXTREME TOURISM BY THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Самойлова Е.А.., студент
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь
Трусова Т.А.., студент
"Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E. Ibragimov, Doctor of Science (Economics), Professor,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
E.A. Samoylova, student
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
T.A. Trusova, student
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается развитие экстремального туризма не территории Крымского полуострова. Рассмотрены направления и состояние экстремального туризма на Крымском полуострове, его рекреационные возможности и дальнейшие развитие. Проанализирован процесс развития экстремального туризма в Республике Крым. Предложены перспективы эффективного развития экстремального туризма с целью увеличения туристского потока.

Annotation

The article deals with the development of extreme tourism outside the territory of the Crimean peninsula. The directions and the state of extreme tourism on the Crimean peninsula, its recreational opportunities and further development are considered. The process of development of extreme tourism in the Republic of Crimea is analyzed. Prospects for the effective development of extreme tourism with the aim of increasing the tourist flow are proposed.

Ключевые слова: экстремальный туризм, виды, Крымский полуостров, спорт, перспективное развитие, инфраструктура.

Key words: extreme tourism, species, the Crimean peninsula, sport, perspective development, infrastructure.

Введение. В Мире постоянно растет спрос на различные виды экстремального туризма, тем самым обусловлено важное значение экстремального туризма в экономике различных стран и регионов в частности. Республика Крым является тем самым регионом, где имеются благоприятные условия для его развития. Однако Крым не в полной мере использует свои богатые возможности и ресурсы. Хотя при надлежащих инвестициях экстремальные виды туризма могут частично решить проблему сезонности функционирования рекреационного комплекса Крыма.

Цель исследования. Выявить и выделить основные направления развития экстремального туризма на территории Крымского полуострова.

Результаты исследования. Крымский полуостров является одним из уникальных уголков Земли. Полуостров находится в северной части Чёрного моря и с северо-восточной стороны омывается Азовским морем. В Крыму достаточно много новых развивающихся видов туризма: спортивные походы, скалолазание, зимний отдых в горах, водный туризм, дайвинг, религиозный туризм, этнографический и сельский туризм, винный туризм.

Каждый из этих видов по-своему уникален и интересен. Все они могут развиваться в абсолютно разных местностях Крыма, и привлекают большое количество туристов.

Экстремальный туризм как активный вид спорта и отдыха начал свое развитие в 1890г. с первой официально открытой в России туристической организации под названием "Крымский горный клуб", позже "Крымско-Кавказский". Разносторонний активный туризм, на полуострове, не оставит никого равнодушным к природным красотам Крыма[4,с.45].

Согласно теории Гнатива О.К. - всё разнообразие экстремальных видов туризма можно разделить на три основные группы: водные, воздушные и горные виды экстремального туризма [2,с.11].

Водный экстремальный туризм, в свою очередь, делиться на:

-дайвинг - подводное плавание с аквалангом. Основная идея дайвинга базируется на затонувших объектах. Расположены, дайв-центры и дайв-клубы, в основном на Черноморском побережье Крыма. Дайверы считают, что самые интересные локации расположены близ Кара-Дага, Нового Света, мысов Фиолент, Сарыч и Тарханкут. В прибрежных водах Керчи, Феодосии, Ялты и Севастополя просматриваются фрагменты и даже целые объекты древнегреческой и средневековой керамики.

-виндсёрфинг - катание на специальной доске по воде управляющиеся прикреплённой к ней парусом. Благодаря своим умеренным ветрам, популярным местом этого активного спорта стало Азовское море. Основные точки сбора сёрферов в Крыму расположены в районе г. Щелкино, мыса Казантип, г. Керчь. Совсем недавно в Щелкино ежегодно проводился фестиваль «Спорт КаZантип», который посещали не менее тысячи гостей и участников. Ещё одним излюбленным местом с недавних пор являются Донузлав и Севастополь со своим термическим локальным ветром.

-кайтинг - достаточно молодой вид спорта представляющий собой катание на водных лыжах или доске под управлением отдельного паруса улавливающий порывы ветра. Широко пользуется спросом на побережье Черного моря, в частности ЮБК[5, с.6].

Что касается воздушного вида спорта то к ним относят:

-парашютизм - снова начал набирать обороты у профессионалов и любителей острых ощущений. Этот вид спорта влечёт за собой не малое количество иностранных граждан. Парашютизм привлекает своей относительно низкой ценой по сравнению с западноевропейскими странами. Хорошо развит в г.Севастополь и г.Коктебель .

- парапланеризм и дельтапланеризм - пользуется спросом круглый год. В основном стартовыми площадками являются: гора Климентьева (Узун-Сырт) и горный склон хребта Кучук-Янышары в Коктебеле, гора Ай-Петри с посадкой в Мисхоре или Симеизе. Для начинающих ,доступны не менее интересные локации как: бухта Ласпи, мыс Фиолент, Байдарская долина и другие живописные местности. Параплан считается одним из самых дешевых видов полетов. Для полёта необходимы всего лишь два природных фактора: горы и ветер. Дельтапланеризм, как более дорогой вид воздушного спорта, на данный момент в Крыму находится в стадии формирования[3,с.7].

Среди горного спорта популярностью пользуются:

- спелеотуризм - посещение пещер и пещерных городов. На территории Крыма насчитывается порядка 900 пещер, из которых 50 обустроенных для посещения. Крым славится длинной пещерой в известняках - Красная (Кизил-Коба) около 13 км, а так же на территории полуострова находится

20 самых глубоких карстовых шахт (Ход Конём - 213м; Молодёжная - 261м; Каскадная - 500м). Среди обустроенных пещер, на плато Чатыр-Даг активно используются пещеры "Обвальная", "Вялова" (Тогерик Алан-Хосар), "Гугерджин-Хосар", "Холодная" и "Тысячеголовая", "Мраморная", на плато Ай-Петри пещеры "Геофизическая", "Ставрикайская", "Аю-Тешик", мисхорские гроты и др.

- скалолазание - благоприятные условия горного Крыма, дают возможность заниматься скалолазанием туристам с разным уровнем подготовки. Преимущественно в 4 районах Крыма сосредоточены основные вершины скалолазания: Ялтинском, Севастопольском, Алуштинском и Судакском горсоветах.

-горнолыжный туризм - не является ведущим видом спорта в Крыму, но пользуется спросом в заснеженное время года. Стартовыми площадками являются: Ангарский перевал, Нижнее плато Чатыр-Дага и Ай-Петринская яйла.

- горный велосипед - один из самых молодых видов спорта набирающий свою популярность в активном туризме. Горный велосипед в Крыму проявляется как активный вид отдыха, спортивные состязания, а так же в самодеятельной форме [1,с.12].

Однако, существует ряд проблем в развитии экстремального туризма на полуострове Крым. К таким проблемам относятся:

1.Отсутствие развитой инфраструктуры для данного вида туризма;

2.Недостаточно совершенная логистика ;

3.Удаленность регионов экстремального туризма от основных туристских потоков;

4.Недостаточный уровень маркетинга.

Для решения этих проблем предлагается: разработать программы по развитию экстремального туризма на полуострове Крым, тем самым урегулировать процессы, связанные с активными видами спорта. А так же проработать возможные маршруты гоночных и прогулочных трасс, используемых стоянок, мест отдыха, пешеходных маршрутов.

Выводы. Исходя из проделанной работы, можно осуществить следующие выводы:

1. На Крымском полуострове экстремальный вид туризма и спорта развит на среднем уровне.

2.Главными факторами, которые сдерживают развитие экстремального туризма, можно отметить: значительная удаленность регионов экстремального туризма от основных туристских потоков; недостаточный уровень информационности туристов; слабое развитие туристской инфраструктуры; финансовая нестабильность сказывающиеся на возможностях населения России участвовать в туристских путешествиях, а так же политическая нестабильность которая так же влияет на туризм в целом.

3. Из положительных факторов можно выделить, что экстремальный туризм требует сравнительно небольших капиталовложений для развития

собственной инфраструктуры, а так же не является затратным видом отдыха и тем самым способствует развитию молодежного туризма. На мой взгляд, молодежный туризм, способствует зарождению новых туристических направлений, а так же усовершенствованию ранее существующих видов туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антонович И.И. Спортивное скалолазание./ Антонович И.И. - М., 1978. - С.105.

2. Гнатив О.К. Проблемы развития отечественного туризма / Гнатив О.К. // - 2006. - №5. - С.23-25.

3. Гриппа О.И. Альпийские стены Крыма / Гриппа О.И., Гончаров В.П. - Симферополь: Таврия, 1973. - С.55.

4. Закалдаев Н.В. Перевалы горного Крыма / Закалдаев Н.В. - Киев, 2005. - С.127

5. Тимчук О. Перспективи развитию горного туризма в Крыму / Тимчук О. // Сборник научных трудов НДФИ. - 2005. - №7. - С.31-34.

УДК 338.48

РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ВУЗАХ КРЫМА В ОТРАСЛИ ТУРИЗМА

THE ROLE OF FOREIGN LANGUAGES IN THE DEVELOPMENT OF COMPETENCE OF SPECIALISTS IN THE INDUSTRY OF TOURISM AT THE UNIVERSITIES OF THE CRIMEA

Цирульник В.И., преподаватель
Никонова Д.А., ст.преподаватель

Tsirulnik V.I., lecturer
Nikonova D.A., senior lecturer

Аннотация

В статье исследована роль и значение иностранных языков в деятельности и подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере услуг и туризма. Рассмотрены требования, предъявляемые работодателями к кандидатам для работы в туризме. Предложены рекомендации специалистам по сервису и туризму, по обучению иностранным языкам более качественно.

Annotation

The article examines the role and impact of foreign languages in the activities and training of highly qualified specialists in the area of services and travel industry. The requirements of employers for candidates to work in the area of tourism are considered. Recommendations

to specialists of service and tourism, as well as foreign languages teaching more fundamentally are offered.

Ключевые слова: иностранный язык, подготовка специалистов в Крыму, сервис и туризм Крыма.

Keywords: foreign language, training of specialists in the Crimea, service and tourism of the Crimea.

Введение. Обучение в высшей школе иностранным языкам и подготовка специалистов по сервису и туризму напрямую связана с работой с различными партнерами, клиентами, в том числе и иностранными. В туристической сфере, в условиях стремительной глобализации, развиваются международные связи во всех сферах, в том числе и в туристической индустрии. Расширяется рынок туристических направлений и услуг, в частности, в Республике Крым, неотъемлемой частью которой является грамотная работа с клиентами и партнерами, которая зависит от осуществления на должном уровне предоставляемых услуг высоко квалифицированными специалистами, владеющими определенным набором качеств, в том числе, знаниями основ нескольких иностранных языков. Стоит отметить, что, в первую очередь, специалисты по туризму должны быть внимательными, гостеприимными, любезными, готовыми к работе с различными клиентами, в том числе иностранными, коммуникация с которыми невозможно представить без владения иностранными языками.

Цель исследования. Разработать рекомендации по качественному обучению студентов направления подготовки туризм иностранным языкам.

Результаты исследования. На сегодняшний день работодатель довольно требовательный, и, как нам может показаться, хочет невозможного от своего сотрудника. Кандидат для работы в туризме должен обладать хорошим опытом, быть любознательным, активным, иметь набор дополнительных навыков, основной из которых владение иностранными языками, особенно это стало актуально в связи с тем, что Республика Крым стало местом пребывания и отдыха многих иностранцев из разных уголком мира после воссоединения с Россией. А потому сотрудники компаний обязаны уметь предлагать свои услуги на иностранных языках: прежде всего, на английском и немецком, для успешной конкуренции между разными компаниями.

Хорошее владение языками сотрудниками компаний производит приятное впечатление на зарубежных клиентов, оказывает благоприятное влияние на репутацию фирмы, не менее благотворно влияет на продуктивность работы.

Исходя из выше сказанного, можно отметить, что данное требование к кандидату при приеме на работу являются отнюдь не завышенным, но необходимым условием продуктивной работы любой туристической компании на территории Крыма.

На сегодняшний день Россия входит в двадцатку ведущих туристических держав, соответственно нашей республике следует обратить своё внимание на работу с иностранными клиентами, которые могут сравнивать предоставляемый сервис с услугами, оказываемыми в их стране.

Успешность работы с зарубежными партнерами сегодня зависит не только от хорошего знания иностранного языка, но и от умения найти правильную линию поведения во время общения с представителями другой культуры.

Туристская деятельность невозможна без знания особенностей других культур, проявляя уважения к ним. В подобных нюансах помогает разобраться межкультурная коммуникация, которая не только знакомит с особенностями менталитета, но и способствует развитию мышления, как у представителя той или иной культуры. Будущему специалисту необходимо уметь соотносить особенности другого менталитета с нормами и оборотами родного языка.

Обучение иностранному языку в высшей школе Крыма определяется как процесс овладения средствами межнационального и межкультурного общения при реализации коммуникативных и познавательных потребностей специалиста. Расширение международных контактов в различных областях народного хозяйства, науки и особенно в культуре вызвало необходимость в специалистах, способных применять знания иностранных языков для решения профессиональных задач, поставленных перед ними.

На сегодняшний день иностранные языки рассматриваются как неотъемлемый гуманитарный компонент подготовки специалистов высшей школы и как обязательный элемент непрерывного профессионального образования.

Межличностное профессиональное общение, представляющий собою инструмент профессиональной деятельности специалистов по сервису и туризму, направляется на выполнение проектировочной, конструктивной, коммуникативной и организаторской функций. Процесс оказания услуг в индустрии и гостеприимство - это особый род деятельности, для которого характерно партнерское взаимодействие производителя и потребителя.

В ходе профессиональной подготовки специалистов по сервису и туризму Крыма возрастает значимость освоения иностранных языков, возрастает потребность в овладении их как средством международного и межнационального общения. Однако, в значительной степени, снижается уровень овладения иностранными языками у студентов неязыковых вузов, для которых учебный предмет «иностранный язык» не является профилирующим и часы проведения практических и лекционных занятий по данному предмету, сокращаясь из года в год, недостаточен для овладения языками, которые необходимы для осуществления и соответствовали бы профессионально - квалификационным требованиям, которые напрямую зависят от тех умений и навыков, которые студент получит ещё в школе.

Таким образом, можно отметить, что преподаватель, исходя из этого, должен применять принцип дифференциации, а также сформировать у студентов определенный комплекс лингвистических знаний и коммуникативных умений, помогающих ему в дальнейшем решать поставленные перед ним задачи профессионального общения. А потому для каждого студента становится очень важным не только сам процесс обучения тому или иному иностранному языку, но и применение на практике: общение с носителями языка во время учебной практики, стажировки за рубежом, участия в международных выставках и фестивалях.

В повседневной деятельности знания иностранных языков должно обогащаться в ходе прослушивания иностранных радиопередач на изучаемом языке, просмотров короткометражных видео и полнометражных кинофильмов, и телепередач с русскими субтитрами.

Выводы. Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что основная задача педагогов, готовящих будущих специалистов по сервису и туризму, научить придерживаться правильной позиции к межкультурным различиям, а также обучить иностранным языкам более качественно, ведь от этого во многом зависит будущее студентов, готовые связать свою судьбу и реализовать себя в данной отрасли.

УДК 338.48

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ – ИЗЮМИНКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

GASTRONOMIC TOURISM CAN BE THE HIGHLIGHT OF CULTURAL TOURISM IN THE CRIMEA

Чеглазова М.Е., к.г.н., доцент,
ГБ ОУ ВОРК «Крымский университет культуры ,искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E. Cheglazova,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of culture, arts and tourism, Simferopol

Аннотация.

В статье исследуется гастрономический туризм, как перспективный сектор культурно-познавательного туризма Крыма. Проанализировано современное состояние и возможные перспективы развития данного направления.

Annotation.

The article explores the gastronomic tourism as a promising sector of cultural tourism of the Crimea. Analyzes the current state and possible prospects of development of this direction.

Ключевые слова: туризм, культурно-познавательный туризм, гастрономический туризм, гастротуры, туроператоры, Республика Крым, Россия.

Key words: tourism, cultural tourism, gastronomic tourism, gastrotomy, tour operators, Crimea Republic, Russia.

Введение. В настоящее время все большее количество туристов предпочитают не только познавательные, но и вкусные туры. Ведь познакомившись с кулинарными традициями страны гораздо проще понять ее менталитет, культуру и самобытный национальный характер. Местная кухня впитывает в себя давние обычаи, поэтому, знакомясь с традиционными блюдами, турист окунается в повседневную жизнь людей и более тесно соприкасается с ее культурой, часто еда может рассказать о народе гораздо больше, чем экскурсии по интересным местам. Гастрономический туризм приобретает популярность, однако его целью является не только дегустация определенных блюд. В таком путешествии главная задача туриста — составить наиболее полное представление о стране через вкусовые ощущения.

Результаты исследования. По мнению ряда экспертов кулинарной и ресторанной сферы, гастрономический туризм не всегда можно отделить от других видов туризма, так как национальная кухня во многом является частью культуры в целом [1].

Целью гастрономических туристов является не просто желание попробовать экзотические продукты, а желание полностью погрузиться в культуру приготовления и потребления пищи, и через нее составить свое собственное представление о стране.

Первые контакты гостей с местной кухней зачастую определяют последующее отношение к стране в целом. Приобщение к чужой культуре, как правило, требует немалых усилий – изучения чужого языка и политического устройства, принятия чужих нравов и обычаев и, возможно, чужой религии. Кулинарные же достижения нации, напротив, легко доступны и открыты для личного восприятия даже при кратковременном визите в страну.

Турист, путешествуя по незнакомой стране, старается глубже понять культуру и традиции этой страны, увозит с собой фотографии, сувениры и, конечно воспоминания о национальной кухне как части материальной культуры.

Туристы могут участвовать в опыте погружения в культуру тех или иных дестинаций по всему миру через пищу и напитки. Кулинарные туры, в целом, могут включать в себя широкий спектр мероприятий, связанных с приготовлением пищи, отбором проб пищевых продуктов, изучением пищевых тенденций, виноделия и выпечки. В дополнение к ресторанным неделям в различных городах, событиям, связанным с обедами и соревнованиями по приготовлению блюд, кулинарный туризм также охватывает, например, посещение

винных и пивоваренных заводов, ресторанные туры и посещение предприятий пищевой промышленности, конференции и другие мероприятия, в которых участвуют профессионалы-кулинары и авторы поваренных книг, а также предусмотрены дегустации этнических продуктов питания [2].

Путешественники, интересующиеся едой, вином и пивом, приготовлением пищи или выпечки, а также историей некоторых продуктов и блюд, могут выбрать сегодня из множества кулинарных туристских направлений, которые представлены на многочисленных сайтах по всему миру нужный турпродукт.

Уникальность гастрономического туризма подчеркивается и тем, что данное направление может сочетать в себе несколько видов туризма, таких как познавательный, событийный и деловой.

Обращаясь к классификации гастрономических туров можно выделить:

- сельские («зелёные») гастротуры, которые ориентированы на экологически чистую продукцию и допускают, например, сбор дикорастущих ягод в лесу, винограда на виноградниках, овощей и фруктов на фермах. К этому же виду относится вкусовое знакомство теми гастрономическими изысками, которые характерны исключительно для определенной местности, например, пармская ветчина, испанский хамон, голландский сыр, брюссельское пралине, шведская икра уклейки, японская рыба фугу и т. д.

- Городские гастротуры могут включать в себя посещение фабрики или цеха, производящих продукты питания, с дегустацией их продукции. Городские гастротуры подразумевают посещение ресторанов национальной кухни, где гостю предлагается отведать местные деликатесы известных шефповаров. Сами заведения как правило мишленовской звездой.

Также существует классификация гастрономических туров по продукту потребления - это французские и болгарские винные туры, голландские, швейцарские и итальянские сырные туры, немецкие, австрийские, чешские, бельгийские пивные туры.

Конечно же данную классификацию можно продолжать, так как ежегодно появляются все новые и новые гастрономические туры.

Гастрономические туристы представлены следующими категориями населения:

1. Туристы, которым наскучил обычный туризм
2. Те, кто хочет внести разнообразие в свой рацион
3. Гурманы
4. Те, чья работа связана с приготовлением и употреблением пищи
5. Представители туристических компаний, заинтересованные в организации собственных гастротуров.

По мнению ряда экспертов кулинарной и ресторанной сферы, гастрономический туризм не всегда можно отделить от других видов туризма, так как национальная кухня во многом является частью культуры в целом [4].

Необходимо отметить, что знание особенностей традиций и культуры питания народов мира позволит специалистам ресторанного и гостиничного

сервиса принять правильное решение при размещении иностранных гостей и организации их питания, избежать ошибок и дать возможность гостю чувствовать себя комфортно в чужой для него стране.

Целью гастрономических туристов является не просто желание попробовать экзотические продукты, а желание полностью погрузиться в культуру приготовления и потребления пищи, и через нее составить свое собственное представление о стране.

Для России в целом, и для Крыма в частности данное направление является чрезвычайно актуальным. Так, в Крыму проживают представители 175 национальностей, что является серьезным фактором для развития неординарного гастрономического туризма со своими особыми предложениями [3].

В настоящее время на туристическом рынке Крыма с предложениями по гастрономическому туризму выступают следующие предприятия:

«Этнографическо-гастрономический тур по Крыму» продолжительностью 5 дней/4ночи, по стоимости 27000рубл. предлагает Агентство воздушных сообщений и активного отдыха "Поеду в Крым" г. Симферополь;

Винно-гастрономический тур по Крыму "Гостеприимный Крым" продолжительностью 6 дней/5 ночей по стоимости 14500 руб. туроператор ООО "Командор-Тур" г. Севастополь;

«Палитра вкусов Крыма» продолжительностью 8 дней/7 ночей и 6 дней/5 ночей, по стоимости от 38000рубл. до 55000рубл. ООО «Солнечный Крым» г. Симферополь;

«Тур для гурманов» продолжительностью 10 дней/9 ночей по стоимости 14470 руб. «ЛЛТ», г. Севастополь и другие.

Выводы. Анализ предложений туристского рынка Крыма показывает достаточное количество предложений по гастрономическому направлению, однако все еще существует возможность разнообразить формируемые турпродукты. Важная задача, которую предстоит решить туроператорам – сделать туры более разнообразными и насыщенными, что потенциально может привести к увеличению потока туристов в Крым.

Список литературы

1. Азарьев, О. Гастрономический и винный туризм в Крыму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.proza.ru/2012/02/04/1564 (дата обращения 19.10.2017 г.).

2. Кущева, Н. Б., Бедняева, Т. В. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России // Современные исследования социальных проблем. – 2014. – №12(44). – С. 207-217.

3. Нехаева, Н. Е., Терехова, Ю. С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире. – 2015. – № 34. – С. 82-87.

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ ГОСТЕПРЕИМСТВА В КРЫМСКОМ РЕГИОНЕ.

THE DEVELOPMENT OF A CULTURE OF HOSPITALITY IN THE CRIMEAN REGION.

Чеглазова М.Е., к.г.н.,
доцент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Андриевская М.А., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E. Cheglazova,
Candidate of Geography
Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol
M. A. Andrievskaya,
student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В данной статье раскрываются основные проблемы, которые мешают развитию гостиничной индустрии в Крыму, и предлагаются методы их решения. Описываются основные программы государства, способствующие развитию гостиничной отрасли на полуострове. Также рассматриваются дальнейшие перспективы индустрии гостеприимства Крыма.

Annotation

This article describes the main problems that hinder the development of the hotel industry in the Crimea, and proposes methods to solve them. Describes the major state programs that contribute to the development of the hospitality industry on the Peninsula. Further prospects of the hospitality industry of Crimea are also considered.

Ключевые слова: Крым, туризм, индустрия гостеприимство, полуостров, отель, инфраструктура.

Keywords: Crimea, tourism, hospitality industry, Peninsula, hotel, infrastructure.

Введение. Туризм – один из доступных и увлекательных способов для познания окружающего мира, истории других народов, достопримечательностей. Также туризм способствует развитию нравственных и культурных

ценностей человека. Туризм в Крыму является наиболее доходным и перспективным хозяйственным направлением. Уже более 100 лет на Крымском полуострове развивается эта сфера хозяйства. Совсем недавно Крым пережил определенные политические изменения, которые в свою очередь, особенно повлияли на развитие индустрии гостеприимства на полуострове. Изменились государственные требования к гостиничному бизнесу, поменялся потребитель и многое другое. На данный момент, гостиничная индустрия Крыма находится на этапе стабилизации, по вышеназванным причинам, данная тема является актуальной.

Цель исследования заключается в проведении анализа проблем и перспектив индустрии гостеприимства в Крыму.

Результаты исследования. На сегодняшний день, индустрия гостеприимства является одним из быстро развивающихся направлений в экономике, которая состоит из элементов, исходящие из принципов гостеприимства. К индустрии гостеприимства, можно отнести следующие виды предприятий:

1. Предприятия, предназначенные для общественного питания;
2. Места для размещения;
3. Транспортировка;
4. Культурно-развлекательные услуги [7].

В данной статье, произведён анализ по выявлению проблем и дальнейших перспектив развития индустрии гостеприимства в Крыму, которые позволят в дальнейшем исправить недочеты и усовершенствовать данную отрасль экономики в Крыму.

Перед тем, как перейти к выявлению основных проблем, мешающие развитию гостиничной индустрии на полуострове, следует отметить тот факт, что Крым имеет все ресурсы для развития не только данного ресурса, но и для основных видов туризма, как такового [7].

Благодаря проведению анализа состояния туристических ресурсов полуострова, экономического, материально-технического потенциала, удалось обнаружить основные проблемы, мешающие развитию индустрии гостеприимства [1, с. 218].

Первое – транспортная доступность Крыма, после вхождения полуострова в Российскую Федерацию, поменялся основной потребитель туристических услуг полуострова. Если до 2014 года в Крым, в основном, приезжали туристы из Украины, после 2014 коэффициент украинских туристов значительно снизился. В то же время, увеличился туристический спрос к полуострову среди российского населения. Но транспортировка туристов из материковой части России в Крым является проблемным и сложным. На данный момент, государство решает данный вопрос – это постройка Керченского моста, который, в значительной мере, облегчит транспортировку туристов в Крым [2, с. 117].

Второе – неразвитость инфраструктуры полуострова, по состоянию на 2014 год лишь небольшая часть гостиниц соответствует международным стандартам. Из 232 официально зарегистрированных гостиниц, стандарту качества соответствует только 26 отелей Крыма. Данный вопрос государство также пытается решить, поэтому недавно была издана программа «Социально-экономического развития Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.». На решение данной программы из бюджета Российской Федерации было выделено 22, 5 млрд. рублей. Помимо этого во всех частях Крыма, где будет проводиться эта программ, планируется создание площадок для привлечения инвестиционных капиталов, только за 2016 год было подписано 21 договоров с разными компаниями, которые предоставили ещё 15, 6 млрд. рублей. Таким образом, данная программа будет проведена в наиболее отстающих, но при этом богатых на ресурсы районах, к таковым относятся: Евпатория, Саки, Ленинский район, Черноморский район, Коктебель.

Третье – возобновление материально-технической базы гостиничной индустрии. На сегодняшний день, во многих предприятиях гостиничной индустрии износился инвентарь, всё устарело и не подлежит государственным стандартам. Данную проблему можно решить только при выделении государствами средств, или инвестированием.

Четвертое – большое количество нелегальных гостиничных предприятий. Каждый год полуостров посещает практически 6 млн. туристов, из которых только 20% остаются в зарегистрированных гостиницах, остальные же предпочитают более доступный вариант, например, мини-отели, апартаменты в виде квартир. Основными причинами отсутствия возможности функционирования в сезоне 2014 года являлись: отсутствие статуса юридического лица, наличие необходимости проведения реконструкции (модернизации) номерного фонда и материально-технической базы, политические причины и др. [5].

Пятое – высокая стоимость гостиничных услуг, что дестабилизирует туристические потоки в Крым. Для того, чтобы решить данную проблему, следует увеличить конкурентоспособность предприятий гостиничной индустрии, увеличить их число, соответствующие государственным стандартам.

Шестое – низкий уровень популяризации отдыха в Крыму среди российского потребителя. Для того чтобы завлечь туристический поток нужна реклама определенных туров, санаториев, или отелей, таким образом, увеличится спрос среди населения, появится конкурентоспособность и всё большее количество гостиничных предприятий начнет поднимать уровень качества на более высокий.

Таким образом, мы провели анализ основных проблем, мешающие развитию крымской гостиничной индустрии, можно прийти к мнению, что главные проблем заключаются в недостаточно развитой инфраструктуре, высокой стоимости гостиничных услуг, плохом качестве. На сегодняшний день, правительство страны пытается решить вышеперечисленные проблемы, с помощью формирования новых программ и привлечению инвесторов. В соответствии с принятыми программами в Крыму планируются следующие мероприятия:

– организация результативных технологий, соответствующие нынешним требованиям качества, для формирования конкурентоспособной обстановки и усовершенствование инфраструктуры Крыма;

– осуществить регулярную транспортировку в Крым с материковой части России;

– расширить количество активных индустриальных парков, благодаря чему увеличится туристический поток в Крыму [6].

На сегодняшний день, можно проследить четкую тенденцию уменьшения предложения для российского потребителя на собственном рынке туристических услуг, что в свою очередь увеличивает спрос российского населения на Крымский полуостров, который в нынешнее время заняло место пляжного туризма для граждан России.

Помимо этого, как уже было указано выше, Крымский полуостров имеет достаточное количество ресурсов для развития многих видов труизма, например, пляжный, оздоровительный, или культурно-познавательный туризм. Для того чтобы расширить спрос на эти виды туризма, нужно в свою очередь улучшить качество обслуживания, выйти на уровень международных стандартов, следует улучшать местный туристический продукт.

Также со стороны государства важно проводить регулярный контроль ценовой политики гостиничных услуг, чтобы не допустить слишком высоких цен на отдых [3, с. 147].

Как было отмечено выше, одной из главных проблем развития гостиничной индустрии в Крыму является устаревания материально-технической базы. Для того, чтобы решить данную проблему, государство должно пойти на встречу предприятиям, которые модернизируют свои объекты и минимизировать налоги.

Выводы. Крымский полуостров богат на природные ресурсы, исторические достопримечательности, имеет мягкий климат, что создает определенную привлекательность региона для туристов. Таким образом, полуостров является перспективным регионом для развития гостиничной индустрии, возможно, не только в России, но и Восточной Европе. Государству в свою очередь, следует поддерживать развитие гостиничного бизнеса на полуострове, который является новым регионом для России. Также в итоге следует отметить, что проблемы Крыма не являются уникальными, поэтому их следует адаптировать под современное состояние Российской Федерации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чеглазова М.Е. Природно-ресурсный потенциал Крыма как основа формирования туристско-рекреационных кластеров // Туризм и региональное развитие. – 2017.- №10. – С.216-221

2. Чеглазова М.Е. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на примере г. Симферополь. // Таврические студии. – 2016. - № 8. – С. 115-121.

3. Яковенко И.М. Географическое обоснование стратегии развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 / И.М. Яковенко // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского, Серия «География».- Том24(63) - №2 (2011) - С.141-149.

4. Министерство курортов и туризма Республики Крым. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://minkurort.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=4627/(дата обращения: 20.03.2018)

5. Концепция развития туристско-рекреационного потенциала Крыма. / под ред. / М.Ю. Лайко. - М.: Издательский центр «Onebook». 2014. – 274 с. (дата обращения: 23.01.2018)

6. Правительство Российской Федерации. Постановление от 11 августа 2014 года № 790 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/420213682/(дата обращения: 25.01.2018)

7. Министерство курортов и туризма Республики Крым. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http:// mtur.rk.gov. ru/rus/info.php?id=603956/(дата обращения: 25.03.2018).

УДК 338.48

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

THE MODERN STATE OF CULTURAL TOURISM IN THE CRIMEA

Чеглазова М.Е., к.г.н.,
доцент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Арзуманян Л.М., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E.Cheglazova,
Candidate of Geography
Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol
L. M. Arzumanyan,
student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В данной работе рассмотрен культурно-познавательный потенциал туризма Республики Крым. Обращается внимание на усиление интереса к развитию республики через устранение проблем, связанных с общим состоянием туристской сферы. Разработаны предложения по стимулированию сферы гостеприимства и повышению качества культурно-познавательного туризма.

Annotation

This paper considers the cultural and educational potential of tourism in the Republic of Crimea. Attention is drawn to the increasing interest in the development of the Republic through the elimination of problems related to the General state of the tourism sector. Proposals to stimulate the sphere of hospitality and improve the quality of cultural and educational tourism have been developed.

Ключевые слова:туризм, культурно-познавательный, памятник, фестиваль, туристическая деятельность, культура.

Key words: tourism, cultural cognitive, monument, festival, tourist activity, culture.

Введение. Отдых в Крыму всегда пользовался большой известностью среди туристов со всего мира.

Каждый курорт Крыма имеет свою отличительную черту: алуштинские лечебницы ориентируются на больных с проблемами дыхательной системы, евпаторийский регион по факту один из лучших детских курортов на территории бывшего СССР, в сакском регионе много курортов с лечебными грязями и минеральными источниками, которые очень хорошо влияют на поддержание здоровья, но одно из ведущих направлений в туризме занимает культурно-познавательный туризм.

Культура Крыма сложна и разнообразна, это напрямую влияет на усиленный интерес к синтезированным проявлениям культуры среди населения, что не может не привлекать посетителей из зарубежья и других регионов Российской Федерации [1,с.121].

Туризм можно смело считать важной составляющей деятельности Крыма, ведь без него бюджет республики резко падает и это отрицательно сказывается на экономическом положении жителей полуострова. Жизнь многих людей так или иначе зависит от состояния туристической деятельности, поэтому жизненно необходимо поддерживать её в хорошем состоянии.

Культурно-познавательный туризм способен познакомить туристов с богатым прошлым Республики Крым, увеличивая их познания в истории и демонстрируя многочисленные объекты показа. При этом потенциальный путешественник получает удовольствие от собственного запроса выбранной достопримечательности [6,с.119].

Систематизировать такой вид времяпровождения можно следующим образом:

- ознакомление с бытом и культурой различных этносов, проживающих на определенной местности;

- участие в различных фестивалях или культурных тематических праздниках;
- посещение достопримечательностей;
- участие в конференциях или туристических слётах, имеющих отношение к культурно-познавательному туризму;
- походы в этнографические музеи, посещение этнических концертов и театральных спектаклей.

Цель исследования. Определить проблемы развития культурно-познавательного туризма в Крыму и найти наиболее приемлемые пути их решения.

Результаты исследования. В работе использовались такие методы исследования как: наблюдение, сравнение, анализ. Материалом для исследования являлись: учебная литература, электронные ресурсы, путеводители,

Многие страны живут туризмом, их экономика прямо зависит от состояния туризма на ее территории, как Таиланд или Малайзия. Наш Крым в этом плане не является исключением, ведь наличие туристов прямо пропорционально бюджетному достатку, экономическому благополучию региона, что приведет к улучшению уровня жизни населения и качественному проживанию на Крымском полуострове [1].

Основой для крымского туризма является уникальная география полуострова: наличие двух морей, горы, полторы тысячи рек, субтропический климат Южного берега Крыма, 15 водопадов и 6 заповедных природоохранных зон, 26 источников пелоидов и более 100 - минеральных целебных вод [2,с.29].

Также Крым располагает более 11 тысячами историко-культурных и архитектурных памятников, относящихся к различным периодам истории.

На полуострове действуют такие направления туризма:

- круизный (принимать круизные суда могут принять порты городов Керчь, Евпатория, Ялта, Севастополь);
- этнографический (Крым стал пристанищем для 115 национальностей, есть более 90 этнографических объектов, которые являются основой для аналогичных маршрутов);
- событийный (ежегодно проводятся множество фестивалей таких как "Крымский военно-исторический фестиваль", "Альминские высоты", «Летние вечера на Караимской», "Генуэзский шлем" и т.д.);
- культурно-познавательный (в республике действуют 17 государственных музеев и более 300 общественных и ведомственных музеев);
- пешеходный (в горно-лесной зоне расположены более 80 стоянок и действуют около 300 туристических маршрутов).

Интересно то, что люди, приезжающие на отдых в Крым, тянутся не только к пляжному или лечебно-оздоровительному, но и к культурно-познавательному туризму, стремясь открыть для себя что-то совершенно новое или узнать то, о чем даже не догадывались, живя на крымской земле,

которая является сосредоточением огромного числа этносов с их культурой и обычаями или традициями.

Практически в каждом городе турист имеет возможность посетить памятные места, ознакомиться с историей достопримечательностей, познакомиться с бытом местных жителей или различных этносов и просто пообщаться с ними, поучаствовать время от времени в каких-либо знаменательных фестивалях.

Культурно-познавательный туризм, особенно в Крыму, имеет огромное значение, так как способствует укреплению межэтнических и межгосударственных связей.

Огромная роль культурно-познавательного туризма в жизни социума проявляется в создании охраняющих и реставрационных норм в отношении к достоянию нации в области исторического и культурного наследия. В России на профессиональном уровне пытаются ввести в быт различные элементы народного достояния, позволяющее воспитывать молодежь в лоне собственной культуры и сохранить ее для будущих поколений [2].

Только культурно-познавательный туризм способен остановить разрушительно-наступательные действия глобализационной среды мира, сохраняя уникальные типы культур и их наследие. Путешественники могут познакомиться со вкладом каждого народа в интеллектуальном развитии мирового сообщества.

Примечательно, что при планировании туристической деятельности возникают некоторые минусы, которые ниже будут описаны.

1. Цены очень высокие, что откровенно может напугать приезжих из-за несоответствия с качеством.

2. Низкое качество инфраструктуры. Даже на тех же Кавказских курортах (Кисловодске, Минеральных Водах, Пятигорске) уровень сервиса значительно выше. Однако, улучшению качества обслуживания в Краснодарском крае способствовали Олимпийские игры.

3. Из-за дороговизны путевок многие выбирают ехать самим в республику Крым, поэтому туристические компании не получают особого резонанса своими действиями и минимальными скидками на туры выходного дня и подобных маленьких туров, не говоря уже об отпускных.

4. Плохие транспортные коммуникации, которые требуют обновить автобусные и таксопарки для перемещения туристов внутри страны, но все это будет зря, если не будет уделяться внимание аварийному состоянию дорог.

5. Мы многое теряем из-за отсутствия прямой связи с континентальной Россией. Переправа через паром для многих слишком дорога и занимает много времени из-за чего люди отказываются ехать в наш регион.

6. Практически нет инвесторов, которые были бы готовы вложить кредиты в новые проекты, которые развили бы индустрию туризма на полуострове.

8. Многие туристы выбирают частный сектор (чаще теневой) для проживания в ущерб гостиницам и пансионатам.

Важно привлекать население связывать свой отдых с отечественным туризмом на ближайшие годы, чтобы местной инфраструктуре было, на что опираться и иметь надежду на развитие [3].

Немалое влияние следует уделить коррупции, так как это огромная угроза для всех инвестиций. Имея такую обширную географическую, историческую и культурную базу для туризма, было бы крайне недальновидно оставлять это дело без своей развязки и открытия потенциала.

Выводы. Крым, как один из крупнейших и перспективнейших центров туризма, на данном этапе находится на пике своего развития и привлекает наибольшее внимание. Этому способствует и благотворная деятельность СМИ, и акцентирование бюджетных выделений со стороны правительства, но данные действия не получат резонанса, если проводить все под пристальным контролем.

Сравнивая Крым и Краснодарский край, можно сделать вывод, что последний стал таким известным и посещаемым местом из-за проведения там Олимпиады, крупномасштабных вливаний в развитие инфраструктуры, восстановление достопримечательностей, улучшение дорог, проведение всероссийских и международных фестивалей, конкурсов.

Нельзя оставлять без внимания и наш полуостров, нужно делать его модным для посещения на российском и иностранном рынке услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Моисеева Е.Г. Культурный туризм, как стратегический курс России [Электронный ресурс] Учебное пособие. — СПб.: Изд-во «Фаст-принт», 2012. — 60 с.

2. Сущинская М.Д. Культурный туризм. [Электронный ресурс] Учебное пособие. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014. — 128 с

3. Чеглазова М.Е. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на примере г. Симферополь. // Таврические студии. – 2016. - № 8. – С. 115-121.

УДК 338.48

ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ КРЫМА

ETHNOGRAPHIC COMPONENT OF THE TOURISM SECTOR OF THE CRIMEA

Чеглазова М.Е., к.г.н.,
доцент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Бажанова А.Д., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E.Cheglazova,
Candidate of Geography
Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol
A.D. Bajanova,
student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация.

Данная статья посвящена рассмотрению перспектив и развитию культурно-познавательного туризма в Республике Крым. Рассмотрены основные тенденции развития культурного туризма. Проведен анализ имеющихся на территории Республики Крым ресурсов для развития культурно-познавательного туризма.

Annotation.

This article considers the prospects and development of cultural and educational tourism in the Republic of Crimea. The basic tendencies of development of cultural tourism are considered. The analysis of the resources available on the territory of the Republic of Crimea for the development of cultural and educational tourism.

Ключевые слова: культурный туризм, традиции, обычаи, культурно-познавательный туризм, Республика Крым, полуостров Крым, туристский потенциал.

Key words: cultural tourism, traditions, customs, cultural and educational tourism, Republic of Crimea, Crimean Peninsula, tourism potential.

Введение. История всего мира, как нам известно, не стоит на месте, двигаясь и развиваясь она затрагивает все народы, страны, культуры в той или иной мере. За последние тридцать лет Крым являлся частью трех совершено разных, однако в чём-то схожих между собой таких государств как: Советский Союз, Украина и с 2014 года Крым находится в составе Российской Федерации. В истории полуострова появлялись, исчезали, достигали своего рассвета и упадка множество народов, по средством этого Крым вобрал в себя более сотни народов со своими традициями, менталитетом и культурой, что непосредственно, влияло на развитие Республики Крым.

Крым — это жемчужина России, во все времена туристов сюда влекло уникальное географическое положение, наличие двух морей Черного и Азовского, озёра, также, величественные горы и леса. Туризм является неотъемлемой частью полуострова, а историки, археологи и экскурсоводы помогают в его развитии.

Обоснование цели. Теоретическое рассмотрение предпосылок и ресурсов для развития культурно-познавательного туризма на территории РеспубликВ Крым.

Основная часть. На современном этапе развития туристской индустрии явно выделился такой вид туризма как культурный, его резкое развитие и высокий рост можно обусловить тем что, возросло стремление людей познавать и изучать важность культурных ценностей, сохранение культурной идентичности, самобытности народов, проживающих на его территории, для достижения межнационального и межконфессионального согласия.

Республика Крым – уникальный регион Российской Федерации, на территории которого соединены природно-климатический и историко-культурный потенциал, являющиеся, в свою очередь, основой для развития культурно-познавательного туризма в Крыму. Полуостров всегда был местом, где оседали, проживали, создавали историю представители различных народов, например, таких как скифы и греки, римляне и византийцы, булгары, хазары, половцы, печенеги, армяне и готы. Также, нельзя не сказать про сохранившиеся до наших дней руины Херсонеса, основанного ещё в античные времена, — наследие древнегреческой и раннесредневековой византийской архитектуры. Средневековая культура полуострова проникнута влиянием мусульманской культуры, в частности татарской и османской архитектуры.

Одно из направлений культурно-познавательного туризма является этнографический туризм, данный вид туризма способен удовлетворить и наполнять ряд духовных потребностей потенциальных туристов.

Необходимо сказать, что данное понятие трактуется как этнографический туризм, поскольку этнография («народоведение») – это наука, изучающая культурные и бытовые особенности различных народов мира, а в данном случае турист непосредственно знакомится с этими особенностями и в определенной мере изучает и познает их.

Важным в организации этнографического туризма, является, непосредственно, приобщение и знакомство туриста с традициями и культурой различных этносов и народов. Традиции – это система позиций, ценностей, норм поведения и принципы отношений между людьми в стране, ее жизни.

Также, можно сказать, что традиции – это опыт который может выражаться в социально-организованных стереотипах и обычаях, которые под влиянием пространственно-временной трансмиссии воспроизводятся в различных человеческих коллективах [1].

Непосредственно, к современным национальным и социальным традициям относится часть художественной культуры, сохраняющаяся и передающаяся через систему средств общественной информации (книги, картины, графики, схемы, дискеты, видеокассеты и т.д.).

Обычай - это любая установленная, традиционная и общепринятая процедура любых общественных действий, нравов, а также кодекс поведения. Сам по себе термин «обычай» близок к понятию «обряд» или «ритуал». Дело в том, что во многих случаях термин «обряд» более понят, чем обычай. Любой обряд можно считать обычаем, но не все обычаи - это ритуалы. Например, похороны или свадьба, обычаи Масленицы могут быть установлены обрядами.

Ежегодно в Крыму проводятся разнообразного рода фестивали, мастер классы ремесленнического, кузнечного, кулинарного мастерства, презентации, экспозиции и выставки. В 2015 г. было отмечено рекордное количество различных событийных мероприятий, всего около 275 на всей территории Республики Крым. Это говорит, непосредственно, о перспективе в развитии событийного (фестивального) туризма, а также культурно-познавательного. Турист едет с целью познания культуры, самобытности и жизни народа проживающего на данной территории.

На территории Республики Крым официально зарегистрировано более 1300 религиозных организаций, принадлежащих к 48 конфессиям. Количество христианских культовых сооружений различных эпох, включая пещерные города, монастыри и храмы составляет 435 объектов из которых, 93,6% –православные храмы, 4,2% – армянские храмы, 2,2% – католические храмы. Количество религиозных объектов мусульман – 366. За период с 1991 года было построено более 80 мечетей и других религиозных сооружений мусульман. Приведенные данные показывают потенциал Крыма в развитии религиозного (паломнического) туризма. Всё это показывает большое разнообразие культурно-исторических памятников, которые вызывают интерес у туриста [2].

В Крыму проживает свыше 115 различных национальностей, а также расположено 92 этнографических объекта, на основе которых осуществляются проведение экскурсий по разработанным культурно-этнографическим маршрутам. Это является основанием для дальнейшего развития этнографического и культурно-познавательного туризма в Республике Крым.

На территории Крыма активно работают и действуют следующие культурно-этнографические центры: армянский этноцентр «Сурб-Хач» в г. Старый Крым, греческий «Карачоль» в с. Чернополье Белогорского района, крымско-

татарские в селах Танковое, Соколоиное («Коккоз»), Богатое ущелье, Заречное, Морское и немецкий кафе-клуб «Кронеталь» в с. Кольчугино Симферопольского района, этнографический музей «Быт Керчи», музей истории и культуры крымских татар в Бахчисарае. Крымские туристические фирмы организовывают этнографические туры: «В гостях у крымских татар», «Евреи в Крыму», «Немецкие поселения», «Судьбы народов Крыма» и т.д..

Также, нельзя не сказать про разнообразие религий на полуострове Крым, полуостров по праву считается многонациональной территорией, что также относится к культурно-познавательному туризму. В Крыму официально зарегистрировано, 1362 религиозных организации. К традиционным религиям Крыма относятся православие с исламом суннитского толка, а также иудаизм и караимизм. В этот перечень входят католичество и армянское апостольское христианство. Исходя из этого, религиозный туризм можно выделить как отдельную нишу для создания туров в Крым, данный вид туризма имеет большой потенциал как исторического значения региона, так и церковного разнообразия, в изучении различных религий. В достопримечательностях религиозной направленности можно выделить, крымские христианские монастыри, многочисленные мусульманские мечети, армянские храмы, караимские кенеши, священные объекты крымской природы, это может быть: источники, скалы, пещерные города [3].

Заключение. Итак, подводя итоги по данной статье, можно сказать что, культура является одним из основных элементов туристского интереса и спроса. Основой культурно-познавательного туризма является историко-культурный потенциал региона, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности.

Также, следует сказать, что сочетание ландшафтных и природно-климатических свойств Крыма, с его этническим многообразием, древней и насыщенной историей, богатством памятников культуры разных эпох и народов дает региону уникальную ресурсную базу и неограниченный потенциал для дальнейшего развития культурно-познавательного туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лаптев Ю. Н. Этнографический туризм в Крыму: состояние и перспективы развития. Научно-методическое пособие / Ю. Н. Лаптев, О. В. Савинова – Симферополь, 2003. – 69 с.

2. Волков И. А. Этнографический туризм в Крыму: сущность и факторы развития // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2009. – № 2. –Том 22 (61). – С. 121–126.

3. Чеглазова М.Е. Роль этнокультурной составляющей в формировании регионального туристского продукта республики Крым // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. - 2017. – С.270-273.

УДК 338.48

КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ – ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

CULTURAL TOURISM IS A PRIORITY DIRECTION OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN CRIMEA

Чеглазова М.Е.,
к.г.н., доцент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Демина Е.С., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E.Cheglazova,
Candidate of Geography
Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol
E.S. Dyomina,student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация.

В данной статье рассмотрено направление культурно - познавательного туризма в Республике Крым. Проанализировано современное состояние культурного туризма в ЮФО. На основании анализа рынка, установлено, что в Крымском регионе есть все необходимые природные и инфраструктурные ресурсы для модернизации и продвижения культурно - познавательного туризма.

Annotation.

This article considers the direction of cultural and educational tourism in the Republic of Crimea. The current state of cultural tourism in the southern Federal district is analyzed. Based on the market analysis, it was found that the Crimean region has all the necessary natural and infrastructural resources for the modernization and promotion of cultural and educational tourism.

Ключевые слова: туризм, культурный туризм, культурно - познавательный туризм, развитие, Республика Крым.

Keywords: tourism, cultural tourism, cultural tourism, development, Republic of Crimea.

Введение. Культурный туризм является важным фактором развития в современном обществе.

В научной литературе предлагаются различные интерпретации термина «культурный туризм», которые связаны с исследованиями, сокращенными дисциплинарными границами. Чаще всего данное определение является своего рода социокультурной деятельностью человека.

Культурный туризм - это перемещения людей, находящихся за пределами своей родной страны, которые полностью или частично заинтересованы в посещении культурных достопримечательностей, включая культурные мероприятия, музеи и исторические места, художественные галереи, музыкальные и театральные театры, концертные залы и традиционное времяпрепровождение местного сообщества, что представляет собой историческое наследие, современные художественные творения и исполнительское искусство, традиционные ценности, для получения новой информации и опыта для удовлетворения их культурных потребностей [1].

Культурный туризм включает в себя такие основные компоненты как: природное и культурное наследие.

Культурное наследие человечества состоит из произведений художников, архитекторов, музыкантов, писателей, ученых, мастеров народного искусства - тех ценностей, которые придают смысл человеческому существованию. Он включает как материальные, так и нематериальные произведения и выражает творчество людей, их язык, обычаи, убеждения и т. д. [3].

Цель исследования. Культурный туризм оказывает положительное экономическое и социальное воздействие на развитие региона, служит как инструмент для создания, развития и сохранения культурного наследия и способствует взаимопониманию между людьми в разных странах и регионах [4].

Результаты исследования. Основой культурного туризма является исторический и культурный потенциал страны, включая всю социальную и культурную среду, традиции и обычаи, архитектуру зданий. Минимальное развитие культурного туризма может обеспечить любой ландшафт, но для массового развития требуется некоторая концентрация культурного наследия.

Россия традиционно воспринимается как страна, которая вносит большой вклад в мировую культуру. Российские писатели, композиторы, художники, всемирно известные ученые. Кроме того, территория страны, история и культура сосредоточены на многих уникальных памятниках. В начале 2004 года в Государственном реестре памятников истории и культуры было 81 426 памятников культуры, в том числе объекты федерального значения 23 397 и 58 029 местного значения. Многие из этих объектов поистине уникальны и могут быть отнесены к культуре мира.

Можно отметить, что в Южном Федеральном Округе (Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Калмыкия, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесская, Северная Осетия-Алания и Чеченская республика, Астраханская, Волгоградская и Ростовская область, Краснодарский и Ставропольский край) развитие делового туризма на данный момент имеет растущую тенденцию и является перспек-

тивным направлением в регионе [2]. К наиболее популярным центрам культурно-познавательного туризма в ЮФО можно отнести города: Краснодар, Ростов-на-Дону, Сочи.

ЮФО имеет высокий уровень конкурентоспособности в организации делового туризма за счет наличия в данном регионе развивающейся инфраструктуры, культурных и природных ресурсов. Этническое многообразие также является плюсом, на территории региона располагаются культурологические и исторические памятники. Данное направление имеет ряд перспектив, в том числе и в плане регулирования фактора сезонности, например, в Республике Крым.

В настоящее время, несмотря на высокий потенциал, туристские услуги Крыма несущественны на мировом рынке, а полуостров немного проигрывает своим конкурентам. Качество предоставляемых услуг в Республике Крым очень низкое.

Учитывая нынешние условия, можно дать дальнейшие рекомендации по дальнейшему развитию культурного и образовательного туризма Крыма:

1. Создать определенные условия в организации, управлении, связи и повышении качества услуг, предоставляемых туристам;

2. Максимально использовать природный и рекреационный потенциал, осуществить развитие новых рекреационных зон полуострова, например, развитие Восточного Крымского региона (Керченский полуостров);

3. Необходимо повышение эффективности маркетинговых механизмов;

4. Улучшение и совершенствование транспортной инфраструктуры, а также привлечение физико-технической базы для увеличения пропускной способности.

Экскурсии по культурным районам носят все более развлекательный характер, а не образовательной. По данным ВТО, развлекательная программа очень важна для туристов и туристических программ, зачастую это является главной целью путешествий и играет важную роль в международной индустрии туризма [6].

Во-первых, существуют такие культурно-познавательные достопримечательности, которые необходимо посетить, даже если требуются физические и эмоциональные усилия.

Во-вторых, как и в первом случае есть достопримечательности, не требующие долгих размышлений, их обязательно необходимо посетить, например: Ласточкино гнездо, Памятник Затопленным кораблям в Севастополе.

В-третьих, эти районы должны привлекать внимание не только к картинам, выставкам или специальным архитектурным особенностям, но и к большинству обычных достопримечательностей в этом регионе.

Культурно - познавательный туризм в Республике Крым включает не только архитектурные и природные достопримечательности, но и саму культуру, быт народов, а также эмоционально-чувственного восприятия культурной жизни дестинации во всем многообразии ее проявления.

Так же неотъемлемой частью культурного туризма является событийный, который включает в себя ярмарки, выставки и фестивали. В последние годы в Крыму массово проводятся различные фестивали, например: «Коктебель Джаз Пати», «Экстрим - Крым» в Оленевке, «WineFest» в Балаклаве.

К культурно - событийному туризму еще можно отнести кинотуризм.

«Кинотур» – это особый вид туристского продукта, нитка маршрута которая выстраивается по трем основным позициям:

– по наиболее интересным местам и достопримечательностям, где проходили съемки;

– по наиболее известным объектам индустрии кино и, прежде всего, киностудиям;

– по местам наиболее значимых кинособытий (фестивалям, слетам и пр.).

За последние два года в Крыму появились новые объекты показа, связанные с киноиндустрией. Например, парк «Викинг» в Симферопольском районе, в основу которого легли декорации художественного фильма «Викинг».

Выводы. Культурный туризм стал ведущей индустрией, дающей желаемые эмоции туристам, создавая определенные образы и знания о достопримечательностях определенного района.

Функциональная роль культурного туризма в социальной жизни отражает эффективные технологии улучшения, а также разработку законных правил, касающихся национального исторического и культурного наследия.

Культурно - познавательный туризм дает возможность уменьшить негативные последствия глобальной культуры и обеспечить уникальную возможность туристов посещать культурные достопримечательности мирового значения. Исторические традиции, а также современные культурные обычаи конкретных этнических групп могут показать особенности людей и их культуру.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Биржаков М.Б., / Введение в туризм [Текст] Издание 5-е. - СПб., 2003. - 320 с.
2. Моисеева. Е.Г. / Культурный туризм как стратегический ресурс России [Текст] / Е.Г. Моисеева, Л.А. Берил / Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. –2012. -№1. – с. 96
3. Чеглазова М.Е. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на примере г. Симферополь. // Таврические студии. – 2016. - № 8. – С. 115-121.

УДК 338.48

КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ – ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

CULTURAL TOURISM IS A PRIORITY DIRECTION OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN CRIMEA

Чеглазова М.Е.,
к.г.н., доцент,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Медведская И.К., студент,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E. Cheglazova,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol
I.K. Medvedskaya,
student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация.

В статье рассматриваются актуальные вопросы развития и продвижения культурно - познавательного туризма в городе Севастополь. Также рассмотрены проблемы и меры для реализации развития культурно – познавательного туризма. Проанализированы основные направления и предложения культурно-познавательного туризма в Севастополе.

Annotation.

The article deals with topical issues of development and promotion of cultural tourism in the city of Sevastopol. The problems and measures for the implementation of the development of cultural tourism are also considered. The main directions and offers of cultural and educational tourism in Sevastopol are analyzed.

Ключевые слова: туризм, культурно – познавательный туризм, Севастополь, Крым, ресурсы, перспективы, развитие, проблемы.

Keywords: tourism, cultural tourism, Sevastopol, Crimea, resources, prospects, development, problems.

Введение. Севастополь расположен на черноморском побережье Крымского полуострова. Основан Севастополь был русской императрицей Екатериной II в 1783 году, как крепость и, впоследствии, порт. Севастополь сегодня — крупнейший незамерзающий морской торговый порт, научно-технический, промышленный, рекреационный и культурно - познавательный центр Крыма.

Интерес к культурно-познавательному туризму в Севастополе обусловлен внушительной базой культурно-познавательных и культурно – исторических объектов. В городе представлен большой историко-культурный потенциал в виде памятников архитектуры, музеев, памятников истории, крепостей, соборов и многих других достопримечательностей. Все эти ресурсы являются основой для продвижения и развития туристской сферы в городе Севастополь.

Цель исследования. Определить проблемы развития культурно-познавательного туризма в городе Севастополь и рассмотреть меры для реализации развития данного направления.

Результаты исследования. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью в создании на территории Севастополя эффективной и действующей туристской индустрии, содействующей обеспечению максимальной круглогодичной нагрузки имеющейся туристской инфраструктуры, благодаря усовершенствованию условий доступности регионального туристского продукта и роста налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, а также рационального использования и сохранения природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала.

Ведущими видами туризма в городе являются: культурно-познавательный туризм, всесезонный, военно-патриотический, экологический, событийный, тур выходного дня, многодневный туристский визит, а также активные виды туризма.

Севастополь комбинирует в себе исторические и культурные памятники самых разных исторических эпох, начиная с эпохи античности и кончая мемориалами в честь героических подвигов города в ходе войн XIX и XX столетий [1].

На его территории расположено свыше 2000 памятников истории, археологии, архитектуры, градостроительства, монументального искусства, все это обусловило развитие культурно-исторического и познавательного туризма.

Главной отличительной особенностью данной территории, является расположение города на берегах 23 бухт и значительные зоны природных ландшафтов в черте города [2].

Анализируя состояние туристской отрасли территории, можно сделать акцент на следующие основные проблемы:

— аварийность внушительной части объектов исторического наследия;

— отсутствие средств сопутствующей инфраструктуры (парковки, туристские информационные центры, прогулочные зоны, туалеты);

— неравномерное распределение организации туризма на территории Севастополя, отсутствие сквозных туристских маршрутов;

— нарушение комплексности культурно-исторической зоны в развитии территорий, приближённых к объектам культурного наследия;

— неуравновешенность туристского потока, это приводит к большой нагрузке рекреационных возможностей города;

— неконкурентоспособность туристского продукта города Севастополя;

— ограниченное число предприятий туристской инфраструктуры с востребованной категорийностью;

— неудовлетворительная численность объектов круглогодичного размещения;

— отсутствие системы мониторинга туристской отрасли и действующей статистической информации;

— дефицит разработанных инвестиционных предложений и зон для развития и продвижения новых видов туризма;

— низкий уровень квалифицированных кадров в туристской индустрии.

— отсутствие поступлений в бюджет города от теневых доходов, полученных в результате оказания услуг неорганизованным туристам.

Указанные проблемы и специфика развития сферы туризма и отдыха указывают на то, что нужно целенаправленно поддерживать сферу туризма и отдыха путем решения поставленных задач.

Таким образом, для развития культурно – познавательного туризма в Севастополе следует осуществить следующие меры:

1. Создать организационно-правовые условия для реализации целей туризма;
2. Реализовать музеефикацию в целях реализации новых объектов показа;
3. Разработать туристский бренд Севастополя и позиционировать Севастополь как самостоятельный туристский регион;
4. Увеличить круглогодичный туристский поток на территории города Севастополя;
5. Повысить конкурентоспособность туристского рынка города Севастополя;
6. Создать и развивать национальные парки на территории Севастополя;
7. Использовать кластерный подход для общего развития туристской инфраструктуры города;
8. Реализовать разработку градостроительной и экономической концепции создания туристско-рекреационных кластеров на территории Севастополя;
9. Создать объекты инженерно-транспортной инфраструктуры туристско-рекреационных кластеров;
10. Повысить качество оказания туристских услуг;
11. Снизить факторы сезонности, путем открытия новых туристских предприятий и объектов показа;

12. Сформировать новый конкурентоспособный туристский продукт Севастополя, его маркетинговое сопровождение и продвижение на внутреннем и международном туристском рынках [1].

По направлению культурно-познавательного туризма в городе Севастополе работают многие турфирмы, среди наиболее популярных выделяются такие как: ГК «Кандагар», предлагающая экскурсионные туры: «Гранд тур – Крымская кругосветка», «Весь Крым» от 20000 до 37000 тыс.руб.; ООО «Тур Этно», предлагающая экскурсионные туры: «Крымские Этюды», «Путешествие в Крым», «Крымские каникулы» стоимостью от 5000 до 24400 тыс.руб.; ООО «Ласпи» предлагающая экскурсионные туры: « Крымская кругосветка», « Гранд – тур», «Крымская кругосветка – 2» » стоимостью от 14900 до 31900 тыс.руб.; ООО Туроператор «Черноморская Тур Лига» предлагающая экскурсионные туры: «Крымский калейдоскоп», «Овеянный славой», «Золотое кольцо», «Ключи от Крыма», «Полуостров сокровищ» » стоимостью от 5500 до 25500 тыс.руб. [3].

Выводы. Севастополь обладает богатым историческим и культурно - познавательным разнообразием объектов показа, и благодаря этому, имеет потенциал для улучшения и развития культурного туризма.

Развитие туризма в Севастополе по большому счету направлено на формирование благоприятных социальных, правовых, экономических, организационных и культурных условий для создания современной индустрии туризма, направленную на укрепление и развитие ее материальной базы.

Для дальнейшего привлечения туристов и отдыхающих в город, необходимо развивать комплексный и многоуровневый подход к созданию новой методологии развития туристской сферы, которая включает в себя обилие разных аспектов для продвижения туризма во взаимосвязи со стратегией устойчивого развития региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чеглазова М.Е. Природно-ресурсный потенциал Крыма как основа формирования туристско-рекреационных кластеров // Туризм и региональное развитие. – 2017.- №10. – С.216-221

2. Чеглазова М.Е. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на примере г. Симферополь. // Таврические студии. – 2016. - № 8. – С. 115-121.

3. Герасименко Т. И., Гладкий И. Ю. Всемирное культурное наследие региона как основа развития историко-культурного туризма // Туризм и культурное наследие. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://statti_tourism/gerasimenko. htm. (дата обращения: 23.01.2018).

4. Информационный портал Республики Крым и города Севастополь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://crimea.regnews.org/doc/nq/on.htm

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

FEATURES OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN CRIMEA

Чеглазова М.Е.,
к.г.н., доцент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь
Яцюк Д.А., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

M.E. Cheglazova,
Candidate of Geography
Sciences,
Associate Professor,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol
D.A. Yazyk, student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация.

В данной статье рассматриваются возможности развития событийного туризма в Крыму, характеризуются рекреационные факторы, способствующие развитию данного направления и оцениваются возможные перспективы.

Annotation.

This article discusses the development of event tourism in the Crimea, characterized by recreational factors that contribute to the development of this direction and assesses possible prospects.

Ключевые слова: туризм, событийный туризм, достопримечательность, мероприятия, события, Республика Крым.

Keywords: tourism, event tourism, attraction, events, Republic of Crimea.

Введение. Говоря о роли туризма в экономике, нужно в первую очередь подчеркнуть ее немаловажность, так для некоторых регионов или даже стран это главная отрасль, которая обеспечивает поступление инвестиций, улучшает и повышает уровень жизни своего населения, а также удовлетворяет его потребности. При организации бизнеса в том или ином регионе или

стране стоит опираться на факт наличия нужных для формирования деятельности туристических ресурсов, без которых отрасль не будет развиваться.

Цель исследования. Целью данной работы является описание потенциала событийного туризма, который начал развиваться на территории Республики Крым.

Результаты исследования. В настоящее время перед деятелями туристской сферы стоит задача целевого и разумного использования всех туристских ресурсов своего региона. Именно по этому такой вид туризма, как событийный туризм, с каждый годом привлекает большое количество потенциальных потребителей.

Турист, который побывал в различных странах мира, ищет в своем следующем путешествие чего то нового, и событийный туризм ориентирующийся на местные праздники, ярмарки, фестивали этому способствует.

Событийный туризм - это направление туризма, в котором поездки создаются с целью посещения какого либо определенным мероприятиям.

В большинстве стран такие мероприятии и события носят различных характер и представляют собой культурную, историческую и спортивную ценность. При создании туристского объекта, не имеющего своего исторического события, его создают специально формируя легенды этой местности. Следовательно, имеет место создание и проведение кампании по повышению значимости не только индивидуального, но и группового туристского продукта, нацеленного на привлечение большего количества клиентов[2, с. 53-54].

В англоязычной практике существует также такое понятие, как «ивент-туризм». Дословный перевод которогоименно «событие», «шоу», «церемония». Таким образом, туризм событийный - это перемещения людей с посещением какого-либо мероприятия за пределами их места жительства.

Ивент-туризм привлекателен тем, что он уникален, чаще всего не повторяется, за исключение национальных мероприятий, которые циклично повторяются каждый год, становясь традиционными. Другими словами для того чтобы получить яркие эмоции, туристу нужно быть в определенном месте и в определенное время.

Каждое ивент мероприятие создается с определенной целью и то, что раньше имело лишь общественный характер, сейчас стало областью профессионалов и предпринимателей. Такие перемены случились из-за того, что проведение таких крупных мероприятий несет определенный риск, при неправильной организации, мероприятие попросту может не произойти. Современные виды событийного туризма определяются их темой. Некоторые из них носят лишь развлекательный характер, но другие же несут более грандиозные цели спортивные или же образовательные.

По разнообразию российский рынок событийного туризма не уступает зарубежному. Однако по качеству проведения, финансирования, и масштабам он уступает в разы [4].

Событийный туризм можно классифицировать следующим образом:

1. По масштабу проводимого события:

– региональный уровень

– национальный уровень

– международный уровень

2. По тематике событийного мероприятия:

– национальные праздники и фестивали

• Хыдырлез- национальный праздник крымских татар, посвященный завершению весенних полевых работ(1 неделя мая, комплекс «Шахеризада»)

– театрализованные шоу

• Международный Рыцарский Фестиваль «Генуэзский шлем»(июль-август , г.Судак)

– фестивали театра и кино

• II Международный кинофестиваль «Евразийский мост» (15 сентября , г.Ялта)

– музыкальные конкурсы и фестивали музыки

• Koktebel Jazz Festival (18-20 августа, г.Коктебель)

– гастрономические фестивали

• Фестиваль рыбной кухни «Барабулька» (16-17 июня, г.Феодосия)

– карнавалы

• Фестиваль казачьей культуры «Крымские тулумбасы» (4 сентября, с.Николаевка)

– модные показы

• 9-й показ Крымской Недели Моды – «CrimeanFashionWeek»(18 и 20 марта,г.Ялта и г.Севастополь)

– спортивные события

• Международный молодежный Фестиваль EXTREME Крым (14-29 июля, мыс Тарханкут) [4].

Как и любая другая деятельность, событийный туризм направлен на получение прибыли. Чем интереснее мероприятие, тем больше будет количества посещающих.

Основными преимуществами событийного туризма являются его высокая доходность и внесезонность. Каждое мероприятие вносит в казну региона огромный вклад.

Так же существует и большее количество сдерживающих факторов мешающих в развитии событийного туризма:

– слаборазвитая инфраструктура страны (плохие дороги, отсутствие достаточного количества хороших отелей и т. п.)

– нежелание вышестоящих органов принимать участие в подготовке к тому или иному мероприятию

– неконкурентоспособность более мелких мероприятий, напримергородских, с более крупными региональными

Основные функции которые преследуетсобытийный туризм:

– улучшение социально-экономической инфраструктуры и межрегионального сотрудничества

– повышение занятости населения, благодаря которому улучшается уровень жизни населения

– при наличие свободного времени формирование досуга населения

– восстановление сил и трудоспособностичеловека

– повышение культурного, спортивного и образовательного уровня населения[3, с.220].

Современные туристы достаточно требовательны в выборе своего путешествия. Они не хотят ограничивать своепутешествие лишь отелем и услугами которые в нем предоставляются, хотят узнать и почерпнуть опыт той местности в которые они находятся. В связи с этим, туроператорам необходимо искать новые пути для привлечение клиентов.

Так на данный момент основной акцент делается на потребителей, которые способны сравнивать различные предложения продуктов и услуг и выбирать услугу которая им подходит и по стоимости и их предпочтению. Компании вынуждены подстраиваться под потребителей и для каждой целевой группы разрабатывать индивидуальный продукт для дальнейшей его реализации на мировом рынке.

Выводы. Событийный туризм сегодня - это перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка. Понимая его важную роль необходимо направлять усилия специалистов сферы туризма, общественников и органов региональной власти формирования положительного имиджа. Результатом этого взаимодействия должны стать новые точки притяжения туристов и увлечение их количества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / Рос. предпринимательство, 2011. - 172 с.

2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин - Ростов н-Д: Феникс, 2008. - 252 с.

3. Чеглазова М.Е. «Роль этнокультурной составляющей в формировании регионального туристского продукта республики Крым» // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе. - 2017. – С.270-273

4. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс] /http://mtur.rk.gov.ru (дата обращения: 20.01.2018)

УДК 911.3.338.48 (477.75)

ЭЗОТЕРИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ: ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ И ТЕНДЕНЦИИ

ESOTERIC TOURISM IN CRIMEA: FACTORS OF DEVELOPMENT AND TRENDS

Яковенко И.М. , д.г.н., профессор
Кавка Е.В., магистрант
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

I.M. Yakovenko,
Doctor of Geographic Sciencies, Professor
E.V. Kavka, Magister
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Рассмотрены сущность эзотерического туризма и общемировые факторы и закономерности его развития. Определены аттрактивные объекты эзотерического туризма в Крыму и проблемы организации и продвижения эзотерических туров.

Annotation

The essence of esoteric tourism and global factors and regularities of its development are considered. Attractive objects of esoteric tourism in Crimea and problems of organization and promotion of esoteric tours are defined.

Ключевые слова: эзотерический туризм, эзотерический тур**,** объект силы.

Keywords: esoteric tourism, esoteric tour, the power object.

Введение. Феномен эзотерического туризма имеет глубокие философские, социокультурные и психологические корни. Зародившись около двадцати лет назад в рамках традиционных познавательно-культурного и паломнического направлений туризма, он приобрел самодостаточный характер как вид туризма, направленный на духовное развитие человека путем посещения территорий и объектов, обладающих определенной мистической и энергетической ценностью. В этих так называемых «местах силы» участники эзотерических туров принимают участие в индивидуальных или коллективных эзотерических тренингах, ритуалах, становятся слушателями духовных практик и философских школ.

Очевидно, что число участников эзотерических туров растет, но упоминающийся в специальной литературе показатель в 20-30% ежегодного прироста представляется недоказуемым по причине отсутствия официального статистического учета [1]. В целом, несмотря на растущую популярность, данное направление специализированного туризма редко выступает объектом серьезных научных исследований; не систематизированы представления о движущих силах данного процесса и особенностях его территориальной организации.

Цель исследования. Целью данной работы явилось изучение факторов и направлений развития эзотерического туризма в Крыму на фоне общемировых тенденций.

Результаты исследования. Изучение немногочисленных работ теоретико-методического характера и описаний эзотерических туров позволило установить, что в развитии и территориальной организации эзотерического туризма действуют факторы, как генерирующего, так и реализующего характера, которые могут иметь по отношению к исследуемому региону как внешний, так и внутренний характер. К числу важнейших внешних генерирующих факторов относятся: рост популярности различных философско-мистических учений и их школ, заинтересованных в проведении практик среди единомышленников в природной среде; культ теорий саморазвития человека и здорового образа жизни (йога, цигун и др.); широкое использование возможностей сети Интернет и социальных сетей для продвижения ценностей эзотерического туризма. Многие туроператоры включают информацию об эзотерических объектах и программах в свои сайты и рекламные проспекты [2].

Факторами реализующего характера, в результате которых формируются мировые или национальные центры и районы эзотерического туризма, являются: размещение уникальных культовых сооружений, с которыми связано развитие тех или иных религиозных процессов; природных или культурных объектов, обладающих мифологическим потенциалом (т.е. о которых сложены легенды, мифы и истории мистического характера); наличие центров духовных исканий и известных личностей-мастеров эзотерики (гуру), привлекающих массы учеников-паломников. Так, например, издавна объектами высокой энергетики и необъяснимых, мистических явлений считались гора Фудзи в Японии, озеро Титикака (Перу), монолит Улуру (Айрис-Рок, Австралия), древний город Паленке (Мексика). Среди известных российских мест силы упоминаются город Аркаим в Челябинской области, каменные дольмены на Кавказе, Шайтан-озеро в Омской области, Плато Укок, Катунский хребет и г. Белуха на Алтае, Менгиры в Хакассии, каменные столбы на Урале, о. Кижи в Карелии.

В Крыму отдельные проявления эзотерического туризма имели место еще в советский период, хотя и не поощрялись официальной туристской практикой, как чуждые общепринятой атеистической идеологии.

В настоящее время данное направление специализированного (нишевого) туризма находится в стадии становления: формируются устойчивые дестинации, появляются профильные организации (например, Центр эзотерического туризма, Эзотерический спортивно-оздоровительный клуб «Неизведанный мир»), расширяется контентная реклама. Целевая аудитория крымского эзотерического туризма охватывает представителей первой, второй и третьей возрастной групп и позиционируется как сообщество единомышленников, заинтересованных в личностном росте, самопознании, оздоровлении и духовном развитии. Немаловажным фактором является слабое влияние сезонных факторов на проведение программ эзотерического туризма, что может заинтересовать как организаторов туризма, так и известных мастеров-тренеров.

Ресурсами эзотерического туризма в Крыму выступают многочисленные объекты природного и культурного наследия, выделяющиеся из окружающего их природного или культурного ландшафта своей необычностью или исключительной эстетической привлекательностью, и оцениваемые экспертами как носители исторического знания, духовности и высококонцентрированной энергии. Подобные объекты располагаются во многих районах полуострова, но, по мнению идеологов эзотерического туризма в Крыму, большинство мест силы сосредоточены под Севастополем, в Бахчисарайском районе и на Южном берегу Крыма [1]. Наиболее аттрактивными объектами в контексте организации эзотерических туров являются: г. Аю-Даг, Мыс Меганом, Храм Солнца (г. Ильяс-Кая), остатки Храма Христа Спасителя (массив Бойка), урочище Кизил-Коба, г. Чатырдаг, в т.ч. пещеры и тисовое ущелье, Долина Привидений (Демерджи), Скельские менгиры, караимское кладбище Балта-Тиймез, каменные грибы в долине Сотеры, пещерные комплексы Качи-Кальон, Мангуп, Бакла, Белая Скала и урочище Биюк-Карасу (Белогорский район), Алимова балка и др.

Предлагаемые всем заинтересованным эзотерические туры по Крыму строятся на использовании национальной идеи (например, славянской), ритуалов различных религий и духовных практик (наиболее популярна йога, однако встречаются и экзотические направления, например, движение «солнцеедов») и элементов коллективной анимации (в т.ч. мистерий, включающих театрализованное приготовление и распитие напитков, пение, танцы, игры и пр.) [3].

К числу актуальных проблем теории и практики эзотерического туризма в Крыму можно отнести следующие:

— отсутствие обоснованных методик выделения и оценки объектов эзотерического туризма. В частности, большинство критериев отнесения природных объектам к местам силы субъективны, и, в связи с этим, выбор дестинаций может строиться на использовании универсальных подходов, имеющих место в экскурсионном туризме – признании общекультурной ценности объекта, его роли в мифотворчестве региона или страны и

оценке масштабов интереса к нему со стороны различных конфессий и философско-этических учений;

— незаинтересованность туроперейтинга в организации программ эзотерического туризма. Основной причиной является отсутствие массовой потребительской аудитории, необходимость индивидуализации обслуживания, а также некомпетентность некоторых организаторов туризма в социокультурной и психологической специфике данного направления;

— в условиях преобладания консервативных религиозных взглядов в обществе в отношении ряда эзотерических направлений может проявляться нетерпимость и категоричность оценок. Угроза потенциальных межконфессиональных конфликтов затрудняет планирование различных мероприятий, в т.ч. связанных с организацией эзотерических туров и зрелищных событийных акций;

— низкий уровень общего и краеведческого образования у ряда крымских экскурсоводов порождает массовое злоупотребление псевдо эзотерической информацией при проведении экскурсий (т.н. «крымский экскурсионный эзотеризм» [4]), что не только негативно влияет на общую оценку качества экскурсионных услуг в Крыму, но и тормозит развитие эзотерического туризма как нового интересного направления и средства диверсификации регионального турпродукта.

Выводы. Эзотерический туризм в Крыму следует оценивать как перспективное направление, удовлетворяющее потребности определенных социально-культурных групп населения. Для оптимизации его содержательных программ и территориальной структуры необходимо налаживание маркетинговых исследований, проведение комплексной оценки ресурсного потенциала, разработка новых эзотерических маршрутов и их продвижение в бизнес-среде, в профильных ассоциациях и в средствах массовой информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. https://nashaplaneta.net/articles/exoterics.html.
2. http://www.natali-trevel.ru/esoteric-tour/.
3. https://crimeatour.info/crimea-slavic.
4. http://valentin-nuzhdenko.ru/krymskie-dostoprimechatelnosti/69-krym-rasskazy-dostoprimechatelnostyi-pokhodi/855-krymskij-ezotericheskij-turizm.html.

СЕКЦИЯ 7.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

УДК 338.48

ПОНЯТИЕ МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ И ЕГО СУЩЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

THE CONCEPT OF YOUTH TOURISM AND ITS SIGNIFICANT FEATURES

Бурмака А.С., студент, 1-МАГ МТ
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

A.S. Burmaka, student, 1-Mag MT
V.I. Vernadsky Crimea Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Дана сравнительная характеристика определений молодежного туризма, как перспективного направления туристской деятельности. Выделены основные особенности молодежного туризма.

Annotation

Comparative characteristics of the definitions of youth tourism as a perspective direction of tourism activity are given. The main features of youth tourism are singled out.

Ключевые слова. Туризм, молодежный туризм, молодежь.

Keywords. Tourism, youth tourism, youth.

Введение. На сегодняшний день изучение и развитие молодежного туризма является весьма актуальным. В первую очередь это подтверждается тем, что молодое поколение всегда стремится к познанию нового и уникального. Путешествуя, они ставят перед собой одну из целей – познать жизнь за пределами обычной среды пребывания. Во-вторых, молодежь относиться к той группе людей, которая является наиболее мобильной. Это характеризуется тем, что на данном этапе жизни они чаще всего ни от чего не зависят. В-третьих, государство рассматривает выделяемую группу как часть общественной системы в будущем. Поэтому разрабатывает и вовлекает молодежь в программы различных направлений.

Целью исследования послужило изучение понятийного аппарата молодежного туризма с последующим анализом отдельных литературных источников и выделением альтернативного, а так же комплексного определения молодежного туризма и особенностей организации деятельности.

В работе использованы общенаучные и специальные **методы** исследований, среди которых литературно-аналитический и сравнительный.

Результаты исследования. Анализ работ в сфере молодежного туризма позволил выделить ряд его характерных черт.

Молодежный туризм является неотъемлемой частью познавательного процесса, а именно образовательного туризма. Так как это деятельность, связана в основном с получением новой информации, а именно ознакомлением с культурой отдельных народов и их проявлениями, а так же составлением конкретного представления о достижениях в науке, искусстве и технике. В этом случае молодежи может быть предложено участие в образовательных программах, которые будут отвечать как их профессиональным, так и личным интересам. Результатом участия в программах, молодежных поездках, форумах будет являться то, что молодежь сможет выбирать правильный путь в жизни и сформировать собственные жизненные позиции.

1) Анализируя данный вид деятельности, необходимо обратить внимание на то, что четкое определение молодежного туризма не выделяется в законодательной базе Российской Федерации. Изучая труды различных авторов (табл. 1.1), можно проследить определенную закономерность.

Таблица. 1.1

Авторы, выделяющие понятие молодежного туризма

(составлено автором по данным [5]; [2]; [3]; [1]; [4])

Автор	Определение
Коновалова Е.	«…К категории молодёжи мы относим наиболее активную часть населения нашей страны в возрасте от 18 до 30 лет. Молодые люди - это, как правило, студенты и не обременённые семьей люди, готовые на активные перемещения во время отпуска…». [1]
Юдина Т.	«…высокая туристская активность объясняется также стремлением молодых людей к общению и познанию…». [5]
Киселева Н.	«…студенты также путешествуют как ради культурно-познавательного, так и пляжного и активного видов отдыха…». [2]
Сафин Ф.	«…он по определению и историческому своему смыслу ориентирован на познание иной культуры и пропаганде миролюбия». [4]
Насибова И.	«…формирование патриотических установок в молодежной среде посредством приобщения к природному культурному и достоянию своей страны». [3]
Юдина Т.	«…активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность…». [5]

Большинство из них характеризуют молодежный туризм по следующим критериям:

2) Возраст – в данном контексте можно отметить, что в рассматриваемом виде туризма принимает участие активная часть населения в возрасте от 18 до 30 лет.
3) цели путешествий – необходимо учитывать стремление молодых людей к общению и познанию культуры, путешествия с культурно-познавательными, образовательными и иными целями;
4) социальные качества молодежи – следует понимать, что это активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность.

Необходимо отметить, что в рассмотренных работах образовательный аспект отсутствует. Акцентируется внимание больше на разнообразных видах туризма, а так же на путешествиях с целью познания различной культуры.

Учитывая данную особенность, м**олодежный туризм** следует понимать как деятельность, предполагающую передвижение молодежи в пределах национальных границ либо за рубежом в возрасте от 18 до 30 лет в индивидуальной или групповой форме с целью общения, исследования иной культуры, образования и спорта.

Основными особенностями молодежного туризма как направления образовательного туризма являются следующие:

1) Молодежь имеет больше свободного времени на отдых и путешествия, чем другие возрастные группы (продолжительные каникулы).
2) Молодежи, а именно студентам очной формы обучения образовательных учреждений часто предоставляются определенные льготы для совершения путешествий (сниженные тарифы на транспортные услуги, на проживание в специальных молодежных общежитиях (хостелях), на посещение музеев, аттракционов и тематических парков).
3) Молодые люди могут совершать путешествия как индивидуально, так и группами (3-5 человек в сопровождении старшего преподавателя или работника образовательного учреждения, которые несут полную ответственность на протяжении всей поездки).

Выводы. Таким образом, молодежный туризм на сегодняшний день активно развивающееся направление. Развитие подобной деятельности дает возможность, в первую очередь, молодежи больше путешествовать и познавать окружающий их мир, во-вторых, будет положительно влиять на расширение их уровня компетенции, а так же профессиональный рост, из-за того, что образовательная звено является неотъемлемым и, в-третьих, будет наблюдаться значительное увеличение финансовой составляющей страны. Но, для того, чтобы достичь таких результатов, необходимо приложить максимум усилий и учитывать различные компоненты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кайкова А.И. Развитие молодежного туризма // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4-3. – С. 379-380

2. Киселева Н., Шилова С. Молодежный туризм: особенности перемещения и размещения // Дискурс-Пи. 2010. №1-2. С.167-168.

3. Насибова Инна Натиговна Особенности развития молодежного туризма в России и его влияние на формирование патриотических ценностей молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11-1. С.58-63.

4. Сафин Ф. М., Гарифуллина Р. С. Туристские ресурсы в воспитании культуры толерантности студенческой молодежи // Вестник КазГУКИ. 2015. №1/ С.87-91.

5. Юдина Татьяна Александровна, Баланян Манушак Назаретовна Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края // Теория и практика общественного развития. 2015. №5/ С.18-22.

УДК 379.83(470+571):001.1

АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ

ACTIVE TOURISM IN THE RUSSIAN FEDERATION: APPROACHES TO THE CONCEPT

Влиляев С.Л., студент, 1-Маг МТ
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь

S.L. Vlilyaev,
student, 1-Mag MT
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены основные подходы к определению понятия активного туризма в Российской Федерации. Проведен анализ понятийного аппарата, выделены специфические особенности активного туризма.

Annotation

The article considers the main approaches to the definition of active tourism in the Russian Federation. The analysis of the conceptual apparatus is carried out, specific features of active tourism are highlighted.

Ключевые слова: туризм, активный туризм, активный способ передвижения.

Keywords: tourism, active tourism, active mode of movement.

Введение. В современном мире активный туризм развивается очень интенсивно. Процессы глобализации и урбанизации диктуют новые тенденции развития туристической отрасли. Усиливается потребность в организации отдыха с максимально положительным эффектом для здоровья человека, направленным на возобновления его духовного и психофизиологического состояния. Во многих странах, в частности РФ, активный туризм является одним из приоритетов развития туризма в стране.

Цель исследования. Рассмотреть основные подходы к определению активного туризма в Российской Федерации, выявить сущностные характеристики данного вида туризма.

Результаты исследования. В официальных источниках определение активного туризма отсутствует, поэтому сравним различные точки зрения на данное понятие. Однако все они сходятся в том, что «активный туризм предусматривает виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта (пешие походы, лазание по скалам, спортивные игры, плавание на плотах по бурным рекам, подводный туризм, сафари и др.), требующие значительного физического напряжения и доступные далеко не всем категориям туристов» [5].

Термин «индустрия активного отдыха» также не имеет четко определенной характеристики в научной литературе, при этом он широко применяется в различных сферах деятельности человека. Можно охарактеризовать индустрию активного отдыха как комплекс различных видов коммерческой, социальной, общественной, индивидуальной, просветительской и рекламной деятельности, направленной на улучшение качества жизни населения путем государственного регулирования, развития инфраструктуры, популяризацию здорового образа жизни, производства товаров и предоставления услуг в сфере активного отдыха.

Наиболее распространенные определения понятия «активный туризм» представлены в таблице в (табл 1).

Таблица 1

Подходы к понятию активного туризма в Российской Федерации

(составлено автором по данным[1],[2],[3],[4])

Авторы	Определения
Ю.М. Шаруненко	«Активный туризм – осуществляет деятельность с целью развития физических сил, в том числе и со спортивной целью, а так же рекреационную деятельность с использованием активных способов передвижения»
С.Э. Мышлявцева	“Активный туризм - форма путешествий по маршрутам невысоких (до третьей) категорий сложности, преимущественно в слабоизмененной природной среде с использованием активных способов передвижения”
В. И. Криворучко	«Активный туризм - вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях»

Н. Г. Можаева	«Активный туризм - прибытие в страну иностранных туристов или отечественных путешественников в определенный регион страны является активным туризмом. Активный туризм служит фактором ввоза иностранного капитала в отдельный регион или страну. Пассивным туризмом, с этой точки зрения, являются путешествия граждан различных стран в другие государства и поездки туристов в иные регионы»

Таким образом, более ёмкие, информативно взаимодополняемые понятия представлены у С.Э Мышлявцевой и Ю.М Шаруненко. В них раскрываются цели путешествия, условия, и специфические особенности среды для осуществления различных видов активного туризма.

Понятие В. И. Криворучко содержит в себе: общее описание путешествия без выделения характерных особенностей, и в отличии от понятия Э. Мышлявцевой, позиционирует активный туризм как вид, а не форму путешествия.

Наименее содержательным и не раскрывающим сути, а также характерных особенностей активного туризма, является определение Н. Г. Можаевой. Автор разделяет внутренний и въездной активный туризм, и анализирует экономический эффект относительно территории его проведения.

Выводы. Таким образом, на основе анализа понятийного аппарата, можно сформулировать обобщенное понятие активного туризма. Активный туризм - форма путешествий по маршрутам невысоких (до третьей) категорий сложности, преимущественно в слабоизмененной природной среде, требующая определенной физической подготовки, связанная с активными способами передвижения по маршруту (пешком, на лыжах, на велосипеде, на конях и.т.д.), в спортивных и рекреационных целях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ЛитРес [Электронный ресурс]: 2018 – Режим доступа: https://www.litres.ru/u-m-sharunenko/rekreacionnyy-turizm/chitat-onlayn/

2. Мышлявцева, С. Э. Активный туризм в регионах Урала (маршрутный принцип территориальной организации) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. геогр. наук : спец. 25.00.24 «Экономическая, социальная и политическая география». – Пермь, 2007. – 19 с.

3. Криворучко, В. И. Справочник по курортной медицине и спортивно-оздоровительному туризму в Российской Федерации / В. И. Криворучко, В. В. Нелюбин; [под общ. ред. Б. В. Иванюженкова]. – М. : Совет.Спорт, 2013.–207 с.

4. Можаева, Н. Г. Организация туристской индустрии и географии туризма : учеб. для студентов сред. учеб. заведений, обучающихся по специальности 100401 «Туризм» / Н. Г. Можаева, Г. В. Рыбачек. – М. : Форум, 2014. – 335 с.

5. CyberLeninka [Электронный ресурс]: 2018 – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-aktivnogo-turizma.pdf

УДК 37.013

РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ, ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ

RELIGIOUS TOURISM IN CRIMEA, PROSPECTS FOR ITS FURTHER DEVELOPMENT

Глушкова В. О.., студент,
«Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь

V. O. Glushkova, student,
Crimean University of Culture,
Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Проанализирована история становления религии, современное состояние религиозного туризма, внесены предложения развития религиозного туризма и его перспективы в будущем для Республики Крым. Православие, караимизм, как основа для создания религиозных туров.

Annotation

The history of the formation of religion, the current state of religious tourism, the proposals for the development of religious tourism and its prospects in the future for the Republic of Crimea are analyzed. Orthodoxy, Karaism, as the basis for the creation of religious tours.

Ключевые слова. Религия, религиозный туризм, достопримечательности, вера, религиозные туры.

Keywords. Religion, religious tourism, sightseeing, faith, religious tours, religious tours.

Введение. Религиозный туризм является одним из наидревнейших видов туризма, возникший на заре эры человечества. Поклонение своим божествам вынуждали верующих отправляться в дальний путь, не взирая ни на какие опасности, трудности, и, даже лишения, поджидавшие их в дороге. Совершая путешествия для поклонения своим святыням, человек и не предполагал, что он является туристом в современном значении этого термина.

Прошли века, тысячелетия, но данный вид туризма по-прежнему востребован. Уникальность данного события заставляет по-другому взглянуть на саму религию, попытаться понять, что двигало наших пращуров и двигает нынешних современников, когда они отправляются в дорогу к святым местам.

С чего начинался религиозный туризм, кто были его первыми туристами, какие цели путешественники преследовали?

Цель исследования. Религиозный туризм является очень перспективным, но, к сожалению, недооцененным видом туризма, и требует большего внимания со стороны организаторов туристской деятельности. Сравнивая востребованности и приоритетность видов туризма, приходится констатировать, что по популярности религиозные туры в России не занимает лидирующих позиций. Это связанно с тем, что он не достаточно хорошо растиражирован туристскими операторами в силу своей невысокой потребительской цены, так как паломники не нуждаются в роскошных отелях и ресторанах, им не нужны развлечения, ибо главная задача религиозного туризма – увидеть место, которое освящено свыше и поклониться ему.

Однако, кроме чистого паломничества, в религиозном туризме есть другая составляющая – культурная. Каждая религия зиждется на глубоких мировоззренческих корнях, которые являются основой культурного наследия государств в разные исторические эпохи.

В Крыму исторически сложилось так, что на его пространствах сосуществуют разные религиозные течения, которые не только оставили следы своего существования в исторических памятниках (таких, как, например, Херсонес), но и продолжают мирно сосуществовать и сейчас, подпитывая культурный слой полуострова. Всё это убеждает нас в том, что следует изыскать такие формы работы, чтобы данный вид туризма приносил реальную прибыль и был востребован туристами. Развитие религиозного туризма за рубежом приносит огромные доходы. Например, доход некоторых иностранных компаний, занимающихся организацией религиозного туризма в Саудовской Аравии, составляет 2 млрд. долларов в год. Согласно статистическим данным, в 2016-2017 г.г. число посетивших культово- культурные объекты увеличилось в несколько раз, что подтверждает заинтересованность туристов в его развитии, в том, что он по-прежнему актуален и его следует развивать.

Результаты исследования. Статистические исследования, регулярные опросы населения, воспользовавшегося предложениями религиозного туризма, однозначно подтверждают его огромную значимость. Нами были проанализированы причины, по которым клиенты выбирали именно религиозные туры, мотивы поездок, отслежены места наиболее частых посещений, стран и городов, памятники, которые они отмечали в программе осмотров. Особое внимание было направлено на изучение организационных моментов поездок. Был проведен анализ, предлагаемых российскими турагентствами и туроператорами религиозных туров, изучены их программы, условия проживания, длительность поездки и т.д. Из 20 предложенных религиозных туров большинство из них касалось поездок в Узбекистан, Армению, Индию, Таиланд. Крым не входит в перечень их профессионального интереса.

Понятно, что сложившаяся политическая и экономическая ситуация сказывается на туристском потоке в Крым, но культурное наследие полу-

острова таково, что заслуживает особого внимания российских туроператоров и турагентов. Крым должен по праву оказаться на лидирующих позициях не только для внутреннего, но и для внешнего туризма. Множество монастырей, действующих храмов, пещерных и подземных церквей должны стать объектами посещения религиозных туров, ведь эта земля испокон веков была местом пересечения мировых религий. Чего стоит только экскурсия по Херсонесу: древний государство-город, в котором сохранились остатки сооружений, красивый собор, живописные пейзажи, свежий воздух, море, горы! И всё это является уникальным местом, религиозным и культурным памятником. Феодосия, Керчь, Евпатория. Как мало внимания привлекают специалисты туристской отрасли к этим древнейшим городам, в которых строились храмы ещё для олимпийских богов!

Мы проанализировали посещаемость Крыма в рамках религиозного туризма и пришли к выводу, что туроператоры могут предложить прекрасный туристский продукт для людей, интересующихся культурой, историей и теологией, который будет не только востребованным, но и принесёт большую экономическую выгоду. На сегодняшний день в Крыму зарегистрировано 1409 религиозных общин, среди которых православных – 602 общины, что составляет 42,7%, общин мусульман - 410 (29,1%), протестантов – 283 общины (20,1%), католиков – 22 (1,6%), иудеев – 13 (0,9%), других – 79 (5,6%).

Такое религиозное разнообразие на полуострове подтверждает большую перспективу для развития религиозного туризма. Следует сделать акцент на религиозные особенности народов, которые не только малочисленны, но и проживают в основном на территории Республики Крым. Их уникальность сможет заинтересовать не только специалистов, но и простых туристов, для которых познавательный, культурный и этнографический туризм представляет большой интерес. В первую очередь речь пойдет о крымских караимах. Это один из самых малочисленных тюркских народов, во всем мире их насчитывается всего около 2000 человек. В Крыму же проживает около 535 крымских караимов. Особенность этого народа состоит в том, что они бережно относятся к своей культуре и религиозным обрядам. То что караимов называют загадочным народом, может стать прекрасным мотивом для создания особого культово- культурного познавательного тура. Мы заинтересовались тематикой караимизма и пришли к выводу, что он очень перспективен для религиозного туризма, так как здесь удивительным образом переплелись тюрские корни и иудаистские вероучения. Ученые сходятся во мнении, что народ караимов сформировался в Крыму в 8-12 вв. н.э. А сам караимизм, как религиозная доктрина, возник в 8 веке, но корни его уходят в далекое прошлое. Караимы не считают Талмуд, Новый Завет и Коран священными книгами, полагая, что Ветхий Завет не нуждается в дополнениях и толкованиях. Отсюда и богослужение, которое ведется на библейском (древнееврейском) языке. Караимы не доверяют переводам: чтобы правильно понимать тексты Писания, они изучают древнееврейский язык. Молитвы у караимов состоят в основном из псалмов. Думается, что туры будут наиболее интересны по субботам и в праздники,

когда читаются духовные песнопения (земер), сочиненные караимскими поэтами в разные времена.

Караимизма придерживаются не только крымские караимы, но и представители других народов – славяне, арабы, персы, греки, сирийцы.

Очень близок к караимам ещё более малочисленный народ - крымчаки. Крымчаки – древний крымский народ, происхождение которого также уходит корнями в далекую историю полуострова. На сегодняшний день в Крыму проживают около 228 крымчаков. Очевидно, в его формировании значительную роль сыграли евреи, а также хазары и другие тюркские народы. Как и евреи, крымчаки почитали и Ветхий завет, и Талмуд, соблюдая все присущие иудаизму религиозные обряды.

Выводы. Религиозный туризм является востребованным видом туризма и имеет перспективы для дальнейшего развития. У него, как и других видов туризма, есть свои особенности и разновидности. Есть своя целевая аудитория, которая уже регулярно пользуется предложениями туристских компаний, организующих религиозные поездки, есть потенциальные клиенты, которые готовы к новым впечатлениям. Много желающих узнать тонкости той или иной религии, прикоснуться к знаниям о паломнической и монашеской жизни, культуре иных конфессий. Интерес людей к религиозной тематике возрос и в связи с тем, что религиозные течения стали более открытыми для желающих познакомиться с их вероучениями, а также потребностью людей в духовном спасении, так как интенсивность жизни слишком много сил забирает на заботу о материальном. Св. Евангелие от Иоанна, глава 1 гласит: «Вначале было слово. И слово было у Бога и Слово было Бог. Оно было в начале у Бога. Все чрез Него начало быть, и без Него ничего не начало быть, что начало быть».

Религиозный туризм несет на себе функцию духовности, познания, он обогащает духовными ценностями людей, знакомит с культурой разных народов, дает представление о людях других этнических групп и их философии. Религиозный туризм также пополняет исторические знания. Ведь невозможно понять ни одно религиозное течение, не зная, как оно зародилась, трансформировалось в сознании людей на протяжении всей многовековой истории.

В этом и заключается особенность религиозного туризма от других направлений туристской деятельности и видов туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Христов Т.Т. Религиозный туризм. Учеб. пособие 2-е изд., испр., стр.25, 2005 2. Религия мира. Энциклопедия. Т 6, М., стр. 518, 1996

3. Православный паломник. № - 2,3. 2002

4. Святая земля / Под общ. Ред. М.В. Бибикова. – М., 2000

5. Мир паломничества. Тардже Дж. – Турин, 1997

6. https://rodoswet.ru/v-nachale-bylo-slovo-zadumyvalis-li-vy-nad-smyslom-slov-v-nashej-zhizni/

7. http://ilibrary.ru/text/976/p.1/index.html

УДК 338.48

ОБЪЕКТЫ РЕЛИГИОЗНО-ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

OBJECTS OF PILGRIMAGE AND RELIGIOUS TOURISM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Давлетшина Р.А., магистрант
Галимов Ш.Ш. к.э.н. доцент
ФГАОУ ВО КФУ., Казань,
Институт международных отношений

Davletshina R.A. magistr
Galimov Sh.Sh. Candidate of Ekonomiks Sciences, Associate Professor
KFU, Kazan. Institute of international relations

Аннотация

Религиозно-паломнический туризм – один из составляющих сегодняшний индустрии туризма. Храмы, мечети, культовые музеи и духовные центры - туристские объекты, которые пользуются растущим спросом. Объекты религиозно-паломнического туризма – это один из видов данного направления. Сюда относятся посещение культовых религиозных мест и природные религиозные объекты, как горы, озера, родники. К объектам также можно приписать алтари, капища, священные места, объединенные в группу малых культовых сооружений. Статья посвящена изучению значения объектов религиозно-паломнического назначения для развития регионального туризма.

Annotation

Religious-Pilgrim tourism is one of the components of today's tourism industry. Temples, mosques, museums and worship spiritual centers-tourist resorts that enjoy rising demand. Objects of religious pilgrimage tourism is one of the species in this area. This includes visits to religious places of worship and natural religious objects like mountains, lakes and springs. Objects can also be attributed to the altars, temples, sacred places, grouped into small group worship. The article is devoted to the study of the values of the objects of religious pilgrimage destination for regional tourism development.

Ключевые слова: Религиозно-паломнический, туризм, Республика Татарстан, религия, ислам, православие.

Keywords: religious pilgrimage and tourism, Republic of Tatarstan, religion, Islam, orthodoxy

.Введение. Эксперты Всемирной туристской организации выделяют религиозно-паломнический туризм как один из самых перспективных видов туристских путешествий XXI века. Мировой рынок религиозного туризма оценивается в 18 млрд. долларов в год (2% от всех поступлений в туризме).

Ежегодное количество туристов и паломников составляет 300-330 миллионов человек.

Цель исследования. Изучение значения объектов религиозно-паломнического назначения для развития регионального туризма.

Результаты исследования. В Российской Федерации доля религиозного туризма составляет около 70%. По словам руководителя Федерального агентства по туризму Олега Сафонова, внутренний туризм нужно развивать за счет увеличения числа путешествий к монастырям и храмам России [1].

Республика Татарстан один из лидеров по формированию туристической сферы в России. С 2016 года в Республике начал работу туристский бренд «Visit Tatarstan» [3], был открыт сайт, который предлагает туристам различные маршруты, а так рассказывает об инфраструктуре города. Здесь представлены все виды туризмы и наиболее популярные туристические объекты, с профессиональными фотографиями, описаниями истории и объяснения маршрута. Также были разработаны туристические бренды «Великий Болгар» и «остров-град Свияжск». Сегодня это один из эффективных методов продвижения Республики на туристическом рынке.

Одним из значимых точек в развитии туризма в Республике стало создание маршрута «Великий Волжский путь» [4], включающий 22 туристских маршрута, имеющих территориальную, культурную и историческую общность. Одной из точек посещения стала Республика Татарстан.

Наиболее традиционными для Татарстана религиозными конфессиями являются ислам и православие. Они оказывают наибольшее влияние на общественно-политическую обстановку в республике. За многие годы сосуществования между ними сложились нормальные, доверительные отношения. Ислам в Татарстане имеет более чем тысячелетнюю историю. На основании дошедших до нас документов установлено время официального принятия предками казанских татар – волжскими булгарами ислама – 922 год. Ислам в Татарстане – суннитский, ханафитского масхаба, одной из черт которого является терпимость и взаимоуживаемость с другими религиями.

Рассмотрим подробнее туристические объекты Республики Татарстан.

Казань, находящаяся на перекрестке Востока и Запада территория республики на протяжении долгих лет была средоточием святынь разных религий, и до сих пор выполняет данную функцию, поэтому можно отметить довольно большое количество паломнических объектов в столице. Изюминка и сердце города Казани – Казанский Кремль. Здесь можно насладиться красивыми видами, и изучать историю в окружении белокаменных храмов, музеев и мечетей. В 2000 году этот архитектурный и исторический памятник был включен в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО.

На территории Кремля расположились мечеть Кул Шариф, Благовещенский собор, знаменитая башня Сююмбике. Эта башня – одно из немногих «падающих» строений в мире. Кул Шариф наряду с Благовещенским

православным собором является символом воссоединения двух религий. Внутреннее пространство мечети рассчитано на 1,5 тысячи человек. Комплекс мечети – центр притяжения паломников со всего мира, одна из главных мусульманских мечетей в Татарстане. Кроме мечети, комплекс охватывает музеи исламской культуры Поволжья и древней рукописи, библиотеку, издательский центр и управление имама.

Кафедральный Благовещенский собор – крупнейшее из сооружений Казанского Кремля. Также это древнейший из сохранившихся в Казани памятников православной истории и культуры. Долгое время собор являлся центром духовной и культурной жизни Приволжья и, одновременно, некрополем для многих казанских архиепископов.

Чудотворная Казанская икона Божией Матери – одна из самых почитаемых православными. Сейчас чудотворный список Казанской иконы Божией Матери находится в Крестовоздвиженской церкви Казанского Богородицкого мужского монастыря. В храме ежедневно проходят богослужения, и все верующие могут поклониться Святыне.

Великий Болгар разместился в 140 километрах от Казани. Религиозная святыня и историческая родина поволжских татар, известная в мусульманском мире как «Северная Мекка», расположена в трех часах езды от Казани. Волжские булгары были первыми, кто принял ислам в Восточной Европе. Произошло это в Болгарах 1090 лет назад. Именно здесь находится одна из туристических жемчужин Республики Татарстан, Болгарский государственный историко-архитектурный музей-заповедник, который в 2014 году был внесен в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Белая мечеть – молодой памятник архитектуры, но уже сегодня мечеть стала неотъемлемой частью культуры Великого Болгара. Белая мечеть была построена в 2012 году недалеко от въезда в город. В 2012 году на территории музея-заповедника был открыт «Памятный знак в честь принятия ислама волжскими булгарами в 922 году»; он представляет собой здание, выполненное в стиле строений Древнего Болгара. В основном зале находится священная книга — Коран. Это самый большой в мире печатный Коран, занесенный в Книгу рекордов Гиннесса. Его вес достигает 800 кг.

Ежегодно в Великом Болгаре проходят торжества, связанные с принятием ислама Волжской Булгарией, во время которых здесь собираются тысячи паломников-мусульман из России и зарубежья. Кроме того, ежегодно для гостей проходит новых увлекательных и интересных прогулок, праздников, развлечений, среди которых Ночь в музее и настоящие реконструкции средневековых боев. В 2013 году на собрание мусульман приехали почти 60 тысяч человек. Праздничный намаз многие совершали прямо посреди поля.

Раифский монастырь был основан в XVII в. отшельником Филаретом на прибрежье Раифского озера. На его долю, как и остальных храмовых комплексов России, выпали разрушительные времена, однако ему одному из не-

многих удалось сберечь до наших дней практически все собственные сооружения и ценности в целости. Тут располагаются три храма: Собор в честь иконы Грузинской Божией Матери (в котором и сохранена главная драгоценность монастыря), Собор, освящённый в честь преподобных отцов в Раифе и Синае, и Троицкий собор. Софийская церковь, построенная в конце XVIII века – самая маленькая церковью в Европе. Она служит лишь для монахов, которые молятся в ней один раз в год – в день святых матери Софии и её дочерей Веры, Надежды и Любови.

Елабуга также привлекает паломников. Елабужский Казанско-Богородицкий монастырь - действующий женский монастырь Казанской епархии Русской православной церкви. Располагается на территории старого города. На территории монастыря работает два храма: меньший по размеру – великомученицы Вандалы (1887 год) и больший – храм в честь Казанской иконы Божией Мамы, возведенный на месте разрушенного. Имеется также загородное подворье в селе Анзирка с работающим храмом Казанской иконы Божией Матери (1858 год). В монастыре не прекращаются реставрационно-восстановительные работы, идущие медленно из-за нехватки средств.

Следующий более интересный для туристов паломнический центр Елабуги – Мечеть «Джамиг». Она была построена в 1992 году на высочайшей точке города. Она считается стандартом нынешней культовой мусульманской постройки, за основу были взяты национальные черты и архитектурные обычаи Республики.

Выводы. В Татарстане прекрасные церкви и мечети, естественно, не считая перечисленных, Республика владеет большой численностью святынь, которые, непременно, заинтересуют не только паломников, но и обычных туристов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Галимова Л.И. Паломнический туризм в России: история и современность/ Галимова Л.И., Улыбина Н.А.// Материалы III научно-практической очно-заочной конференции для школьников, учителей и студентов Молодежь, туризм, образование. Научный редактор А.В. Гумеров. 2017. С. 81-86.

2. Биктимиров Н.М. Галимов А.М., Галимов Ш.Ш. Проблемы развития религиозного туризма. SGEM 2016 BOOK_2_VOL 5 503-509 https://repository.kpfu.ru/?p_id=145697

3. Официальный сайт Visit Tatrstan [электронный ресурс]. URL: http://visit-tatarstan.com/ (Дата обращения: 23.03.2018).

4. Официальный сайт туристического маршрута «Великий Волжский путь» [электронный ресурс]. URL: http://great-volga-way.tripaggregator.com/ (Дата обращения 23.03.2016).

УДК 338.48

ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ ВЫХОДНОГО ДНЯ (ПРЕДВОЛЖЬЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

TOURIST ROUTE OF THE WEEKEND (PREVENTION OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

Данилевич В.В., аспирант,
Рожко М.В. ст. преподаватель,
Баутиста Эспиноза Хьюго, ассистент,
ФГАОУВО К(П)ФУг. Казань

Danilevich VV, post-graduate student,
Rozhko M.V. art.teacher,
Huga Bautista, assistant,
Federal STATE of K(P)FU Kazan

Аннотация

В работе предлагается туристский маршрут для индивидуального и семейного отдыха по малым историческим городам Предволжья Республики Татарстан. Дается краткое описание основных историко-культурных и природных достопримечательностей маршрута.

Annotation

The work suggests a tourist route for individual and family rest in small historical cities of the Volga region of the Republic of Tatarstan. A short description of the main historical, cultural and natural attractions of the route is given.

Ключевые слова: туризм, семейный туризм, кластер, туристско-рекреационный потенциал, туристский маршрут.

.

Key words: tourism, family tourism, cluster, tourist and recreational potential, tourist route.

Введение. В последнее время среди жителей Республики Татарстан, в целом, и города Казань, в частности, большое распространение получили маршруты выходного дня[4,5]. Один из таких маршрутов был предложен по территории одного из природных районов Республики Татарстан - Предволжье. Вид отдыха: семейный, индивидуальный.Передвижение: легковой автотранспорт. Продолжительность: 2 дня-1 ночь. Общая протяженность маршрута: 518 км. Маршрут: Казань → Юрьевская пещера → Гора Лобач→ Тетюши → Долгая поляна →Ошель→ Буинск (ночлег в гостинице) → Свияжск → Казань (рис.1).

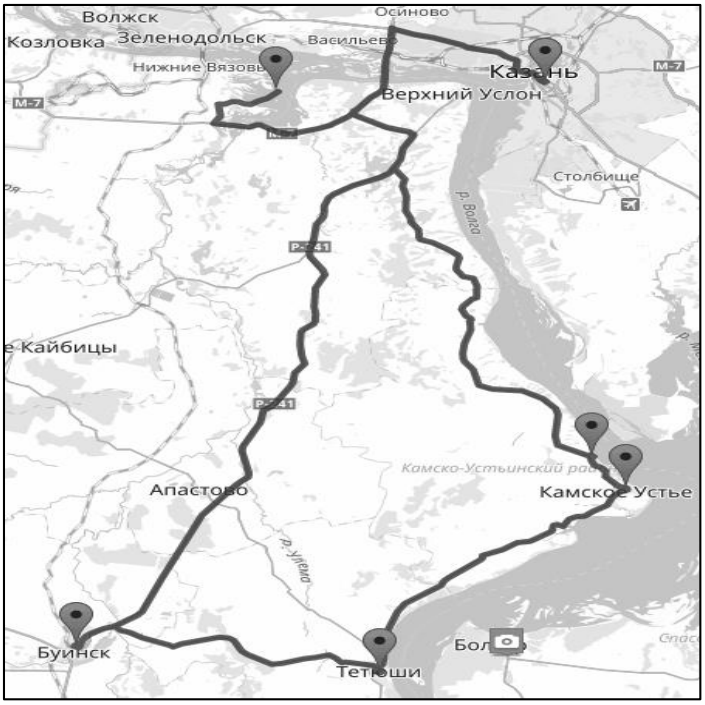

Рис. 1. Маршрут выходного дня по Предволжью Республики Татарстан.

Туристский маршрут предполагает посещение ряда малых исторических городов республики и знакомство с наиболее значимыми и посещаемыми туристами исторических, культурных и природных памятников[6].

Цель исследования.Разработать автомобильный туристический маршрут для семейного и индивидуального отдыха по малым историческим городам Предволжья Республики Татарстан.

1. Юрьевская пещера. Одна из известнейших пещер в республике Татарстан. Расположена в Камско-Устьинском районе к юго-востоку от населенного пункта Тенишево, в Богородских горах. С 1986 г. объявлена памятником природы регионального значения[1].Юрьевская пещера самая протяженная естественная пещера Среднего Поволжья (вторая по длине в Поволжье). Длина пещеры по данным на февраль 2011 г составляет 1005 м, площадь 3500 м², объем более 13000 м^3. Этоединственная в Татарстане, доступная для посещения туристами. В окрестностях пещеры на обрывистом берегу Волги находятся недействующие гипсовые выработки, также доступные для посещения туристам.

2. Гора Лобач. Лобач – ландшафтный заказник (с 1991 г.) в Камско-Устьинском районе Татарстана, на правом берегу р. Волга, напротив места слияния с р. Кама.Площадь заказника 241 га.Гора сочетает в себе ландшафтные, исторические и геологические памятники. На крутых обрывах к Волге обнажаются верхнепермские коренные породы, среди которых можно видеть доломиты и известняки, загипсованные доломиты, аргиллиты и мергели. В 1937 г. в овраге у горы Лобач обнаружены 2 полных скелета

мамонтов. Здесь известно 13 археологических памятников: стоянки древних людей эпохи палеолита и 1 тыс. нашей эры.

3. Тетюши. Располагается на высоком крутом берегу Волги. Это один из старейших городов Татарстана[2]. Первое упоминание о Тетюшах как о сторожевой крепости Булгарского государства относится к IX в.В 1781 году указом Екатерины II Тетюши назначен уездным городом Казанского наместничества, утвержден герб города, подтверждающий его военно-сторожевую функцию. В конце XIX в. Тетюши, после Казани и Чистополя, являются самым большим и оживленным городом Казанской губернии. 1921 год вписан в историческую летопись города знаменитым уловом - белуга весом 960 кг, в ней оказалось 12 пудов икры и с добрый мешок раков, налимов, стерляди.

Историческая часть и поныне сохранила черты купеческого города конца XIX – начала XX в. На средства купцов-меценатов построены: первое каменное здание г. Тетюши — Троицкий собор (1773-1777), мужская и женская гимназии, часовня, комплексы жилой архитектуры. Они и сегодня напоминают о некогда провинциальном торгово-купеческом центре со своим укладом и традициями.

4. Усадьба Долгая поляна располагается севернее Тетюш- исторический памятник природы, который включает в себя территорию д. Долгая Поляна с прилегающей поляной и широколиственным лесом на правобережном склоне Волги, усадьбу помещиков Молоствовых с господским домом второй половины 19 века, лиственничную, липовую (протяженностью более 1 км) и березовую аллеи, экзотические деревья и кустарники".У здания усадьбы имеется смотровая площадка, с которой возможно обозревать Куйбышевское водохранилище и Болгарский заповедник [2].

5. Ошель– средневековый город в ВолжскойБулгарии (X-XIII век). Город Ошель был центральным городом булгар, живших на правом берегу р. Волга. Это также был один из самых крупных торгово-ремесленных пунктов государства. Город состоял из двух частей, укрепленных земляными валами и деревянными стенами. Его общая площадь достигала почти 80 га. Ошель был взят и сожжен дотла войсками Святослава в 1220 году и с тех пор больше не восстанавливался.Археологические остатки города - Богдашскинское городище (Тетюшский район, Республика Татарстан) является объектом культурного наследия федерального значения. Городище имеет квадратную форму, ориентированную углами по сторонам света. Общая площадь городища составляет 770 000 кв. м. С течением времени от былого величия города осталась лишь пустошь. В юго-западной части городища сохранились следы цитадели.

6. Свияжск. Остров-село вЗеленодольском районе Татарстана, при слиянии рек Свияги и Щуки. Свияжск основан в 1551 г. при Иване Грозном[5]. Крепость была собрана за 4 недели из деталей, заготовленных в районе Углича и сплавленных по Волге. Построенный город стал базой русских войск при осаде Казани в 1552 г. В середине XVI века Свияжская крепость

превосходила по размерам обороняемой территории кремли Новгорода, Пскова и даже Москвы. В 1719 г. город становится центром Свияжской провинции Казанской губернии, а в 1781 г. – уездным городом Свияжского уезда Казанского наместничества (с 1796 года вновь губернии) [3].В 1918 г. Свияжск стал одним из первых в стране мест советских политических репрессий, когда по приказу военного комиссара большевистского правительства Троцкого был расстрелян каждый десятый красноармеец расквартированных на острове воинских частей, не сумевших выбить белочехов из Казани.В 1928 г. в Свияжске в помещениях Успенского монастыря была открыта детская трудовая коммуна, а в 1943 году в колонии появились военнопленные. С 1953 по 1994 гг. в помещениях Успенского монастыряфункционировалапсихиатрическая лечебница.

В настоящее время исторический облик Свияжска восстановлен, и он является одним из основных туристических объектов Татарстана, имеющий целый комплекс достопримечательностей.

Результаты исследования. Как показали результаты исследования предлагаемый туристский маршрут пользуется популярностью как у жителей г. Казани и близлежащих муниципальных образований, так и российских туристов. Аналогичные туристские маршруты могут быть успешно использованы при организации туристской политики в Республике Татарстан.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.http://shnyagi.net/4181-yurevskaya-peschera-gipsovyy-rudnik-gipsy-1-tatarstan-kamskoe-uste.html

2.http://www.evening-kazan.ru/articles/blagoslovennye-tetyushi-otdyh-ekonom-klassa-dlya-lyubiteley-stariny.html

3.http://pikabu.ru/story/turisticheskie_mesta_rossii__ostrovgrad_sviyazhsk_4256136

4. Габдрахманов Н.К. Специфика развития туризма в малых и средних городах России/ Н.К. Габдрахманов. В.А. Рубцов/ Сервис в России и за рубежом, 2017. Т.11. Вып.7. – С.55-64.

5.Территориальные аспекты развития туризма в Республике Татарстан //С.А. Шабалина, В.А. Рубцов, Э.И. Байбаков – Казань: Отечество, 2015. – 160 с.

6. Туризм в малых исторических городах, как фактор сбалансированного развития (на примере Республики Татарстан) //В.А. Рубцов, Э.И. Байбаков, Н.К. Габдрахманов, Г.Н. Булатова, Н.М. Биктимиров – Казань: Отечество, 2016. – 164 с.

УДК 379.85:338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Долганова М.В., к.б.н., доцент,
Конина Ю.А., магистрант 2 курса,
ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

M.V. Dolganova,
Candidate of Biological Sciences, Associate Professor
Yu. A. Konina, 2nd year undergraduate student
Federal State-Funded Educational Institution of Higher Education «Bryansk State Academician I.G. Petrovski University»

Аннотация

В статье проанализированы возможности и представлены результаты исследования перспектив развития промышленного туризма в Брянской области.

Annotation

The article analyzes the possibilities and presents the results of the study of the prospects for the development of industrial tourism in the Bryansk region.

Ключевые слова: промышленный туризм, промышленные предприятия, анкетирование, прогноз, Брянская область.

Keywords: industrial tourism, industrial enterprises, survey, forecast, Bryansk region.

Введение. В XXI веке туризм является катализатором региональной экономики, который позволяет не только задействовать весь комплекс туристско-рекреационных ресурсов, но и максимально эффективно использовать производственный и социально-культурный потенциал территории.

Брянская область, обладающая практически всем необходимым потенциалом для развития как внутреннего, так и въездного туризма, относится к территориям со слабо развитым региональным туризмом. Возможные причины невысокого интереса как у россиян, так и жителей граничащих с областью государств (Белоруссии и Украины) к региону как к туристской дестинации, объясняются отсутствием комплексной программы реализации имеющегося туристско-рекреационного потенциала с учетом специализации региона на туристском рынке, определением целевых сегментов и приоритетов развития, а также четкого позиционирования узнаваемого образа Брянской области [2].

В последнее время четко прослеживается тенденция к росту интереса к качественно новым направлениям в туризме. В связи с чем на арену туристского рынка вполне может выйти и конкурировать промышленный туризм, являющийся видом активного туризма, связанный с организацией регулярных туров в промышленно развитые регионы на действующие промышленные предприятия с целью удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых, научных, образовательных и иных интересов, без осуществления оплачиваемой деятельности в месте временного пребывания [1, 3].

Цель исследования – проанализировать возможности и перспективы развития промышленного туризма на территории Брянской области.

Результаты исследования. Область имеет значительный ресурсный потенциал, благоприятный для всестороннего развития промышленного туризма. На территории региона функционирует около тысячи крупных, средних и малых предприятий. Промышленность – «якорный» сектор экономики области. Доля которого в валовом региональном продукте превышает 20 %. В структуре отрасли наибольший удельный вес занимают машиностроение и металлообработка, развиты легкая, пищевая, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность, промышленность строительных материалов [3]. Промышленное «лицо» области определяют предприятия: ЗАО УК «Брянский машиностроительный завод», ООО «Брянский автомобильный завод», ОАО «Брянский Арсенал», ОАО СП «Брянсксельмаш», ОАО «Клинцовский автокрановый завод», АООТ «Жуковский мотовелозавод», АО «МЕТАКЛЭЙ», ОАО «Брянский камвольный комбинат», ООО «Брянская бумажная фабрика», ЗАО «Пролетарий», ОАО «Дятьковский хрусталь», ОАО «Брянскпиво», ООО «БрянскСпиртПром», ТнВ «Сыр Стародубский», ООО «Брянский мясоперерабатывающий комбинат», ООО «Брянконфи», продукция которых известна далеко за пределами области.

В связи с чем, промышленный туризм может и должен стать одним из интересных и перспективных направлений развития туриндустрии в области. Однако, сегодня все еще крайне мало предприятий, готовых распахнуть двери собственных предприятий перед любопытными потребителями. Для этого есть ряд причин, в том числе и объективных. Среди которых затраты на обустройство для показа промышленных объектов, на организацию экскурсионного обслуживания, незначительный доход для предприятий от проведения экскурсий, необходимость корректировки производственных процессов. Но, промышленный туризм, как подтверждает практика, все же, имеет больше преимуществ, чем недостатков, что подчеркивает целесообразность развития данного направления.

Промышленный туризм позволяет не только популяризировать товары и услуги, производство которых расположено в регионе, систематиче-

ски проводить рекламу торговых марок, но и увеличивать сбыт производимой продукции во время посещения туристами фирменных магазинов (особенно, когда речь идет об объектах пищевой промышленности) [3, 5, 6].

Значимым моментом в прогнозировании перспектив развития промышленного туризма является исследование мнения населения региона, и в первую очередь молодежи.

Проведенное анкетирование студентов БГУ им. И.Г. Петровского в количестве 400 человек, показало, что значительная часть опрошенных (46 %) отдыхают один раз в год, 18 % ответили, что имеют возможность отдыхать один раз в полгода. 32 % хотели бы провести свой отпуск за рубежом, 31,2 % предпочитают отдыхать в России, а для 11 % лучшее место отдыха – Брянская область. Интернет является самым популярным источником информации о возможностях организации отдыха (57,6 %), второе место – рассказы знакомых (26 %). Основным фактором при выборе места отдыха является цена услуг – 52,4 %, качество услуг значимо для 22,6 %, наличие достопримечательностей важно для 20 % респондентов.

Наиболее привлекательными видами организации досуга являются культурно-массовые мероприятия и экскурсии, что составило 34,8 % и 30,8 % соответственно. Интерес к обзорным экскурсиям выразили 84,2 % опрошенных. Для 29,6 % промышленные объекты представляют интерес, а для 44,8 % имеет значение вид промышленного производства. Наиболее привлекательными являются предприятия пищевой промышленности (40 %) и машиностроения (23,2 %). При посещении промышленных объектов проведение дегустаций вызывает наибольший интерес у 48 % респондентов, на втором месте – возможность приобрести продукцию со скидкой (25,4 %), история завода интересна только 14,6 %. 32 % респондентов за экскурсию могут заплатить сумму от 200 до 500 руб., но если будут предоставлены дополнительные услуги (дегустация, развлекательная программа и т.д.), 23,2 % – до 200 рублей. Желающих посещать промышленные объекты бесплатно 32,8 %.

77,6 % респондентов считают развитие данного вида туризма перспективным и только 22,4 % считают его неперспективным и экономически неоправданным направлением.

Вывод. В целом, анкетирование показало, что промышленные объекты представляют интерес для населения, и данное направление вполне может развиваться и найти своего потребителя на туристском рынке региона.

Сегодня промышленный туризм это свободная ниша для развития кооперации между региональной властью, промышленными и туристическими компаниями. Однако остаются почти не исследованными важные вопросы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с учетом особенностей туристического потенциала Брянской области.

Необходима разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии

развития промышленного туризма в регионе, нужно провести более полный анализ возможностей действующих промышленных предприятий для организации и проведения экскурсий по их объектам.

Промышленный туризм открывает новые возможности, как для предприятия, так и для города. В частности, для городов с большой производственной базой промышленный туризм предлагает интересные возможности в области прямой и косвенной занятости, а также увеличение прибытий и разнообразие туристического продукта. У городов, которые имеют узкоспециализированные промышленные предприятия, или городов, имеющих исторически сложившуюся отраслевую производственную структуру, есть шанс заявить о себе, прорекламировать свой потенциал за счет туризма [1, 3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антонец В.Г. Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / В.Г. Антонец. – Донецк, 2017. – 231 с.

2. Государственная программа «Развитие культуры и туризма в Брянской области» (2014–2020 годы). [Электронный ресурс]: http://kultura32.ru/normativnaya-baza/gosudarstvennaya-programma-razvitie-kultury-i-turizma-v-bryanskoj-oblasti-2014-2020-gody.html

3. Долганова М.В. Социально-экономические аспекты развития промышленного туризма в Брянской области / В.В. Долганова // Стратегия развития приграничных территорий: традиции и инновации: материалы международной научно-практической конференции (Курск, 25-27 сентября 2014 г.). – Курск, 2014. – С.235-240.

4. Долганова М.В. Роль промышленного туризма в повышении технологической культуры учащихся Брянской области / М.В. Долганова, Г.В. Зорькина // География и регион: материалы международной научно-практической конференции (23–25 сентября 2015 г.) / Пермский гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2015. – С.62-68.

5. Конина Ю.А. Предприятия сыродельной отрасли Брянской области как ресурс промышленного туризма / Ю.А. Конина, М.В. Долганова // Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития: сборник статей Международной научно-практической конференции (25 февраля 2017 г., г. Пермь, РФ). В 2 ч. Ч.1. – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – С.65-67.

6. Конина Ю.А. Предприятия по производству напитков как ресурс промышленного туризма в Брянской области / Ю.А. Конина, М.В. Долганова // Результаты фундаментальных и прикладных исследований в области естественных и технических наук: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2017. – С. 138-140.

УДК 379.85

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ МОЛОДЕЖНЫХ ТУРОВ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ РОССИИ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT AND NEW APPROACHES TO THE DESIGN OF YOUTH TOURS TO DOMESTIC MARKET OF RUSSIA

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
ГБОУ ВО РК "Крымский университет культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь
Долматова А.В., студент,
ГБОУ ВО РК "Крымский университет культуры, искусств и туризма", г. Симферополь

E. E Ibragimov., Doctor of Science (Economics), Professor,
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol
A.V. Dolmatova, student
"Crimean University of culture, arts and tourism", Simferopol

Аннотация

Исследована нормативно-правовая база регулирования молодежного туризма. Проанализировано современное состояние рынка молодежного туризма в Ленинградской области. Выявлены Введение проблемы и основные направления развития молодежного туризма в Ленинградской области.

Annotation

The normative-legal base of youth tourism regulation is investigated. The current state of the youth tourism market in the Leningrad region is analyzed. The Introduction of the problem and the main directions of development of youth tourism in the Leningrad region.

Ключевые слова. Молодежный туризм, внутренний туризм, ресурсы молодежного туризма, инфраструктура молодежного туризма, туристические мотивы молодежи.

Keyword. Youth tourism, domestic tourism, resources of youth tourism, infrastructure of youth tourism, tourist motives of youth.

Введение. Актуальность темы исследования обусловлена проблемами поиска методов привлечения туристов, особенно молодежи, и рационального использования имеющихся туристских ресурсов для получения экономического эффекта и увеличения доходов на уровне регионов.В условиях преодоления последствий экономическихсанкций и снижения спроса на предоставляемые туристские услуги возникает необходимость в дальнейших исследованиях именно в области молодежного туризма как наиболее

перспективного направления на внутреннем рынке, в поиске новых более уникальных идей и тем для создания турпродуктов, сочетаний целей и направленностимаршрутов.

Статистические исследования показывают, что внастоящее времяувеличился спрос на услуги туроператоров в области молодежного туризма на внутреннем российском рынке. Такие услуги как активный отдых для молодежи на турбазах и курортах, а также познавательные туры становятся постоянно востребованными в России.

Развитию этих видов туризма способствуют такие факторы как огромное культурное наследие нашей огромной страны, являющееся объектом показа для пока еще не очень значительного потока туристов. Перспективность развития культурно-познавательного и оздоровительного молодежного туризма подтверждается и тем, что кроме увеличения роста туристского потока на внутреннем рынке, культурно-познавательный и оздоровительный туризм будет в значительной мере способствовать социально – экономическому развитию регионов в целом. В связи с этим все более актуальным становится подробное исследование всех аспектов и проблем развития важнейших видов молодежного туризма.

Проблемы состояния и развития сферы молодежного туризма продолжают беспокоить зарубежных и отечественных специалистов по организации туристической деятельности. Вместе с тем до последнего времени развитию этого вида туризма, как одного из наиболее важных и практически значимых направлений недостаточно уделялось должного внимания.

Вопросам и проблемам проектирования нового турпродукта посвящены работы, статьи, публикации как российских, так и зарубежных авторов, таких как А.В. Бабкина, М.Б. Биржакова, В.С. Боголюбова, В.Г. Велединского, А.Б. Косолапова, Н.М. Панова, И. Г. Лимониной, А.Д. Чудновского и других.

По мнению многих специалистов [2, 3, 4, 5, 6 и др.], в ближайшей перспективе молодежный туризм должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России, т.к. имеет многогранное социально-экономическое значение в обществе.

В связи с этим все более актуальным становится подробное исследование всех аспектов и проблем развития важнейших видов молодежного туризма.

Цель исследования. Заключается в выявлении проблем и основных направлений развития молодежного туризма в России.

Результаты исследования. Для достижения поставленной цели были проанализированы особенности организации молодежного туризма в России. Результаты исследования.

В России в настоящее время, несомненно, используется богатый зарубежный опыт организации молодежных туров, но недостаточно активно. На основе европейского опыта для молодежи продаются специализированные

проездные билеты, применяются карты скидок, развивается сеть мотелей и хостелов. Структура средств размещения для туристов за 2012-2016 г.г. представлена в табл. 1.

Таблица 1

Структура средств размещения для туристов за 2012-2016 г.г.

	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Число средств размещения – всего	6706	6998	7898	8391	14948
Из общего числа средств размещения:					
гостиницы	4666	4856	5445	5697	9243
уд. вес, %	69,58	69,39	68,94	67,89	61,83
мотели	132	138	155	167	275
уд. вес, %	1,97	1,97	1,96	1,99	1,84
хостелы	484	495	492	535	881
уд. вес, %	7,22	7,07	6,23	6,38	5,89
прочие средств размещения	1424	1509	1806	1992	4549
уд. вес, %	21,23	21,57	22,87	23,74	30,44

* Источник: составлено автором по даннымРосстата [1].

Анализ таблицы показывает, что дешевых средств размещения в России явно недостаточно. Темпы роста хостелов и мотелей практически не изменились. Данные факторы, несомненно, негативно влияют на организацию и развитие молодежного туризма.

Юдина Т.А. в своих исследованиях отмечает еще немаловажную особенность, влияющую на организацию молодежного туризма. По ее мнению, туристическая активностьроссийской молодежи определяется не социальным статусом, уровнем дохода, уровнем образования или какими-нибудь социально-демографическими факторами, а туристической мотивацией. Рейтинг туристических мотивов молодежи представлен в табл. 2.

Таблица 2

Рейтинг туристических мотивов молодежи

	Порядковый номер в рейтинге	Численность от общего объема выборки, %
Желание расслабиться, загорать и купаться в море	1	73,8
Стремление к комфорту и роскоши	11	21,8
Физическая нагрузка, занятие спортом	15	17,0
Поиск приключений	4	44,2
Флирт, любовь, эротика	14	18,4

Стремление чувствовать себя свободным от повседневных социальных норм и требований	3	46,6
Посещение культурных мероприятий, достопримечательностей	6	37,9
Посещение дискотек и ночных клубов	5	41,2
Забота о своем здоровье и красоте тела	9	23,8
Общение, знакомство с новыми людьми	2	51,9
Единение с природой	13	18,9
Знакомство с новым образом жизни, культурой и языком местных жителей	12	19,9
Знакомство с кухней посещаемого региона	10	22,8
Повышение уровня образования	7	29,6
Шопинг	8	26,2

* Источник: [4].

Анализ таблицы показывает, что основное место в туристических мотивах занимают познавательные мотивы: увидеть новые места, повстречать новых людей и завести новые знакомства. Второе место занимают мотивы, включающие удовлетворение потребности в общении, поиске новых друзей, знакомств, а также поддержании старых дружеских связей. Отдых, развлечения и эмоциональное стимулирование, находятся на третьем месте.

Таким образом, к основнымотличительным особенностям организации молодёжного отдыха специалисты по туризму относят толерантный характер путешествующих в отношении уровня комфорта средств передвижения и размещения. Все зависит от вкусов, предпочтений и финансовых возможностей туристов.

Проблемы развития отрасли туризма в России присущи и молодежному туризму, однако имеются и чисто специфические проблемы, присущие только молодежному туризму.

Молодежный туризм на современном этапе развития позволяет не только отдохнуть в выходные или в каникулы студентам, но и дает возможность укрепить здоровье и повысить культурно-познавательный уровень молодежи. В настоящее время у многихтуроператоров наблюдается тенденция к объединению нескольких видов молодежного туризма – оздоровительного, развлекательного и познавательного, что, несомненно, делает туры более привлекательными для молодых людей и доходными для турфирм.

Транспортное обеспечение является одной из самых затратных статей турфирмы и существенно влияет на цену турпродукта. Перевозка является одним из самых опасных этапов путешествия. Техническое состояние транспортных средств и дорог является важным условием для обеспечения

безопасности туристов и развития туризма в целом. В России это крайне актуальная проблема [5].

Выводы. Проведенные исследования показали, что основными проблемами российского молодежного туризма являются:

- дороговизна турпродуктов при низком уровне благосостояния;
- качество туристских услуг для молодежи находится на низком уровне;
- устаревшие технологии обслуживания;
- незначительные преференции для молодежи на транспортные билеты (авиа, ж/д и др.).
- значительное число молодежных туристских объектов отдыха находится в изношенном состоянии;
- недостаточно дешевых средств размещения.

Следует также отметить, что в настоящее время молодые люди сталкиваются с проблемой доступности интересного и насыщенного отдыха и туристской рекреации.

Молодежный туризм – это область, котораяпредоставляет большие возможности для поиска и реализации самых смелых идей. Например, богатое культурно-историческое наследие Ленинградской области с ее природно-ресурсными возможностями,несомненно, способствует развитию в регионе различных видов молодежного туризма – культурно-познавательного, активного, лечебно-оздоровительного и др.[6]

Выводы. При разработке турпродукта возможно сочетать несколько видов молодежного туризма и различных средств передвижения, что в конечном итоге повысит привлекательность и доходность молодежных туров на внутреннем рынке туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. http://www.gks.ru/
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие / А.В.Бабкин. – Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2015 г. -117 с.
3. Биржаков М.Б. Туристский путеводитель по Ленинградской области. Издание второе, переработанное и дополненное. - СПб.: ИД Герда, 2015. 384 с.
4. Косолапов А.Б. Организация туристской деятельности. – М.: КноРус, 2017. – 336 с.
5. Кусков А. С., Джаладян Ю. А. Транспортноеобеспечение в туризме– М.: КноРус, 2017. –360 с.
6. Юдина Т.А. Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края//Теория и практика, СГУ- Сочи, 2016. – С. 46.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В Г. КАЗАНЬ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS IN THE KAZAN

Зиновьева А.А., к.э.н,
доцент,
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань

Zinovyeva A.A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan

Аннотация

На сегодняшний день гостиничный бизнес активно развивается во многих регионах России. Республика Татарстан и ее столица – Казань не являются исключением, скорее наоборот регион является наглядным примером активного развития индустрии туризма и гостеприимства в стране. Толчком к развитию индустрии туризма и гостиничного бизнеса в Татарстане послужили активные действия руководства республики, которые за последние двадцать лет приложили огромное количество усилий для увеличения туристического потока в регионе. В Казань приезжают туристы со всего мира на мероприятия различного уровня, инициированные региональными властями. В их число входят, как туристы желающие познакомиться с национальными и историческими достопримечательностями, так и бизнесмены, делегации, представители различных компаний и органов власти.

Annotation

Today the hotel business actively develops in many regions of Russia. The Republic of Tatarstan and its capital Kazan are no exception, on the contrary, the region is a clear example of the active development of the tourism and hospitality industry in the country. The impetus for the development of the tourism industry and hotel business in Tatarstan was the active actions of the leadership of the Republic, which over the past twenty years have made a huge amount of effort to increase the tourist flow to the region. Tourists from all over the world come to Kazan for events of various levels initiated by regional authorities. These include both tourists wishing to get acquainted with national and historical attractions, as well as businessmen, delegations, representatives of various companies and authorities.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства, внутренний и въездной туристические потоки, гостиничный бизнес.

Keywords: tourism and hospitality industry, domestic and inbound tourist flows, hotel business.

Введение. Развитие в Республике Татарстан индустрии туризма и гостеприимства одна из приоритетных задач, поставленных сегодня на повестку дня руководством региона. Казань – столица Татарстана – активно развивающийся и привлекательный для иностранных инвесторов и туристов со всего мира город, имеющий звание «третья столица России», узнаваемые на международном туристическом рынке бренды «Казань – тысячелетняя» и «Казань – спортивная столица России». Развитию туризма, как в Казани, так и по республике в целом способствует активный девелопинг гостиничного бизнеса. На сегодняшний день в распоряжении гостей столицы Республики Татарстан находятся гостиницы уровня 2*, 3*, 4*, 5*, бизнес и спа гостиничные комплексы, а также хостелы.

Цель исследования. В преддверии Чемпионата мира-2018 по футболу и Мирового чемпионата по профессиональному мастерству «WorldSkills Kazan-2019» считаем необходимым рассмотреть актуальное на сегодня состояние гостиничного бизнеса в г. Казань и возможные перспективы его развития.

Результаты исследования. Благодаря проведению в Татарстане таких крупных спортивных мероприятий как Универсиада-2013, Чемпионат мира по водным видам спорта-2015, дебюту одного из этапов чемпионата Red Bull Air Race-2017 и многих других мероприятий международного уровня неспортивного характера в республике наблюдается стабильное ежегодное увеличение въездного и внутреннего туристического потока в среднем на 13% [1]. Региональный гостиничный бизнес уже не первый год переживает инвестиционный бум. Сегодня Татарстан входит в сферу интересов мировых гостиничных сетей так их как Kempinski, Rezidor SAS (управляет сетями Radisson SAS, Park Inn), Marriott (развивает в России сети отелей Marriott, Renaissance, Ritz-Carlton, Courtyard), Accor (сеть отелей Novotel, Ibis), южноафриканская сеть Protea, британская Holiday Inn и другие именитые гостиничные операторы, представив планы своего развития в России, включили в них и Казань, наиболее экономически благополучный город в Приволжском федеральном округе.

Например, Казанский «Ibis» уровня 3* стал первым в Поволжье отелем сети Accor. Всего в мире работает 800 отелей под этим брендом. Управляют отелем французский оператор рынка гостиничных услуг – Group, при этом «Ibis Kazan» находится в собственности компании «Кеско», ставшей заказчиком и инвестором проекта. В ближайшие годы данная компания также планирует открыть в городах Поволжья еще несколько отелей под этим брендом.

По данным Государственного комитета Республики Татарстан по туризму, Казань за 2017 год посетили 2,5 млн. туристов и экскурсантов. Число иностранных туристов составило более 100 тыс. человек, из них около 25 тыс. туристов, приехали в столицу Татарстана из дальнего зарубежья. При этом объем инвестиций в гостиничный бизнес Казани и

Республики в целом ежегодно составляет примерно 500 млн. руб. Номерной фонд города сегодня составляет более 10 тыс. мест, средний чек за проживание – 2000 руб. В столице Татарстана около 20 гостиниц уровня «три звезды». Ежегодно гостиничный фонд прирастает примерно на 15-16%. Кроме этого, увеличивается процент загрузки гостиниц. Так в 2013 году средняя загрузка номерного гостиничного фонда в Казани составила 65%, в 2014 году – 72%, а за 2015 год – 74%. В 2016 и 2017 гг. также наблюдался подъем средней загрузки казанских отелей, которая по итогам составила 78% [2].

Благодаря тому, что в Казани активно развивается, так называемый туризм «выходного дня», поездки на 2-3 дня и детский (школьный) туризм, естественно, что в летний период, который начинается в первой декаде июня и заканчивается с приходом сентября, загрузка номерного фонда Казани увеличивается до 80-90%. Осенью, зимой и весной заполняемость гостиниц столицы Татарстана составляет около 68% [3].

Однако, на уровень и скорость развития индустрии туризма и гостеприимства в на региональном уровне в России оказывают негативное влияние некоторые проблемы. Так Российский союз недавно представил результаты опроса 115 компаний из 24 регионов Российской Федерации по ситуации на рынке въездного и внутреннего туризма, с перечнем основных проблем мешающих развитию индустрии туризма и гостеприимства в стране [4].

Таблица 1.

Рейтинг проблем, которые тормозят развитие въездного и внутреннего туризма в России

Причины	%
Рост цен на услуги, входящие в турпакет для туристов	65%
Недостаток рекламы России на мировом туристическом рынке	60%
Дефицит современных гостиниц туркласса в регионах	54%

Также в качестве основных проблем мешающих развитию гостиничного бизнеса можно выделить: российские нормы и СНИПы, на строительство новых отелей, вписаться в которые иностранным девелоперам и отельерам практически невозможно. Еще одним серьезным препятствием для развития гостиничного хозяйства являются бюрократические сложности в получении российских виз иностранными туристами, без которых проблемы сезонной загрузки для гостиниц просто не существовало бы. Также одна из проблем, тормозящих выход крупных отечественных и зарубежных гостиничных сетей на региональные рынки – это отсутствие квалифицированно подготовленных кадров, начиная от горничных и заканчивая менеджерами крупного и среднего звена [5].

На наш взгляд в Татарстане благодаря лобби региональных властей по развитию туризма и наличию значительного количества ВУЗов, выпускающих бакалавров по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело» и «Сервис» некоторая часть из указанных выше проблем успешно решается. Поэтому все больше представителей крупнейших гостиничных сетей с мировым именем заинтересованы в открытии своих отелей, как в Казани, так и на территории республики в целом.

Выводы. Несомненно, приход в регион новых крупных гостиничных операторов положительно скажется на туристическом имидже Казани, позволит увеличить внутренний и въездной туристический потоки, привлечет дополнительные инвестиции в республику. Что касается уже функционирующих гостиничных предприятий, которые сегодня уверенно занимают свои ниши в гостиничном бизнесе Казани, то они также смогут сохранить основную долю постоянных гостей. Так как в 2018 году Казани предстоит принять шесть матчей представителей групп C, B, H и F и два матча плей-офф Чемпионата мира-2018 по футболу и в 2019 году Мировой чемпионат по профессиональному мастерству по стандартам «WorldSkills Kazan-2019», на который в Казань приедут молодые профессионалы из более чем 70 стран мира, соревнующихся в более чем 50 компетенциях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зиновьева А.А. Анализ трендов развития сферы туризма в РТ / Материалы I Всероссийской научно-практической конференции «Векслинские чтения», 23-25 марта 2017, Казань. – Казань: Изд-во Казан. Ун-та, 2017. – С. 223-226. (442 с.).
2. http://tourism.tatarstan.ru/ - Государственный комитет Республики Татарстан по туризму.
3. Гостиницы Татарстана // Инвестиции в строительство. - 2016. - 20 апреля.
4. Бизнес Online // Деловая электронная газета Татарстана. - 2017. - 8 февраля.
5. Зиновьева А.А. Обоснование приоритетов развития гостиничного хозяйства в условиях экономического кризиса (статья РИНЦ) / Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Антикризисные технологии как фактор сбалансированного социально-экономического развития региона», посвященной 95-летию образования Татарской АССР и 25-летию государственности Республики Татарстан, 70-летию ЮНЕСКО. – Казань: Издательство: Университет управления «ТИСБИ», 2015. С. 109-114.

УДК 348; 631

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL TOURISM IN THE REGIONS OF RUSSIA

Оборин М.С., д.э.н., профессор
Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «РЭУ им.Г.В. Плеханова», г. Пермь;
ФГБОУ ВО «ПГНИУ», г. Пермь;
ФГБОУ ВО «ПГАТУ», г. Пермь;
ФГБОУ ВО «СГУ», г. Сочи

Аннотация

Статья посвящена устойчивому развитию аграрного туризма как перспективному направлению общественно полезного и экономического вида деятельности. Результаты работы заключаются в выявлении перспектив устойчивого развития аграрного туризма, который соответствует запросам современного потребителя, в различных регионах России, имеющих сельскохозяйственный потенциал. Объединение преимуществ сельских территорий заключается в комплексном использовании благоприятной окружающей среды для развития производства продуктов питания, обладающих высокой ценностью, развитию новых экскурсионных маршрутов и достопримечательностей. Полученные результаты могут использоваться при разработке программ по развитию туризма и формированию региональных планов социально-экономического преобразования территорий.

Annotation

The article is devoted to the sustainable development of agricultural tourism as a promising direction of socially useful and economic activity. The results of the work are to identify the prospects of sustainable development of agricultural tourism, which meets the needs of modern consumers in different regions of Russia with agricultural potential. Combining the advantages of rural areas is a complex use of a favorable environment for the development of food production, with high value, the development of new sightseeing routes and attractions. The obtained results can be used in the development of programs for the development of tourism and the formation of regional plans for socio-economic transformation of the territories.

Ключевые слова: аграрный туризм, сельские территории, потенциал, аграрный бизнес, инфраструктура, аттрактивность.

Key words: agricultural tourism, rural areas, potential, agricultural business, infrastructure, attractiveness.

Введение. Развитие аграрного туризма в регионах является фактором влияния на устойчивый рост смежных отраслей, таких как транспорт, пищевая промышленность, народные ремесла, и, следовательно, стать неким импульсом для комплексного эффекта региональной экономики. Для того, чтобы понять, как аграрный туризм может повлиять на экономику региона, рассмотрим сущность данного понятия.

Цель исследования. Изучение потенциально значимых направлений развития агротуризма, которые положительно повлияют на экономику регионов России.

Результаты исследования. Ассоциация агротуризма определяет аграрный туризма, как вид деятельности, организуемый в сельской местности, предполагающий формирование и предоставление приезжим гостям комплексных услуг по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков, а также возможности занятия активными видами туризма.

Всемирная туристская организация выделяет 4 элемента, формирующих модель аграрного туризма: природа, культурно-историческое достояние, деревенский образ жизни и досугово-ремесленные обычаи.

Отечественные ученые, уделяющие внимание формированию теоретико-методологических основ аграрного туризма: Дубиничева Л.В., Советов П.М. [2]; Беспарточный Б.Д., Хромова А.В. [1]; Смирнова И.В. [7]; Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Коровина Е.А. [3]. В частности, коллектив авторов [4] под аграрным туризмом понимает вид туризма, предполагающий посещение туристами действующей фермы (отеля) агропредприятия или личного подсобного хозяйства, расположенного в сельской местности

Международный независимый институт аграрной политики характеризует агротуризм, как возможность использовать потенциал такой важной отрасли мирового хозяйства как туризм, в интересах малого и среднего агробизнеса, социального развития села.

Устойчивое развитие аграрного туризма можно охарактеризовать как долгосрочный процесс развития туристской сферы в рамках аграрного комплекса, в результате которого достигаются социально-экономические и прочие цели, без ущерба для природно-культурного наследия и местного населения. Таким образом, устойчивое развитие аграрного туризма означает соблюдение следующих принципов:

1. Рациональное использование природных, культурных и прочих трудновозобновляемых ресурсов;
2. Сохранение социально-культурных особенностей и национальной идентичности местного населения;
3. Обеспечение долгосрочного функционирования комплекса, социальная ответственность бизнеса [5].

Шерстобитова Г.И. [8], анализируя развития аграрного туризма на примере Самарской области, выделяет следующие факторы, сдерживающие развитие сферы: отсутствие инфраструктуры, проблемы с транспортом, низкое качество сувенирной продукции, недостаток культурно-массовых мероприятий для гостей, неразвитая экскурсионная деятельность и отсутствие программ развития.

В научных трудах также встречаются географические факторы и факторы «аттрактивности», то есть привлекательности аграрного туризма для потенциального потребителя. На основе представленных данных выделим ключевые факторы, способные повлиять на развитие регионов России (табл. 1).

Таблица 1

Факторы влияния аграрного туризма на развитие регионов *

Потенциал	Сдерживающие факторы	Стимулирующие факторы
Природно-ресурсный	Удаленность территорий; Неравномерное освоение	Богатая природно-ресурсная база; Отличная экологическая обстановка
Сельско-хозяйственный	Отсутствие свободных ресурсов; Непривлекательная специализация	Уникальная специализация региона
Культурно-исторический	Недоверие местного населения; Социальные проблемы сельских территорий; Отсутствие системы профильного образования	Наличие памятников, культурных объектов;
Инфраструктурный	Абсолютное отсутствие инфраструктуры; Отсутствие финансирования для поддержания инфраструктуры; Отсутствие согласованности с местным населением	Государственно-муниципальная поддержка существующих объектов; Целевые программы финансирования
Кадровый	Низкий уровень образования; Миграция молодежи	«Трудоизбыточность» - неполная занятость местного населения
Инвестиции-онный	Неблагоприятный инвестиционный климат в регионе	Наличие инвестиционных проектов программ на местном уровне
Совокупный	Отсутствие спроса; Высокая конкуренция; Необходимость крупных вложений	Низкая себестоимость; Крупный сегмент потенциальных потребителей

* составлено по данным [4; 6]

Таким образом, для устойчивого развития аграрного туризма необходимо грамотно использовать потенциальные возможности сельской территории, при необходимости дополняя и модернизируя их.

В течение последних 15 лет численность сельского населения является относительно постоянной величиной, составляя около 38 млн. человек.

Производственные успехи, безусловно, повышают уровень социального развития сельской территории, делая ее более привлекательной как для инвесторов, так и для туристов. Однако кадровый потенциал, а именно снижение численности сельского населения, миграция молодежи и отсутствие специалистов культурно-рекреационной направленности, является сдерживающим фактором для развития территорий. Успешное развитие агропромышленных территорий само по себе является предпосылкой для формирования агротуристского комплекса. Как показывает практика, аграрный ту-

ризм активно развивается как на юге России, так и в регионах с менее благоприятным климатом. Примерами являются Алтайский край и Волгоградская области.

Потенциал сельских территорий для становления и роста агротуризма заключается не только в развитости инфраструктуры, экономической и кадровой оснащенности. Важнейшим элементом является наличие уникальных природных ландшафтов (заповедников, лесов, парков), культурно-исторических объектов, народных промыслов. Знакомство с природой заповедных территорий осуществляется в рамках экологического туризма, который, по мнению некоторых исследователей, является разновидностью аграрного (сельского) туризма. Российская Федерация обладает огромнейшим природно-ландшафтным потенциалом, на ее территории расположено порядка 10 тысяч природоохранных объектов федерального значения и 2300 объектом регионального и местного значения. Страна также богата объектами культурного наследия. Только на территории Алтайского края располагаются 1187 памятников истории и культуры. В Белгородской области насчитывается 783 объекта, в Воронежской области – 758, в Липецкой области – 436, в Волгоградской области – 376, в Краснодарском крае -194. Все перечисленные регионы являются лидерами по развитию аграрного туризма.

Богатая история и природа региона в совокупности с инфраструктурной развитостью и государственной поддержкой составляют идеальную предпосылку для формирования агротуристского комплекса. Грамотное и рациональное использование всех перечисленных элементов территориального потенциала – путь к устойчивому развитию аграрного туризма в регионе.

Выводы. Аграрный туризм является перспективным видом общественно полезной деятельности, соответствующей потребностям общества и личности, которые нуждаются в отдыхе от индустриализованной среды, насыщенной информационными потоками и динамичностью. Сельские территории позволяют привлекать посетителей с целью отдыха и приобретения навыков при изучении народных ремесел, участия в различных видах сельской деятельности, а также в реализации услуг и продукции местного производства на основе соответствующей инфраструктуры и объектов, достопримечательностей. Мировые тенденции свидетельствуют о то, что новые виды туризма развиваются ускоренными темпами, основаны на стремлении человека к здоровому образу жизни и активному отдыху.

Список литературы

1. Беспарточный Б.Д., Хромова А.В. Агротуризм: терминология и сущностные характеристики // Известия Юго-Западного государственного университета. 2014. № 4 (55). С. 117-122.

2. Дубиничева Л.В., Советов П.М. Агротуризм в развитии сельских территорий // Экономика региона: проблемы и перспективы развития. 2009. Вып.46. С. 48-55.

3. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Коровина Е.А. Аграрный туризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. №3. С. 59-63.

4. Оборин М.С. Формирование стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг // Экономика и предпринимательство, № 12 (ч.1), 2015. С. 346-353.

5. Оборин М.С. Система рационального управления и использования курортно-рекреационного потенциала региона // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. Экономические науки. 4(54). Оренбург: изд-во ОГАУ, 2015. С.216-219.

6. Оборин М.С. Природно-географические факторы как основополагающий базис управления и развития курортно-рекреационной деятельности (на примере севера Пермского края) // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия «Естественные, технические и медицинские науки». № 4 (67). Орел: изд-во ОрлГУ, 2015. С.436-440.

7. Смирнова И.В. Агротуризм – новое направление в развитии сельских территорий // Вестник Марийского государственного университета. 2014. № 9. С. 85-94.

8. Шерстобитова Г.И. Роль агротуризма в развитии сельскохозяйственных территорий самарской области // Вестник Самарского государственного технического университета. 2013. № 3 (9). С. 83-87.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЗАИНСКОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM IN ZAINSK DISTRICT OF TATARSTAN REPUBLIC

Михеева Е.Е., ассистент
Прохорова В. Д., студент
Казанский (Приволжский)
Федеральный университет, г. Казань

Mikheeva E.E.,
teaching assistant
Prokhorova V.D.,
student
Kazan Federal University, Kazan

Аннотация

В статье дается характеристика историко-культурного потенциала Заинского района республики Татарстан, приводится краткая историческая справка о Заинском

районе, информация о нынешнем состоянии культурно-исторической и общей туристской инфраструктуры района, анализируются перспективы развития культурно-познавательного (экскурсионного) вида туризма и его влияние на уровень жизни местного населения.

Annotation

The article gives the characteristics of historical and cultural potential of Zainsk District in Republic of Tatarstan. Short historical information on Zainsk District is also given. The article also describes information on modern condition of cultural, historical and tourist infrastructure, perspectives for the development of cultural (sightseeing) tourism and its influence on standard of living of the local population have been also analyzed

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, туризм, малые туристические города, туризм в малых городах, республика Татарстан.

Keywords: cultural tourism, tourism, small tourist cities, tourism in small cities, Republic of Tatarstan.

Введение. Республика Татарстан – один из наиболее развитых в экономическом и социокультурном отношении регионов России. На территории республики проживает множество народов со своим собственным прошлым и традициями, регион объединяет в себе, по крайней мере, три крупные культуры: славянскую, тюркскую и финно-угорскую, также здесь мирно сосуществуют две мировые религии – христианство и ислам. В свою очередь каждый отдельный район республики Татарстан располагает собственными ресурсами, которые формируют местный туристский потенциал.

Цель исследования. В данной статье рассматривается культурно-исторический потенциал Заинского района и возможности развития в районе экскурсионного туризма.

Результаты исследования. Заинский район – один из сорока трех районов республики Татарстан с административным центром в городе Заинск, который впервые упоминается в историческом документе – Поместном приказе – в 1652 году как военно-административный центр нижнего Закамья и важнейшая крепость Закамской оборонительной черты. Исторический центр района – ныне заповедная зона Школьная гора - располагается на востоке республики в долине реки Степной Зай. В 1774 году данная территория подверглась набегу Емельяна Пугачева, была сдана восставшим без боя, но вскоре взята правительственными войсками. [2]. В 1963 году произошло знаковое событие – 26 февраля в эксплуатацию был введён первый энергоблок Заинской электростанции – одного из ведущих промышленных предприятий района. В 1978 году поселок энергетиков Новый Зай был преобразован в Заинский район [2].

Административный центр района - город Заинск, отдалённый от столицы республики Татарстан на 238 км, представляет собой малый город. Городское население составляет чуть больше 42 тысяч человек (данные на 2016 год). [4] Такое положение формируют особый социокультурный портрет города и составляют определённый потенциал, способный стать

основой для развития в районе туризма, одной из самых динамично и успешно развивающихся сфер экономики. Культурно-познавательный или экскурсионный туризм имеет, на наш взгляд, наибольшие перспективы для развития в рассматриваемом районе.

Культурно-познавательный, или экскурсионный туризм — одна из разновидностей туризма, которая заключается в посещении туристом достопримечательностей с целью удовлетворения потребности в познании мира. Главным объектом данного вида туризма является туристская достопримечательность. Туристской достопримечательностью может быть какой-либо памятник природы, древней и современной архитектуры и скульптуры, имеющий культурную ценность и представляющий интерес для посетителей [3].

Для наиболее полной оценки перспектив развития культурно-познавательного туризма в регионе, мы считаем целесообразным оценить туристскую инфраструктуру Заинского района по следующим критериям:

– транспортная доступность района,

– обеспеченность района средствами размещения для туристов (гостиницы, гостевые дома, хостелы и др.), и заведениями общественного питания (кафе, рестораны, бары и др.),

– обеспеченность района культурными учреждениями (музеи, галереи, кинотеатры и др.),

– обеспеченность района местами исторического прошлого (погребения, руины поселений, крепостей и др.),

– этнографические мероприятия (праздники, фестивали и др.).

В целом транспортную доступность Заинского района можно охарактеризовать как среднюю, учитывая отдалённость от центра республики и страны и, как следствие, повышенную стоимость транспортных перевозок для туристов отдалённых регионов. До административного центра Заинск из столицы республики Татарстан можно добраться на автомобиле, автобусе и маршрутном такси. Среднее время в пути — от 3 до 5 часов. Железнодорожная станция Заинск является промежуточной станцией на железнодорожной ветке Пермь — Адлер. Также из России и некоторых других регионов мира можно долететь самолётом до аэропорта Бегишево (расстояние до Заинска — 26 км).

Обеспеченность средствами размещения в районе ниже средней: Заинский район располагает всего одной гостиницей «Зай» в центре города Заинск. Номерной фонд местных гостиницы небольшой 20 номеров. Гостиница «Зай» предлагает гостям одноместные и двухместные варианты размещения, бесплатные Wi-Fi, парковку и размещение животных, однако не предусматривает предоставление дополнительных кроватей для размещения детей и питание на территории гостиницы [5]. Заведения общественного питания в Заинском районе представлены самостоятельными кафе и ресторанами. В местных заведениях общепита

подаются татарская, русская, итальянская, кавказская, японская кухни, крупные заведения определённой гастрономической направленности отсутствуют.

Что касается заведений для проведения культурного досуга, то их не так много и не все оснащены современным мультимедийным оборудованием. Непосредственно в городе Заинск функционирует один кинотеатр с возможностью показа 3D-кино в молодёжном центре «Космос», Центральная районная библиотека имени Суббуха Рафикова, Дворец культуры «Энергетик», в котором проводятся концерты местных и гостевых коллективов, выставки местных художников, а также демонстрируются сезонные цирковые представления. В городе находится Заинский краеведческий музей, основанный в 1984 году в доме купца 1-ой гильдии И. Н. Бекетова. Музей содержит в себе около 1300 экспонатов по истории и развитию Заинского района, начиная с основания крепости в старом районе города и заканчивая первыми годами XXI столетия. [6].

Что касается историко-культурной составляющей района, то по мнению краеведа и директора Заинского краеведческого музея Розы Ивановой, в Заинском районе есть достопримечательности, заслуживающие внимания туристов. Из наиболее древних отмечаются исторический центр района – Школьная гора, на территории которой сохранились каменные подступы к крепостным укреплениям – эскарпы, Крестовоздвиженская церковь 1826 года с действующей мечетью, «Крокодил-гора», окрестности реки Зай, территория села Старый Токмак, где совершил посадку «Восток-1» с собакой Чернушкой на борту. Современные достопримечательности, такие как обновлённый парк имени Фардиева, Молодёжный сквер, бульвар Победы с мемориальными досками и памятником Неизвестному солдату, скульптурные формы Ф. Шиапова, памятник просветителю Т. Ялчыголу, также стоит посетить гостям района, отмечает краевед в интервью местной газете «Новый Зай» [7].

Выводы. Подводя итог, можно отметить, что перспективы развития культурно-познавательного туризма в Заинском районе имеются, несмотря на то что 90% посетителей Заинского района сейчас – это люди, приезжающие навестить родственников и друзей. Из рычагов развития стоит отметить достаточно богатое на события историческое прошлое района, реализовывающиеся программы по благоустройству заповедных зон и районной инфраструктуры, наличие краеведческого музея с разнообразием экспонатов разных исторических эпох. Помехами в развитии являются недостаток источников достоверной и актуальной информации о районе, несформированность туристского бренда, неразвитость туристской инфраструктуры по части размещения и обслуживания туристов. Туристские потоки в район возможно увеличить, разнообразив культурную его жизнь, проводя культурные и гастрономические фестивали всех масштабов, а также сформировать инфраструктуру, отвечающую

требованиям особо мобильного и жаждущего новый впечатлений туриста современного мира.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Малахов, В. С. Очерки по истории Заинска, часть вторая: документально-публицистическое издание. / В. С. Малахов. – ГУП: «Набережночелнинская типография», 2004. – 310 с.

3. Михеева Е.Е. Современное состояние внутреннего туризма в республике Татарстан/ Михеева Е.Е. // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. - 2017. - Т. 10. № 1. - С. 278-285

УДК 338.48

ТИПИЗАЦИЯ РЕГИОНОВ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ПО ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

TYPIFICATION OF THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT THE POSSIBLE USE OF THE RESOURCE POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF RELIGIOUS TOURISM

Распопова В.О., магистр географии, г. Симферополь
Сахнова Н.С., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь
Сазонова Г.В., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

V.O. Raspopova, Master of Geography, Simferopol
N.S. Sahnova, Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol
G.V. Sazonova, senior lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

В данной работе на основе общественно-географической оценки культовых туристско-экскурсионных объектов Южного федерального округа (ЮФО) Российской Федерации проведена типизация регионов по возможности использования ресурсного потенциала для развития религиозного туризма.

Annotation

In this work, on the basis of the socio-geographical assessment of the cult tourist-excursion objects of the southern Federal district (SFD) of the Russian Federation, the regions were typified by the possibility of using the resource potential for the development of religious tourism.

Ключевые слова: религиозный туризм, культовые туристско-экскурсионные объекты, типы регионов.

Key words: religious tourism, cult tourist-excursion objects, types of regions.

Введение. Религия оказывает, в значительной степени, влияние на формирование и стереотипы поведения людей и самосознание. Верование выступает и своеобразным элементом общественной системы и во многих случаях относится к числу важнейших. Поэтому, и религиозный туризм выступает важнейшим компонентом в сфере внутреннего и международного туризма. Развитие религиозного туризма в Южном федеральном округе (ЮФО), на наш взгляд, является одним из наиболее перспективных, т.к. будет способствовать не только подъему общего уровня социально-экономического развития региона, но и пропагандировать традиционные религиозные ценности. Это позволит снизить социокультурную напряженность в обществе и повысить уровень религиозной грамотности населения. Религиозный туризм выступает самостоятельным видом туризма, вопросами организации которого занимались различные специалисты, в том числе Христов Т.Т., Бабкин А.В., Александрова А.Ю., Бейдык О.О., Барчуков И.Р. и др.

Цель исследования - выявить основные типы регионов ЮФО по возможности использования ресурсного потенциала для развития религиозного туризма для разработки рекомендаций по совершенствованию его структуры и определения наиболее перспективных путей его развития.

Результаты исследования. На территории ЮФО официально внесено в реестр 264 культовых туристско-экскурсионных объекта, по числу которых лидируют Краснодарский край (80 объектов), Республика Крым, Астраханская и Волгоградская области (по 50 объектов в каждой). В структуре культовых объектов резко преобладают объекты православия - 86% от общего числа (Краснодарский край, Республика Крым, г. Севастополь, Волгоградская область), 11% - объекты ислама (Республика Адыгея, Астраханская область, Республика Крым), 2% - объекты буддизма (Республика Калмыкия) и другие.

В практике подготовки экскурсий выработана определенная методика оценки туристско-экскурсионных объектов. Согласно традиционному подходу, рассмотренному в трудах Б.В. Емельянова и других специалистов в области экскурсионной методики, для оценки культовых туристско-экскурсионных объектов (КТЭО), на наш взгляд, необходимо использовать следующие основные критерии: информационная емкость объекта, транспортная

доступность, сохранность объекта, степень использования в туризме, познавательная ценность [1].

Наиболее удобным и эффективным способом оценки приведенных критериев является бальный метод оценки. *Информационная емкость КТЭО* – количество времени, требующееся на изучение данного объекта. Этот показатель мы оценили следующим образом: 3 балла – высокая (на изучение объекта требуется более 30 минут); 2 балла – средняя (на объект уделяется от 5 до 30 минут); 1 балл – низкая (на изучение ТЭО уделяется до 5 минут). *Сохранность КТЭО* - состояние объекта в данный момент, его подготовленность к показу экскурсантам. Оценка сохранности может выглядеть следующим образом: 3 балла – высокая степень сохранности; 2 балла – объекту требуется незначительная реставрация; 1 балл – требуется реставрация в значительной степени. *Транспортная доступность* КТЭО может быть выражена через время, которое понадобится, чтобы из ближайшего туристического центра доехать к нему: 3 балла – высокий уровень доступности (до 30 минут); 2 балла – средний уровень доступности (30-60 минут); 1 балл – низкий уровень доступности (более 60 минут). *Степень использования* КТЭО отражает насколько активно вовлечен КТЭО в туристско-экскурсионную деятельность. Показатель может быть оценен по шкале: 3 балла - активно используется; 2 балла – незначительно используется; 1 балл – используется эпизодически или не используется (Таблица 1).

Таблица 1.

Типы регионов Южного федерального округа по возможности использования ресурсного потенциала для развития религиозного туризма

Регион	**КРИТЕРИИ**												**ТИП**
	Информационная емкость КТЭО			Степень использования КТЭО в туризме			Сохранность КТЭО			Транспортная доступность к КТЭО			
	в	**с**	**н**	**в**	**с**	**н**	**в**	**с**	**н**	**в**	**с**	**н**	
Республика Адыгея			■			■			■			■	**III**
Республика Калмыкия			■			■			■			■	**III**
Краснодарский край	■			■			■			■			**Ia**
Астраханская область			■			■			■			■	**III**
Волгоградская область	■			■			■					■	**II**
Ростовская область			■			■			■			■	**III**
Республика Крым	■			■			■			■			**Ia**
Г. Севастополь	■			■				■		■			**Ib**

Составлено авторами.

Проведенный анализ КТЭО ЮФО, позволил выделить нам следующие *типы регионов по возможности использования ресурсного потенциала в развитии религиозного туризма*:

I тип - «динамично развивающийся» - включает регионы с высоким потенциалом для развития религиозного туризма. Данный тип регионов имеет значительную насыщенность территории религиозными туристско-экскурсионными объектами различных конфессий, имеющие высокие показатели общественно-географической оценки. Он включает 2 вида:

Ia - характеризуется исключительно высокими показателями в общественно - географической оценки (Республика Крым и Краснодарский край);

Ib - характеризуется высокими и средними показателями в общественно - географической оценке (г. Севастополь).

В настоящее время этот регион активно вовлечен в туристско-экскурсионную деятельность, при этом на данной территории существует сеть туристско-экскурсионных маршрутов, предназначенных как для паломнических целей, так и для развития религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности. Использование культовых объектов данного типа в туристско-экскурсионной деятельности началось в дореволюционный период - проводились религиозно-познавательные экскурсии для приезжающих так и паломнические. В данном регионе находятся объекты практически всех известных религиозных течений региона, что обуславливает их полифункциональную возможность. На наш взгляд именно эти регионы и в дальнейшем будут выделяться высокой степенью использования в религиозном туризме.

II тип – «гетерохронного развития»- регионы со средним рекреационным потенциалом для развития религиозного туризма.

Данный тип области характеризуется средней насыщенностью культовыми туристско-экскурсионными объектами, имеющие средние показатели общественно-географической оценки. К этому типу относятся Волгоградская область. Этот регион недостаточно активно вовлечен в туристско-экскурсионную деятельность, что объясняется на наш взгляд следующими основными причинами: значительной удаленностью этого региона от основных туристических центров, средним или низким уровнем развития инфраструктуры, слабой рекламой в средствах массовой информации.

III тип – «неустойчивого развития»-регионы, имеющие низкие показатели общественно-географической оценки КТЭО.

К этому типу относятся Республика Адыгея, Республика Калмыкия, Астраханская и Ростовская области. Низкие показатели общественно - географической оценки объясняются значительной удаленностью этих регионов от основных туристско-рекреационных центров, что обуславливает слабую перспективу дальнейшего использования туристско-экскурсионной деятельности в направлении религиозно-познавательного туризма.

Выделенные типы регионов ЮФО можно использовать для оптимизации существующей системы религиозного туризма и наиболее эффективного использования его культовых объектов в туризме.

Список использованных источников:

1. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. – Москва: Советский спорт, 2006. – 216 с.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF MEDICAL AND HEALTH TOURISM IN RUSSIA

Ибрагимов Э.Э., д.э.н., профессор,
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь
Терновская М.Е., студент,
"Крымский университет
культуры, искусств и туризма",
г. Симферополь

E. E.Ibragimov, Doctor of Science
(Economics), Professor,
"Crimean University of culture, arts and
tourism", Simferopol
M.E.Ternovskaya, student
"Crimean University of culture, arts and
tourism", Simferopol

Аннотация

В статье исследованы терминологии, которые содержится в нормативно-правовых актах, регламентирующих деятельность, связанную с лечебно-оздоровительным туризмом; обобщены взгляды ученых относительно толкования этого термина; проанализирована статистическая информация о состоянии лечебно-оздоровительного туризма в России для определения проблем его развития.

Annotation

The article explores the terminology that is contained in the regulatory legal acts regulating activities related to medical and health tourism; summarized the views of scientists on the interpretation of this term; analyzed statistical information on the state of health-improving tourism in Russia to determine the problems of its development.

Ключевые слова. Лечебный туризм, оздоровительный туризм, внутренний туризм, ресурсы лечебно-оздоровительного туризма, инфраструктура лечебно-оздоровительного туризма.

Keywords. Medical tourism, health tourism, domestic tourism, the resources of medical and health tourism, the infrastructure of medical and health tourism.

Введение. В России сегодня ряд нормативно-правовых актов, в которых содержится толкование деятельности, связанной с посещением отдыхающими санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, имеет противоречивый характер. Учреждения, которые осуществляют этот вид деятельности, также оцениваются по-разному в законодательных документах, а отдыхающие, которые пользуются услугами санаторно-курортных и оздоровительных предприятий, не имеющих определенного статуса с точки зрения действующего отечественного законодательства. Форма статистической отчетности, по которым осуществляется сбор информации о деятельности средств размещения туристов, включает сведения не только об санаторно-курортные и оздоровительные учреждения, но и о больнице (бальнеологические, грязевые и др). Наличие определенных противоречий между отдельными нормативно-правовыми актами препятствует развитию лечебно-оздоровительного туризма в России, что подтверждается статистической информацией, проанализированы в этой статье.

Цель исследования – изучить терминологию, которая содержится в нормативно-правовых актах, которая регламентирует деятельность, связанную с лечебно-оздоровительным туризмом; обобщить взгляды ученых относительно толкования термина «лечебно-оздоровительный туризм»; исследовать статистическую информацию о состоянии лечебно-оздоровительного туризма в России для выявления проблем его развития.

Результаты исследования. Статистика туризма свидетельствует сокращение туристического потока с лечебно-оздоровительной целью в России, катастрофическое уменьшение санаторно-курортной базы, снижение качества предоставляемых услуг в этих заведениях. Эти негативные тенденции дают основания сделать вывод о недостаточной развитости рынка лечебно-оздоровительного туризма в России, неэффективное использование ресурсного потенциала, слабый уровень материально-технической базы, а также о необходимости совершенствования нормативно-правового обеспечения деятельности в этой сфере.

В Законе России «О туризме» указано на существование лечебно-оздоровительного туризма как отдельного вида [1], однако его дефиниции не определены.

Стоит отметить, что у ученых также нет единого мнения относительно трактовки термина «лечебно-оздоровительный туризм». Так, некоторые российские и зарубежные ученые считают, что этот вид туризма:

- является составной частью другого вида туризма – например, рекреационного, то есть «путешествия с целью отдыха, оздоровления и лечения» [2, с. 78];

- медицинского, «главной целью которого является лечение или пребывание в медицинских учреждениях и который состоит из лечебно-оздоровительного, оздоровительного и лечебного туризма» [2];

- является тождественным таким понятиям, как «санаторно-курортный туризм», осуществляемый с общеоздоровительные, лечебной целями [2, с.140] ;

- «оздоровительный отдых», который, в зависимости от средств воздействия на организм человека подразделяется на климато-, бальнео-, море-, грязелечение» [3, с.76] ;

- «оздоровительный туризм», в состав которого входит «отдых с обязательным профилактическим лечением» [3, с. 254] ;

«оздоровительной познавательный» как сочетание целей оздоровления и познания; «курортно-лечебный» как передвижения людей, обусловлено потребностью улучшить состояние здоровья [3, с. 26] ;

Итак, несмотря на неоднозначность мнений ученых относительно толкования термина «лечебно-оздоровительный туризм», все они учитывают деятельность, связанную с ним как туристическую. Однако в нормативно-правовых актах РФ по этому вопросу существуют определенные разногласия, которые касаются и статуса лиц, на которых рассчитано лечебно-оздоровительное обслуживание, так и заведений, в которых оно происходит.

По проведенным исследованиям, можно сказать, что лечебно-оздоровительная база России катастрофически уменьшается – на 696 предприятий, то есть почти на четверть за последние три года. Причины закрытия этих учреждений: капитальный ремонт, реконструкция, смена собственника или формы хозяйствования, нахождения дел в суде, банкротство и отсутствие средств на эксплуатацию.

Кроме того, по статистическим данным, в регионах России прослеживается негативная тенденция к сокращению турпотока, обслуживаемого в санаторно-курортных и лечебных учреждениях. Можно также отметить, что:

- самыми распространенными лечебно-оздоровительными средствами размещения в России есть базы отдыха, на которые приходится 60% их общего количества и 45% емкости;

- основную часть турпотока, что прибывает в эти специализированные заведения, обслуживающие санатории – 44% всех отдыхающих;

- наибольшая средняя продолжительность пребывания приезжих также наблюдается в санаториях – 17,9 суток; наименьшая – в базах отдыха (8,2 суток);

- коэффициент использования вместимости неоднороден по отдельным типам лечебно-оздоровительных учреждений (от 0,46 в санаториях до 0,10

– в базахотдыха), что связано с сезонным циклом функционирования последних;

- деятельность специализированных средств размещения в целом убыточна (за исключением санаториев);

- в структуре доходов в отношении всех типов лечебно-оздоровительных заведений преобладают поступления от реализации путевок; однако выручка от предоставления дополнительных услуг очень мала (5% в среднем), что указывает на определенные недостатки в обслуживании. Так, например, среди 453 санаториев России только 34 имеют парикмахерскую (8% от общего количества); сауна (баня) является лишь в 114 данных заведений (25%), плавательный бассейн – в 117 (26%), теннисный корт – в 83 (18%), тренажерный зал – в 158 (35%).

Выводы. Туристический поток с лечебно-оздоровительной целью, обслуживаемый на территории России, постепенно сокращается; санаторно-курортная и оздоровительная база, которой всегда славилась наша страна, катастрофически уменьшается; качество предоставления услуг в лечебно-оздоровительных заведениях невысока. Эти негативные тенденции дают основания сделать вывод о недостаточной развитости рынка лечебно-оздоровительного туризма в России за неэффективное использование ресурсного потенциала, ненадлежащую поддержку достойного уровня материально-технической базы, отсутствие разветвленной системы рекламирования отечественных рекреационных услуг на внутреннем и мировом туристических рынках, а также существование определенных противоречий в нормативно-правовых актах по туризму и курортам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (в редакции Федерального закона от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ)

2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: КноРус, 2012. – 252 с.

3. Биржаков, М. Б. Индустрия туризма: Перевозки: учебник / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – 3-е издание, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с.

УДК 379.84:379.85

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ПОЛУОСТРОВЕ КАМЧАТКА

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL TOURISM IN THE KAMCHATKA PENINSULA

Тропина Е.А., преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь,
Мандрик Е.Л., студент,
Дубина В.Д., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь,

E. A. Tropina, Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol
E.L. Mandrik, student,
V.D. Dubina, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В статье исследован ресурсный потенциал Камчатки для развития экологического туризма. Проанализировано современное состояние, проблемы и перспективы развития экотуризма.

Annotation

The article explores the resource potential of Kamchatka for the development of ecological tourism. The current state, problems and prospects of development of ecotourism are analyzed.

Ключевые слова: экологический туризм, полуостров Камчатка, вулканы Камчатки, природные ресурсы Камчатки, коренные народы.

Key words: ecological tourism, Kamchatka, volcanoes of Kamchatka, natural resources of Kamchatka, indigenous peoples.

Введение. В XXI веке экологический туризм начал стремительно развиваться, в связи с этим, особое внимание начали привлекать регионы, сохранившие уникальные природные ресурсы.

Полуостров Камчатка располагает всеми необходимыми ресурсами для развития экологического туризма.

Цель исследования - на примере Камчатского полуострова проследить тенденции развития экологического туризма и рассмотреть ресурсы, которые существуют в регионе и подходят для данного вида туризма.

Результаты исследования. Термин «экологический туризм» или «экотуризм» широко используют, когда говорят о путешествиях в природной среде. Экологический туризм - вид туризма, который подразумевает под собой целенаправленные путешествия в природные территории с целью более глубокого понимания местной культуры и природной среды, которые не нарушают целостность экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей [1].

Сферу экологического туризма в Российской Федерации регламентирует природоохранное законодательство и национальный стандарт ГОСТ Р 56642-2015, последний определяет экологический туризм как «... Деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению» [2].

Богатство природных ресурсов Камчатки позволяет этому региону стать одним из центров экологического туризма в Российской Федерации. Проблемы природного характера могут помешать развитию экологического туризма в определённых участках полуострова, но при этом безопасных территорий для развития экологического туризма на Камчатке очень много. Полуостров Камчатка считается одним из уникальнейших мест на территории Российской Федерации, практически не тронутый человеком. Этому способствуют несколько факторов:

1. Из-за труднодоступности региона добраться до Камчатки возможно всего двумя путями: на авиатранспорте и водным путем по акватории Берегового, Охотского морей, а также Тихого океана.

2. Освоенность всех территорий минимальна - на полуострове находится всего три города: Елизово, Петропавловск-Камчатский и Вилючинск, а также небольшие посёлки с малым количеством жителей.

3. Стоимость авиаперелета до Камчатки высокая, поэтому данное направление не является популярным и массовым среди жителей России.

Полуостров соединён с материковой частью России перешейком -Парапольским долом. Площадь полуострова составляет 270 тыс. кв. км. Восточный берег Камчатки сильно изрезан, так же здесь образовались крупные заливы: Авачинский, Кроноцкий, Камчатский, Озерной, Карагинский, а также бухты - Авачинская, Карана, Оссора. Центральная часть полуострова пересечена двумя параллельными хребтами Срединным и Восточным, а между ними находится река Камчатка. На территории полуострова расположен субъект Российской Федерации - Камчатский край. Административный центр - Петропавловск-Камчатский [3].

Вулканы в регионе являются главной достопримечательностью. Активность вулканов является одной из причин подземных толчков. Во время

извержения вулканов выбрасываются вулканические пепел, шлак, а также большое количество разнообразных газов и водяной пар. Подобное зрелище вызывает большой интерес у туристов. На Камчатке насчитывают более 300 вулканов, активных из них от 28 до 36 вулканов. Крупнейшие действующие вулканы на полуострове - Шивелуч, Ключевская, Авачинская, Карымская, Корякская, Кроноцкая, Ичинская сопки. Вулканы Камчатки включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО [4].

Другой достопримечательностью Камчатки с точки зрения экологического туризма являются реки этого региона. Большинство камчатских рек берут начало у подножья гор и ледниках. Этим объясняется чистота и качество вод. В период нереста рыбы в реках привлекают внимание не только экотуристы, но и местные любители рыбной ловли, камчатские медведи - природные рыболовы. У слияния рек Гейзерная и Шумная расположена известная всему миру Долина Гейзеров, часть Кроноцкого государственного биосферного заповедника. Самая большая река Камчатка пригодна для судоходства. Отдельным объектом туристского внимания является флора и фауна Камчатки. Растительный мир Камчатки насчитывает 1200 видов сосудистых (высших) растений. Здесь распространены следующие породы деревьев -берёза Эрмана (Береза Каменная), лиственница охотская, ель аянская. Животный мир Камчатки очень разнообразен. В морях и океане обитают мидии, знаменитые на весь мир камчатские крабы, тюлени, сивучи, морские котики. В реках и озёрах Камчатки обитают ценные породы рыб: кета, лосось, микижа (радужная форель), нерка, кижуч и другие. На полуострове находится 220 видов птиц, в их числе тихоокеанская чайка, беринговский баклан. Сухопутная фауна Камчатки также разнообразна. Здесь обитают соболь, горностай, ондатра, а также символ региона, бурый камчатский медведь [3].

Необходимо отметить особо охраняемые территории. Здесь находятся 3 государственных заповедника, 5 природных парков, 8 заказников федерального значения, 105 памятников природы, 2 санаторно-курортные зоны. Такое количество охраняемых территорий позволяет на государственном уровне развивать экотуризм в данном регионе. [5].

На Камчатке находится большое количество термальных источников вулканического происхождения и лечебных грязей.Температура воды в источниках 39-70 градусов. На Камчатке построено несколько санаториев, применяющих бальнеологическое и климатическое лечение. Благодаря разнообразному минеральному составу источников, здесь лечат практически все заболевания организма человека [5].

Особенностью региона также являются коренные народы-Ительмены, Коряки, Чукчи, Алеуты, Эвены, Камчадалы. На территории Камчатки находятся этнические деревни, народы которых до сих пор живут по устоям своих народов. В таких деревнях можно изучить национальные особенности народов Камчатки, а также декоративно-прикладное искусство [5].

Несмотря на низкий уровень развития туризма в данном регионе, туроператоры разработали туры по Камчатке, которые пользуются спросом у определённых категорий потребителей. К примеру, туроператор «Kamcatkaland» предлагает восемь видов туров по Камчатке стоимостью от 60 до 140 тыс. рублей с человека продолжительностью от 7 до 14 дней. В стоимость не входит авиаперелёт. Так же туры по Камчатке предлагает такие туроператоры, как «Kamcatkatravelkuth», «Natalietours», «Камчатские приключения» и другие. Цены на перелёт из Москвы в город Елизово на Камчатском полуострове варьируются от 42,816 тыс. рублей до 73,037 тыс. рублей с человека в обе стороны. Авиаперевозчики, которые осуществляют рейсы на Камчатку: «Аэрофлот», «Россия», «S7 Airlines» [6].

Выводы. Камчатский полуостров богат природными ресурсами, которые могут быть использования для развития экологического туризма в данном регионе. Проблемами развития экологического туризма на Камчатке является плохо развитая туристская инфраструктура, уровень качества предоставляемых услуг в регионе, слабое продвижение туристского бренда Камчатского края как уникальной природной территории мирового масштаба. Для развития экологического туризма необходимо создавать государственные целевые программы, привлекать внутренние и международные компании для финансовых вложений в регион с целью развития инфраструктуры в регионе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кусков А. С. Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы/ А. С. Кусков, Е. И. Арсеньева. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/stattitourism/kuskovecotourism.htm.
2. ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200124943
3. Камчатка // Википедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Камчатка
4. Селянгин О. Б. К вулканам Мутновский и Горелый «вулканологический и туристский путеводитель» — Петропавловск-Камчатский: холд. комп. «Новая книга», 2009. — 108 с.

5. А. В. Чухман Аборигенный экотуризм. Камчатка: путеводитель / Центр содействия коренным малочисленным народам Севера, этно-экологический информационный центр, 2008 . — 148 с.

6. Кириллов В.«Путеводитель по туристским и альпинистским маршрутам Камчатки» Новосибирск: ЦЭРИС, 2006. — 224 с.

УДК 338.48

РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИМ И ПАЛОМНИЧЕСТВО: ОСОЕБННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

RELIGIOUS TOURISM AND PILGRIMAGE: FEATURES OF THE ORGANIZATION, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Тропина Е.А., преподаватель
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь,
Перескоков А.С., студент,
Якубов Т.С., студент,
«Крымский университет культуры, искусств и туризма»,
г. Симферополь,

E. A. Tropina Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol
A.S.Pereskokov, student,
T.S. Jakybov, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,
Simferopol

Аннотация

Рассматривается состояние, тенденции и перспективы развития религиозного туризма на региональном уровне; предлагается классификация религиозного туризма; исследуется мотивация религиозных туристов и паломников, дается в качестве примера историко-культурная характеристика наиболее значимым объектам православного религиозного туризма Самарской области, анализируется их современное положение в системе индустрии туризма и рекреации.

Annotation

the paper considers the state, tendencies and prospects of development of religious tourism in the Samara region; classification of religious tourism; examines the motivation of religious tourists and pilgrims, the historical and cultural characteristics of the most significant

objects of an Orthodox religious tourism of the Samara region is given, and their current situation in the industry of tourism and recreation is analyzed.

Ключевые слова: идентичность, культура, менталитет, традиции, ценности, убеждения, культурный код, социокультурный тип, система, ландшафт, образ края, религиозный туризм, паломничество, церкви, монастыри.

Key words: identity, culture, mentality, traditions, values, beliefs, cultural code, sociocultural type, system, the landscape, the image of the region, religious tourism, the pilgrimage, churches, monasteries.

Введение. Просветительская деятельность в туристической сфере является важным фактором поддержания духовно-культурных процессов на различных уровнях функционирования социума. Это укрепляет прямые и обратные меж поколенные связи в культурных системах и обусловливает оригинальное сочетание в российской национальной культуре традиций и инноваций.

Цель исследования – на примере Самарской области, изучить сущность религиозного туризм и паломничества, а также особенности организации, проблемы и перспективы развития данного направления.

Результаты исследования. Выделяют следующие разновидности религиозного туризма: паломнический туризм, религиозный туризм экскурсионной направленности и научный туризм религиозной тематики (с религиоведческими целями). По особенности организации поездок религиозный туризм может быть, как организованным, так и неорганизованным.

Понятия «религиозный туризм» и «паломничество» нельзя смешивать. Их главное отличие заключается в том, что религиозный туризм имеет своей целью получение новых знаний, паломничество же носит чисто религиозный характер. Паломничество предполагает определённое отношение человека к действительности. Паломник в большинстве случаев глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей. В настоящее время паломники широко пользуются услугами туристской индустрии. Некоторые туристские фирмы и большинство паломнических служб устраивают туры исключительно для верующих.

В рамках религиозного туризма экскурсионной направленности предполагается посещение религиозных святынь и памятных мест, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты – памятники архитектуры, побывать в музеях и на выставках. Объекты туристского интереса в таких поездках могут быть: архитектурные ансамбли, монастыри, церкви, иконы, мощи святых, святые источники. Эти поездки обычно не столь продолжительны, как паломничества верующих, рассчитаны на детей и взрослых, организуются в любое время года и не привязаны к культовым праздникам.

Организацией религиозного туризма в России занимаются паломнические службы при храмах и монастырях, и туристические фирмы. Есть

примеры, когда паломнические службы организационно независимы, при этом имеют благословение правящего архиерея. Очень немногие паломнические службы зарегистрированы как туроператоры, эта деятельность не нуждается в лицензировании деятельности. Паломнические службы, по сути, выполняют функции туристских агентств. В связи с этим им легче, чем туристским фирмам, организовывать свою работу. Большинство туристских фирм, предлагающих религиозные туры, не имеют благословения церкви.

Особенности организации религиозного тура исходят из причин, по которым люди совершают религиозные поездки. Для верующих граждан главная цель паломничества – совершение религиозного обряда, участие в богослужении. Для обыкновенных туристов со светскими целями предлагаются экскурсионные туры религиозной тематики. Отсюда исходят отличия внутренних принципов организации религиозного туризма в паломнических службах и туристских фирмах. Паломническая служба организует поездку для верующих людей таким образом, что она начинается с соборной молитвы по разработанному молитвенному правилу. Далее идет рассказ сопровождающего по теме поездки о житии святого или празднике, истории обретения святыни или истории образования монастыря, храма. По прибытии в святое место люди принимают участие в богослужении с исповедью и причастием для желающих. После службы церковные служащие проводят экскурсию, паломники общаются со священнослужителями, посещают святые источники.

Паломническая служба, также как и туристическая фирма, должна подготовить руководителя группы к религиозной поездке. Он должен четко представлять себе, что его задача в религиозной поездке не личная молитва и участие в богослужениях, а забота о группе, в том числе, духовно-культурное наполнение досуга.

В отличие от паломнической службы, работники туристических фирм в религиозной поездке уделяют особое внимание организации экскурсионной работы. Экскурсия сочетает в себе такие функции, выполнение которых позволяет реализовать светские цели туристов. Во-первых, это функция организации культурного досуга. Во-вторых, функция расширения культурного кругозора. В-третьих, функция образовательная.

Особенности организации религиозного тура и паломничества связаны с подготовкой маршрута. После того, как принимается решение о подготовке поездки в какое-то новое место, начинается подготовительный этап. Это составление маршрута, то есть наиболее удобного пути следования группы, способствующего наиболее полному раскрытию темы. Маршрут поездки определяет порядок показа объектов, последовательность их осмотра. Уточняется адрес и подъездные пути, маршрут наносится на карту-схему. На следующем этапе производится объезд или обход маршрута следования, проверяется состояние дорог, места для возможных санитарных остановок, делается приблизительный расчет времени, затрачиваемого на

дорогу. Заранее до отъезда организаторы берут благословение на приезд паломников и туристов. Организаторы учитывают, к каким святыням будет открыт доступ, расписание богослужений.

Разберем в качестве примера такую деятельность в Самарской области. Из анализа предложений туристских фирм и паломнических служб области можно сделать вывод о том, что религиозный внутренний туризм вполне перспективен для региона. Этой деятельности способствует наличие привлекательных для туристов религиозных объектов, туристских фирм и паломнических служб, занимающихся организацией религиозных маршрутов по территории Самарской области, а также наличие постоянного спроса [1].

Так, в Самарской области и близлежащих регионах под патронажем и при поддержке Русского культурного центра (г. Тольятти) за последние годы значительно возросло количество туристов, отправляющихся в путешествие с религиозно - познавательными и паломническими целями. Особый интерес и большой популярностью у религиозных туристов пользуются такие объекты культурного наследия России, как Покровский кафедральный собор и Иверский монастырь в Самаре, величественный пятиглавый Казанский собор в Сызране, чудотворные источники Самарской епархии (село Съезжее, Мухеновский родник во имя святителя Николая, Никольский – в Урочище Каменная чаша другие) [2].

Основной поток религиозного туризма в регионе (как и во всей России) приходится на внутрироссийские направления. Определяющим тут, естественно, является не столько финансовая составляющая путешествий. Регулярное посещение таких святых мест издревле входило в обыденную жизнь людей. [3].

Вывод: Религиозный туризм помогает людям прикоснуться к древним традициям, восстановить связь времен и в какой-то мере блокировать отрицательные формы снятия эмоционального напряжения. Сейчас создается уникальная ситуация для ряда российских регионов, включая и Самарскую область, по использованию своих богатых культурных ресурсов на новом витке развития цивилизации. Восстановить и возродить прежнюю традиционную культуру невозможно. Однако действительность показывает, что лучшим способом удержания достижений прошлого является аккумуляция и превращение их в социальные ценности с целью создания принципиально новой культуры, сохраняющей через институты культуры внешнее подобие (фрактальность) своим прототипам.

Список использованных источников

1. Lepeshkina L.Yu., Ovsyannikov V.P. Funeral rites in life cycle of ethnos as a mechanism of its cultural identification // World Applied Sciences Journal 29 (5): 600-604, 2014. – http://idosi.org/wasj/wasj29(5)14/2. pdf

2. Suvorova P.E., Ovsyannikov V.P. Cultural code in poetic text of the XX century //World Applied Sciences Journal 29 (4): 489-492, 2014. – http://idosi.org/wasj/wasj29(4)14/5.pdf

3. Тоффлер, Э. Шок будущего: Пер. с англ. / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 557 с.

УДК 504.6

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL TOURISM IN THE SYSTEM OF SPECIALLY PROTECTED NATURAL TERRITORIES OF THE KAMCHATKA REGION

Тюрин А. Н.,

к.г.н., доцент

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», г. Оренбург

Tyurin A. N.,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
Orenburg State Pedagogical University,
Orenburg

Аннотация

В статье анализируется современное состояние и распределение сети особо охраняемых природных территорий Камчатского края. Рассматриваются факторы, влияющие на развитие сети особо охраняемых природных территорий Камчатки. Отмечается, что территория края мало нарушена антропогенным воздействием, природные комплексы высоко насыщены геологическими образованиями и разнообразной биотой, географическое положение Камчатки и близость Тихого океана создают экстремальные условия для развития экологического туризма.

Annotation

The article analyzes the current state and distribution of the network of specially protected natural areas of the Kamchatka Territory. Factors affecting the development of the network of specially protected natural areas of Kamchatka are considered. It is noted that the territory of the region is not badly damaged by anthropogenic impact, natural complexes are highly saturated with geological formations and a diverse biota, the geographical location of Kamchatka and the proximity of the Pacific create extreme conditions for the development of ecological tourism.

Ключевые слова: особо охраняемые природные территории, заповедники Камчатки, охрана природы, экологический туризм.

Keywords: specially protected natural areas, nature reserves of Kamchatka, nature protection, ecological tourism.

Введение. В основе организации местным населением Камчатки запретных для охоты и посещения мест, известные как «соболиные запуски», – первых особо охраняемых природных территорий (далее – ООПТ) лежала исключительная сознательность камчатских народностей в использовании природных богатств. Соболь и морской бобр (калан) традиционно почитались у местного населения как объекты особой охраны. Богатейшими для воспроизводства соболей считались «Кроноцкие», «Асачинские» и «Укинские» угодья. История формирования государственной сети ООПТ Камчатки начинается с образования в 1882 г. (на основании изданных по инициативе местного населения императорских указов) Асачинского заповедника, включающего большую территорию южной Камчатки с мысом Лопатка, где запрещалась охота на соболя и морских бобров, а также Кроноцкого заповедника, где запрещалась охота на соболя, снежного барана, дикого северного оленя и речную выдру. Долгое время режим охраны в этих заповедниках поддерживался традициями местных охотников и казачьими разъездами. В дальнейшем, благодаря усилиям как населения, так и уже советских властей, удалось сохранить от хищнического истребления японскими и американскими заготовителями пушнины каланов южной Камчатки, асачинских и кроноцких соболей. С 1960-х гг. усилиями охотоведов и орнитологов на Камчатке был создан уникальный комплекс государственных заповедников и биологических заказников, ориентированных на сохранение охотничьих, в том числе интродуцированных, видов животных, редких и мигрирующих видов птиц. Массовое создание памятников природы пришлось на период 1970-х – начало 1990-х гг. Первые природные парки на Камчатке были созданы в середине 1990-х гг.

Цель исследования. В конце XX века Камчатка была одним из немногих регионов Российской Федерации, имеющих целостную систему особо охраняемых природных территорий, занимающих 14,5% площади Камчатского края. Это 121 объект из которых шесть это объекты федерального значения [4].

Принимая во внимание разнообразие и уникальность природных объектов на территории Камчатского края, возникает вопрос о целесообразности использования их для туристских целей, что и явилось целью нашего исследования и экспедиционных выездов на полуостров. Создание экотуристских маршрутов непосредственно на территории ООПТ и близлежащем окружении возможно, поскольку это решает задачи в области экологиче-

ского просвещения населения. Важное условие освоения природного туристского пространства Камчатки – транспортная доступность к туристским зонам и объектам.

Результаты исследования. Можно ли разумно совместить требования охраны на ООПТ и туризм? Думается, что можно. Но для этого, по нашему мнению, нужно полностью отказаться от массового вертолетного туризма, например, непосредственно в Долину гейзеров и кальдеру Узон на Камчатке. Надо ввести в практику пешеходные маршруты в эти места. Туристов следует завозить вертолетами или морским транспортом на промежуточные базы на сопредельных территориях, отстоящих от уникумов, по крайней мере, на десяток километров. Там оборудовать кемпинги со всеми удобствами, с возможностью выхода в Интернет и оттуда водить желающих, кстати, соответственно экипированных, в Долину гейзеров и в Узон на несколько часов. Это будет выгодно и туристическим фирмам, и реально позволит снизить техногенный прессинг на легкоранимую природу. На этих промежуточных базах разумно устраивать локальные выставки достопримечательностей, фотографий, организовать продажу сувениров, читать познавательные лекции, показывать видеофильмы. Хорошо подготовленные гиды должны будут объяснять посетителям правила нахождения на ООПТ, научить их жить в гармонии с дикой природой. В таком случае посетители действительно и получат максимальную информацию о местности, удовлетворят свою любознательность, повысят свой общеобразовательный уровень и на практике научатся любить и уважать природу. Особенно это актуально для молодежи, которая порой увлекается вседозволенностью. Одна из фундаментальных проблем региона – судьба дикого тихоокеанского лосося, национального и мирового достояния.

Необходима государственная программа по сохранению тихоокеанского дикого лосося именно на Камчатке, где еще в достаточной степени функционирует природная среда воспроизводства лосося. Специфика уникальных территорий, которые и получили статус особо охраняемых, заключается как раз в том, чтобы сохранить для потомков эти места в состоянии, наиболее близком к первозданному. Но чтобы сохранять, надо знать суть сохраняемого. Поэтому, на первом месте в ООПТ должна стоять наука. Научные исследования должны иметь приоритет. Это вторая составная часть проблемы ООПТ [1, 2].

Не следует забывать, что изученность биологического разнообразия Камчатского края, особенно его северных территорий, остается достаточно низкой и мы вынуждены работать с ограниченным объемом информации, поэтому выводы не являются достаточно объективными. Работы по изучению как видового разнообразия, так и инвентаризация экосистем, сообществ и местообитаний должны быть продолжены на современном уровне и служить основой для составления тематических карт, уточнения схем районирования и формирования объективных представлений о состоянии природных комплексов региона и необходимости их охраны [5].

Выводы. Был разработан перечень ООПТ, нуждающихся в реорганизации или аннулировании данного статуса: в него включены 4 территории (природные парки, составляющие единый объект управления). Признаны соответствующими научным принципам построения региональной систем ООПТ и нормам федерального законодательства 86 территорий регионального значения, 70 памятников природы. В качестве приоритетных проектируемых ООПТ рассматриваются территории, ранее зарезервированные в Корякском округе под существовавшие биологические заказники, водно-болотные угодья международного значения (зоологические заказники «Река Морошечная» и «Утхолок», памятник природы «Остров Карагинский», кластерный участок «Парапольский дол») и ООПТ, для которых подготовлены обоснования их создания, – комплексный заказник «Река Еловка» и заказники для сохранения прежде всего нерестилищ тихоокеанских лососей. Ряд этих территорий рекомендован к охране по нескольким основаниям, что усиливает необходимость их создания (восстановления). При составлении перечня планируемых ООПТ на период до 2025 г. и на перспективу после 2025 г. были учтены все научно обоснованные и получившие поддержку в ходе обсуждений предложения, которые не противоречат идее создания сбалансированной репрезентативной системы ООПТ, вписывающейся в планы социально-экономического развития Камчатского края. Планирование развития системы ООПТ осуществлялось с учетом возможного (в долгосрочной перспективе) изменения статуса ряда территорий с регионального на федеральный [3].

В 2012 г. схема прошла всестороннее общественное обсуждение (в том числе одобрена на научных и научно-практических конференциях) и доработку в рамках созданной при Министерстве природных ресурсов и экологии Камчатского края межведомственной рабочей группы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карпов Г.А. Состояние природы и экологические проблемы камчатского края в начале XXI века. Москва, 2015. – С. 80-86.

2. Косарева Н.В. Основные аспекты и задачи развития экологического туризма в Камчатском крае. Липецк: Научное партнерство «Аргумент», 2015. – С. 67-73.

3. Пузырёва Е.С. Особо охраняемые природные территории Камчатского края: современное состояние и перспективы развития. – Оренбург: Экспресс-печать, 2017. – С. 122-131.

4. Тюрин А.Н. Камчатка: основные тенденции и динамика развития экологического туризма в регионе. – Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2016. – С 268-270.

5. Чернягина О.А. Анализ репрезентативности сети ООПТ Камчатского края. – Петропавловск-Камчатский: Камчатпресс, 2009. – С. 191-196.

УДК 911.8

ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУАПСИНСКОГО РАЙОНА

TRAVEL AND RECREATIONAL PECULIARITIES OF TUAPSIN DISTRICT

Церенова М.П.
Филиал ФГБОУ ВО "РГГМУ" в г.Туапсе

M.P.Tserenova
Branch of the "Russian state hydrometeorological University" in Tuapse

Аннотация

Туапсинский район обладает уникальными рекреационными ресурсами и имеет ряд преимуществ перед другими регионами Черноморского побережья России. Несмотря на это, проблема развития курорта остается актуальной и на сегодняшний день. В статье рассматриваются рекреационные особенности Туапсинского района и дается оценка туристско-рекреационного потенциала.

Annotation

Tuapse district has unique recreational resources and has a number of advantages over other regions of the black sea coast of Russia. Despite this, the problem of the development of the resort remains relevant today. The article considers the recreational features of Tuapse region and assesses the tourism and recreational potential.

Ключевые слова: Туапсинский район, рекреационные ресурсы, туристско-рекреационная деятельность.

Keywords: Tuapse district, recreation resources, tourist and recreational activities.

Введение. Проблема развития курортов России остается актуальной и на сегодняшний день. Краснодарский край, территория которого омывается водами Азовского на северо-западе и Чёрного на юго-западе морей, на большей своей территории обладает благоприятным климатом и богатой растительностью, что позволяет отнести край к зоне рекреации, особенно это, относится к береговой зоне края. В последнее время Большой Сочи, Геленджик, Анапа стали популярными местами проведения отпуска жителями России и других стран [3]. Важное место в системе рекреационного районирования России может занять и Туапсинская курортная зона.

Очевидно, что Туапсинский район недооценен потенциальными туристами, возможно, сдерживающим фактором развития рекреационной деятельности на территории района является развитая промышленность города Туапсе, являющегося административным центром района. Но площадь района составляет 2366 км^2 и его рекреационный потенциал очень велик.

Цель исследования. Рассмотреть рекреационные особенности Туапсинского района и дать оценку туристско-рекреационного потенциала территории.

Результаты исследования. Туапсинский район обладает уникальными рекреационными ресурсами - десятки километров разнообразных пляжей (галечные и песчаные), теплое море, зеленые горы и благоприятный климат. Положительным фактором развития туристско-рекреационной деятельности является удобное местоположение района для целевого рынка спроса – Краснодар, Ростов-на-Дону, Ставропольский край.

Основными факторами, определяющими развитие туристско-рекреационной деятельности района являются не только море и пляжи, климат, леса, горный рельеф, но и объекты познавательного значения. На территории района находится более 50 памятников природы, в том числе Агрийский и Туапсинский заказники. На побережье располагается более 250 здравниц различного типа, люди любого достатка могут найти здесь полный набор лечебных и оздоровительных факторов.

Туапсинский район удобно расположен на юго-западе Краснодарского края, между курортами Большой Сочи и Геленджик, имеет статус курортного района краевого значения. В состав Туапсинской приморско-курортной зоны входят пять курортов: гп. Джубга, гп. Новомихайловский, п. Небуг, п. Гизель-Дере, с. Шепси. Протяженность Туапсинского района вдоль Черноморского побережья 80 км.

Практически весь район находится в пределах Главного Кавказского хребта и его отрогов. Покрытые широколиственными лесами южные склоны хребта круто спускаются прямо к берегу Черного моря, северные отроги полого уходят в сторону Кубанской равнины, с запада на восток горы постепенно повышаются. Туристская привлекательность района обязана уникальному рельефу, сочетающему пологие формы рельефа с горными хребтами и речными долинами. В горах Туапсинского района интенсивно развиваются карстовые процессы, много небольших пещер карстового и тектонического происхождения, имеются гроты. Прибрежная зона представлена удобными морскими террасами, но местами берег высокий, обрывистый, сложенный флишами [2].

В Туапсинском районе сотни небольших порожистых рек и речек преимущественно горного типа, отличающихся наличием множества водопадов. К сравнительно крупным рекам района относят реки - Джубга, Шапсухо, Нечепсухо, наиболее значимой рекой района является р. Туапсе, имеющая водохозяйственное значение для города.

Важным фактором, влияющим на климат района является количество поступающей солнечной радиации. Район расположен на 44° с.ш. и с марта по октябрь включительно полуденная высота солнца достигает 67°. В течение года в Туапсе наблюдается 2342 часа солнечного сияния, что больше, чем в Сочи (2150 часов). На протяжении большей части года Туапсинский

район получает достаточное количество физиологически активной ультрафиолетовой радиации, оказывающей положительное воздействие на организм человека и следовательно, можно сказать, что в районе складываются благоприятные условия для развития климатолечения – гелиотерапии [1].

Удобное географическое положение наряду с морем и сравнительно высокими горами создает уникальное сочетание климата, растительности и лечебных факторов. Здесь нет летней духоты, как в тропических странах, снега в некоторые зимы не бывает вообще, много вечнозеленой растительности [2].

Климат Туапсинского района переходный - от влажного субтропического к сухому субтропическому и характеризуется жарким, сравнительно сухим летом и мягкой теплой зимой. Переход от зимы к лету сглаженный, осень и весна не имеют четких границ, поэтому выделяют два периода года: теплый, длящийся с марта по октябрь и холодный - с ноября по февраль.

Важным климатообразующим фактором Туапсинского района является Черное море, поэтому климат на большей территории морской. Температура воды в море зимой не опускается ниже +7ºС, летом вода прогревается до 25 – 26ºС. Купальный сезон длится с конца мая по октябрь, когда море прогревается до комфортной температуры. Среднегодовая температура воздуха в Туапсе составляет 13ºС выше нуля, самый холодный месяц – февраль (средняя температура около +5ºС), самый теплый – август (+24,3ºС).

Годовое количество осадков составляет 1280 мм, большая часть из них выпадает в холодный период, зимние осадки отличаются обложным и затяжным характером. Летние осадки носят характер кратковременных ливней, которые нередко сопровождаются грозами. Влажность воздуха в районе Туапсе около 70%, что ниже чем в Сочи, следовательно и климатические рекреационные условия в Туапсинском районе более благоприятные. Ветры наблюдаются в течение всего года, но летом устанавливается спокойная, штилевая погода, в береговой зоне наблюдается бризовая циркуляция.

Из-за разницы высот Кавказских гор в разных частях района климат на территории неодинаков. Четко прослеживается климатический контраст и территорию района можно разделить на две зоны – приморскую и горную.

Климат района, подверженный влиянию гор – типично горный, более суровый. Характеризуется теплым летом, среднесуточная температура колеблется в пределах от 16 до 20°С, мягкой зимой с отрицательными температурами и неустойчивым, маломощным снежным покровом – до 70см. Исключением является северо-восточный район горы Семиглавой (высота 1425м над уровнем моря), где устойчивый снежный покров может сохраняться до конца мая.

Большую рекреационную и оздоровительную ценность представляют леса, занимающие около 90 % территории района, имеющие климаторегулирующее значение. На протяжении всей территории района, леса выходят к морскому побережью, что благоприятно влияет на состояние воздушного

бассейна и позволяет активно использовать их в рекреационном процессе. В долинах рек, впадающих в море, растут вторичные леса – ольха, тополь, ивы, а на береговых обрывах растет сосна Станкевича, сосна Крымская, можжевельники. Встречаются представители Колхидской флористической провинции – иглицы, самшит, тис ягодный, акация серебристая.

Вблизи поселков Агой, Небуг, Тюменский, аула Малое Псеушхо, имеются месторождения минеральных вод, по своим свойствам, не уступающим водам Мацесты и Ессентуков. Всего на территории района выявлено более 75 перспективных участков распространения минеральных вод мощностью около 2 000м^3/сутки, в том числе, 18 месторождений пресной воды, 56 – лечебно-столовой и 1 – сильноминерализованой воды [2].

Выводы. На сегодняшний день в Туапсинском районе, несмотря на обладание уникальными рекреационными ресурсами, проблема отдыха и лечения в регионе решена не полностью. Важнейшими проблемами функционирования Туапсинского курорта на современном уровне остаются: малое количество круглогодичных курортных учреждений, недостаточный уровень развития социальной инфраструктуры, в том числе пляжных территорий, слабое развитие района, как бальнеологического курорта, не решена проблема организации кратковременного отдыха (1-2 дня).

Несмотря на существующие проблемы, индустрия туризма в Туапсинском районе, медленно, но развивается. По Туапсинскому району разработано около 30 туристических маршрутов, из них 15 – многодневных, 8 из которых рассчитаны на подготовленных туристов.

Можно сказать, что в будущем, Туапсинский район станет прекрасным климатическим курортом, сочетающим различные виды отдыха - морские купания с отдыхом в горах, туризмом и альпинизмом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сергин С.Я, Яйли Е.А., Цай С.Н., Потехина И.А. Климат и природопользование Краснодарского Причерноморья. СПб.: Изд-во РГГМУ, 2001. 189 с.

2. Пихун А.Б. Туапсинский регион. //Популярный историко-географический очерк. Туапсе: Изд. Туапсе, 2007. 102 с.

3. Церенова М.П. Мобильное приложение как эффективный инструмент продвижения Туапсинского района на Российский международный туристический рынок. //Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: иновационные подходы. Материалы Y Междунар. науч-практ.конф. Краснодар: Изд. Кубанский гос. ун-т, 2017. С. 25 – 29.

СЕКЦИЯ 8.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКЛАСТЕРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАМКАХ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

УДК 338.48-025.27(470.6)

СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР: ИСТОРИЯ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ

NORTH-CAUCASIAN TOURISM CLUSTER: HISTORY AND DEVELOPMENT DYNAMICS

Миненкова В.В., к.г.н., доцент
Волкова Т.А., к.г.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар

V.V. Minenkova,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor,
T.A. Volkova,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor,
Kuban State University, Krasnodar

Аннотация

В статье рассматривается история развития туризма на Северном Кавказе, а также этапы формирования и развития Северо-Кавказского туристического кластера.

Annotation

The article considers the history of tourism development in the North Caucasus, as well as the stages of formation and development of the North Caucasian tourist cluster.

Ключевые слова: Северо-Кавказский туристический кластер, туризм, история развития.

Key words: The North-Caucasian tourist cluster, tourism, history of development.

Введение. Северный Кавказ обладает уникальными природными и культурно-историческими рекреационными ресурсами, которые позволяют развивать большинство популярных на сегодняшний день видов туристско-рекреационной деятельности. История развития и изучения его туристско-рекреационного потенциала и направлений использования начинается с советских времен и активно продолжается в настоящее время. В 2010 г. на терри-

тории Северного Кавказа начат масштабный проект создания и развития туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО), Краснодарском крае и Республике Адыгея. Развитие кластера проходит неравномерно как с точки зрения финансирования мероприятий, так и с точки зрения территориально-пространственной организации.

Цель исследования. В данной работы исследуется история формирования Северо-Кавказского туристического кластера, динамика его развития и современное состояние рекреационной сети субъектов Северного Кавказа.

Результаты исследования. Согласно трудам Мироненко В.С. и Твердохлебова И.Т. (1981), Северный Кавказ относился к первой рекреационной зоне СССР (вместе с югом Украины, республиками Закавказья и Нижним Доном), в которой было сосредоточено более 50% всесоюзных маршрутов, около 40% санаториев, 1/3 часть домов и пансионатов отдыха, почти ¾ альпинистских лагерей и для которой была характерна очень высокая степень плотности туристско-рекреационных сетей. Освоению этой зоны на всех этапах развития ее рекреационного хозяйства уделялось главное внимание. [4]

И сегодня на территориях субъектов Северного Кавказа располагаются высокоразвитые рекреационные системы (Большой Сочи, Кавказские Минеральные Воды, горнолыжные курорты Приэльбрусья, Домбай). Исторически в пределах Северо-Кавказского рекреационного макрорайона сформировались несколько функциональных типов районов: купально-пляжный, лечебно-оздоровительный, экскурсионно-познавательный, спортивно-туристский. За последние почти 40 лет территориально-пространственная организация рекреационной отрасли на Кавказе не претерпела существенных изменений: основная масса турцентров и сегодня расположена в Причерноморском и Горнокавказском рекреационных районах.

Современный туристско-рекреационный комплекс Северного Кавказа находится в стадии своего относительно динамичного развития. Произошло это благодаря ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», которая определила СКФО как одну из приоритетных территорий, на опережающее социально-экономическое развитие которых направлена реализация мероприятий ФЦП. Важную роль в развитии региона сыграли постановление Правительства РФ от 14.10.2010 г. №833 «О создании туристического кластера в СКФО» и государственная программа РФ «Развитие СКФО на период до 2025 года».

Изначально туристический кластер создавался на территории СКФО, Краснодарского края и Республики Адыгея и предполагал создание туристско-рекреационных особых экономических зон на территориях Зеленчукского района Карачаево-Черкесской Республики, Апшеронского района Краснодарского края на земельных участках, определяемых соглашением о создании туристско-рекреационной особой экономической зоны, Майкопского района Республики Адыгея, Черекского, Чегемского, Эльбрусского районов Кабардино-Балкарской Республики, Алагирского и Ирафского районов Республики Северная Осетия-Алания и Хунзахского района Республики

Дагестан. Чуть позже (2011 г.) территория кластера была увеличена почти в 2 раза за счет включения в его состав Джейрахского и Сунженского районов Республики Ингушетия, а также Каспийского прибрежного кластера Республики Дагестан (постановление Правительства РФ №1195). В конце 2012 г. в состав кластера вошла туристско-рекреационная особая экономическая зона на территориях городов-курортов Ессентуки, Железноводск, Кисловодск, Пятигорск, г. Лермонтов, Минераловодского МО и Предгорного МО Ставропольского края (постановление Правительства РФ №1434), в 2013 г. – особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Ведучи» на территории Итум-Калинского МО Чеченской Республики (постановление Правительства РФ №865).

После этого началась активная работа по развитию кластера: утверждение планов материально-технического оснащения курортов, проектов планировки их территорий, заключение соглашений с организациями для строительства, эксплуатации, технического обслуживания материально-технической базы горнолыжных курортов, созданию системы мер для обеспечения безопасности отдыха в горах, проведение рекламно-просветительских мероприятий в целях популяризации курортов Северного Кавказа. В 2012 г. была разработана Концепции обеспечения трудовыми ресурсами СКФО, Краснодарского края и Республики Адыгея с учетом создания на их территории туристического кластера, которая была актуализирована в 2014 г.

Однако в сентябре 2017 г. досрочно было прекращено существование особых экономических зон в Ставропольском крае, Краснодарском крае, Республике Адыгея и Республике Северная Осетия-Алания, также уменьшена территория ОЭЗ в Кабардино-Балкарской Республике за счет исключения из состава ОЭЗ Черекского и Чегемского районов республики (постановление Правительства РФ №978 и №980).

Изначально Северо-Кавказский туристический кластер находится под управлением АО «Курорты Северного Кавказа» (создано в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. № 833) и в настоящее время включает в себя семь всесезонных туристско-рекреационных комплексов (ВТРК): «Лагонаки» (Краснодарский край и респ. Адыгея), «Архыз» (Карачаево-Черкесская респ.), «Эльбрус» (Кабардино-Балкарская респ.), «Мамисон» (респ. Северная Осетия-Алания), «Армхи» и «Цори» (Республика Ингушетия), «Ведучи» (Чеченская респ.), «Матлас» (ОЭЗ на территории муниципального образования «Хунзахский район», респ. Дагестан). Кластер также включает бальнеологический кластер (Ставропольский кр.) и Каспийский прибрежный кластер (респ. Дагестан).

Еще в 2016 г. Правительство РФ своим постановлением обновило программу реализации проекта создания туристического кластера в СКФО и утвердило его осуществление в 2 этапа: первый этап (до 2023 года) – строительство наиболее перспективных курортов туристического кластера, второй этап (до 2040 года) – эксплуатация курортов, созданных на первом этапе, и строительство других курортов. В настоящее время АО «Курорты Северного

Кавказа» осуществляет эксплуатацию двух горнолыжных курортов международного уровня – ВТРК «Архыз» и «Эльбрус». В рамках реализации первого этапа проекта туристического кластера к 2023 г. к числу эксплуатируемых курортов добавится ВТРК «Ведучи», который в зимнем сезоне 2017-2018 гг. впервые начал обслуживание туристов. Развитие курортных комплексов Восточного Кавказа пока сложно назвать динамичным.

При безусловном лидерстве Краснодарского края (среди курортов Северного Кавказа) данные статистики свидетельствуют о максимальном туристском потоке в Ставропольский край, Дагестан, Кабардино-Балкарию и Карачаево-Черкессию. Это неудивительно, именно эти территории обладают относительно развитой туристской инфраструктурой. Известнейшие курорты (Кавминводы, Дербент, Кизляр, Приэльбрусье, Домбай) по-прежнему популярны среди поклонников тех видов туризма, которые развиваются на Северном Кавказе.

Показатели инвестиционной деятельности Северо-Кавказского туристского кластера позволяют говорить о благоприятном инвестиционном климате и о привлекательности туристско-рекреационного комплекса региона, что в свою очередь окажет мультипликативный эффект на развитие экономики и социальной сферы всего Юга России [3]. Стратегической задачей развития туризма в субъектах Северного Кавказа остается стимулирование создания новых туристических центров помимо уже существующих курортов. Реализация новых инвестиционных проектов позволит ускорить процесс обновления основных фондов отрасли, усилит конкуренцию и качество предоставляемых услуг, позволит диверсифицировать туристский продукт, увеличит плотность рекреационных зон и уровень инфраструктурной освоенности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Альпы-Кавказ. – М.: Наука, 1980. – 325 с.
2. Миненкова В.В. Инвестиции в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края: оценка эффективности и территориальная дифференциация: монография / В.В. Миненкова, Д.В. Максимов, Т.А. Волкова и др. – М., Берлин: Директ-Академия, 2017. – 216 с.
3. Миненкова В.В. Инвестиционная привлекательность Северокавказского туристского кластера как фактор социально-экономического развития Юга России / В.В. Миненкова, А.В. Коновалова // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития: материалы VI межд. науч.-практ. конф., пос. Небуг, 11-15 апреля 2018 г. С. 313-316.
4. Мироненко Н.С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1981. – 207 с.
5. Официальный сайт АО «Курорты Северного Кавказа». URL: http://www.ncrc.ru.

СЕКЦИЯ 9.

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

УДК 338.486

МЕСТО ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

THE PLACE OF THE INDUSTRY OF TOURISM IN THE FORMATION OF THE IMAGE REGIONAL POLICY

Белкина С.В., преподаватель
кафедры туризма,
аспирант 1 курса кафедры
философии, культурологии и
гуманитарных дисциплин
ГБОУ ВО РК «Крымский
университет культуры,
искусств и туризма»

S. V. Belkina, lecturer
of the Department of tourism,
post-graduate student of
the 1st course of the Department
philosophy, cultural studies and
humanitarian disciplines
"Crimean University
of culture, the arts and tourism»

Аннотация

В исследовании определено место индустрии туризма в формировании имиджевой политики региона, а также рассмотрены особенности имиджа и бренда Республики Крым.

Annotation

The research defined place of the tourism industry in the formation of the image policy of the region and examined the features of the image and brand of the Republic of Crimea.

Ключевые слова: туризм, имиджевая политика, имидж региона, бренд региона.

Keywords: tourism, image policy, image of the region, brand of the region.

Введение. Являясь приоритетным сектором экономического и социального развития в России, туристская индустрия способствует повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности регионов. В этой связи в современных условиях становится особо актуальным определение роли

туризма в формировании благоприятной имиджевой региональной политики.

Цель исследования. Определить место индустрии туризма в формировании имиджевой политики региона в современных условиях.

Результаты исследования. Всесторонний анализ развития территорий, как отмечают В.М. Белоусов и Н.З. Губнелова, «помимо социально-экономических, политических и социокультурных проблем, включает разноаспектные символические составляющие, представленные феноменами регионального имиджа и региональных брендов» [1, с. 51]. Имидж региона, по мнению А.М. Сузи, представляет собой его «стереотипизированный образ <…> в массовом сознании, формируемый под влиянием как целенаправленных усилий регионального сообщества, так и не зависящих от него потоков информации» [8, с.9]. Также имидж региона можно рассматривать как определенный образ, формируемый в сознании человека, на который оказывает влияние информация, поступающая из внешней среды. Например, И.Я. Рожков считает, что «на формирование имиджа государства, региона влияют не столько объективные показатели его состояния, воплощенные в цифрах и фактах, сколько неосязаемые – ассоциации, мифологемы» [7, с.6].

Синонимичным понятием, употребляемым наряду с понятием региона, является концепт «территория», имидж которой, по мнению О.В. Понукалиной и Л.В. Логиновой, «широко применяемый инструмент, стимулирующий территориальное развитие, способствующий повышению узнаваемости, привлекательности территории и ее популяризации, как среди местных жителей, так и среди гостей, туристов, инвесторов» [6, с.70].

Таким образом, имидж региона используется как инструмент инвестиционной привлекательности и конкурентный ресурс. Он формируется на основании территориального потенциала, например, туристских ресурсов (природных, культурных, рекреационных и т.д.). Анализируя потенциал Республики Крым, отметим, что она имеет все необходимые ресурсы для развития новых видов туризма: кинотуризма, гастрономического, военно-патриотического, экстрим-туризма, подводного, конного, этнографического и др. В Крыму создаются перспективные проекты, направленные на формирование его благоприятного имиджа. Например, в рамках VI туристского форума «Открытый Крым» в Симферополе 20 февраля 2018 года Министерством курортов и туризма Крыма был представлен туристский проект «Винная дорога Крыма», благодаря которому будет создан специальный маршрут для туристов, интересующихся виноградарством и виноделием.

Необходимо отметить, что уникальность и неповторимость каждого региона лежит также в основе процесса брендирования его территорий. Бренд региона, по мнению А.М. Сузи, рассматривается как «притягательный образ региона, мотивирующий человека взаимодействовать с данным регионом» [8, с.9]. Эффективный бренд дает возможность показать уникальность, неповторимость региона, а также находит поддержку у потребителей и населения, способствуя повышению уровня его конкурентоспособности.

По мнению В.М. Белоусова и Н.З. Губнеловой, «бренд региона является инструментом реализации стратегии развития территории, аккумулируя интересы его населения, инвесторов, бизнеса и власти, и ориентирован на повышение жизненной мотивации жителей региона, роста их благосостояния и благополучия» [1, с. 52].

Знаменитый специалист в области брендинга С. Анхольт, в рамках предложенного им комплексного подхода к брендингу территорий (в исследованиях также употребляются такие названия, как «концепция конкурентной идентичности» и «шестиугольник Анхольта»), определил шесть элементов современного бренда территории, к которым относятся туризм, политика, культура и наследие, население, экспортируемые бренды, инвестиции и иммиграция (см. [9, с. 26]). В соответствии с данным подходом, важными элементами формирования бренда Республики Крым являются туристский потенциал и культурно-историческое наследие, которые тесно связаны с формируемой политикой (в том числе имиджевой), уровнем миграции, инвестициями, направленными на развитие существующей инфраструктуры и т.д. А.В. Овруцкий отмечает, что «практически все крупные бренды, вне зависимости от сегмента рынка, начали активно формировать программы брендового туризма» [4, с.101]. По мнению, Д.Ю. Никитиной, бренд туристской территории является «вершиной пирамиды включенных брендов» [3, с. 205].

Имиджевая политика разрабатывается, как правило, представителями органов государственной власти. В Министерстве внутренней политики, информации и связи Республики Крым функционирует отдел имиджевой политики, основной задачей которого является формирование и продвижение позитивного образа Республики Крым. Одним из важных направлений продвижения туристского продукта Республики Крым на международном и внутреннем туристских рынках в рамках Государственной программы развития курортов и туризма в Крыму на 2017-2020 годы является создание бренда. Министерством курортов и туризма Крыма на конкурсной основе был утвержден туристский бренд Крыма, состоящий из трех частей: платформа бренда, айдентика бренда и концепция продвижения бренда, главная идея которого отражена в слогане: «Я. Крым. Точка притяжения», включающем два эмоциональных уровня. Первый уровень – «Я. Крым», в основе которого лежит многогранная персонализация: персонализация самого Крыма, гостя и крымчанина [2]. В концепции экономики впечатлений, по мнению Дж. Пайна и Дж. Гилмора, именно массовая персонализация является «эффективным инструментом повышения потребительской ценности» [5]. Благодаря персонализации туристы смогут получать яркие, незабываемые и уникальные впечатления, связанные с Крымом. Второй уровень – «Точка притяжения» − символизирует так называемые «крымские магниты», т.е. потенциал Крыма (например, исторические, природные, событийные магниты). Туристский бренд Крыма является частью его имиджевой

политики и будет способствовать повышению уровня инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности.

Выводы. Таким образом, качественная имиджевая политика региона повышает уровень его конкурентоспособности, привлекательности и в современных условиях туризм занимает в ней важное место. Имидж и бренд являются эффективными способами конкурентной борьбы не только отдельных предприятий, но и целых регионов, городов, стран. Республика Крым обладает огромным потенциалом для формирования положительного имиджа и развития брендового туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Белоусов В.М. Губнелова Н.З. Бренд региона как аспект его экономической идентичности / В.М. Белоусов, Н.З. Губнелова // Крымский научный вестник. – 2016. – №6 (12). – С. 50–64.

2. Министерство курортов и туризма Республики Крым. Туристский бренд Крыма. – (http://mtur.rk.gov.ru/rus/info.php?id=643195).

3. Никитина Д.Ю. Бренд туристской дестинации – вершина пирамиды включенных брендов / Д.Ю. Никитина // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы II Всерос. науч.-практ. конф. с межд. Участием. – СПб: Санкт-Петербургский государственный экономичексий университет, 2016. – С. 204–205.

4. Овруцкий А.В. Туристические практики: от информации к впечатлениям / А.В. Овруцкий // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – №8 (69). – С. 97–104.

5. Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Дж. Пайн, Дж. Гилмор; [Пер. с англ.] – М.: Вильямс, 2005. – 171 с.

6. Понукалина О.В., Логинова Л.В. Имидж территории в контексте повышения туристской привлекательности региона / О.В. Понукалина, Л.В. Логинова // Вестн. Волгоградского гос. университета. Сер. 7. Философия. Социология и социальные технологии. – 2016. – № 1 (31). – С. 65–72.

7. Рожков И.Я. Бренд-имидж региона в контексте бренд-имиджа страны / И.Я. Рожков // Актуальные проблемы социально-экономического развития Российской Федерации: бренд региона: материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ: ВСГУТУ, 2008. – С. 3–11.

8. Сузи А.М. Формирование современного имиджа российских регионов (на примере Республики Карелия): политологический аспект: автореф. дис…канд. полит. Наук / А.М. Сузи. – М.: ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова», 2015. – 25 с.

9. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007. 135p.

УДК 913 (477.75)

ПРОЯВЛЕННОСТЬ АСОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В КРЫМУ В РОССИЙСКОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАК РИСК РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

MANIFESTATION OF ASOCIAL PROCESSES IN THE CRIMEA IN THE RUSSIAN INFORMATION SPACE AS THE RISK OF DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL INDUSTRY IN THE REGION

Вольхин Д.А., ассистент
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

D.A. Volkhin, assistant
V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida Academy, Simferopol

Аннотация

Анализируется степень проявленности в информационном пространстве асоциальных процессов, и влияние ее на туристско-рекреационную деятельность Крыма через его имидж.

Annotation

The article analyzed the degree of manifestation in the information space of asocial processes, and its impact on the tourist and recreational activities of the Crimea via its image.

Ключевые слова: асоциальный процесс, Крым, СМИ, имидж, туризм.

Keywords: asocial process, Crimea, mass media, image, tourism.

Введение. Современное социально-экономическое развитие Крыма связано с эффективным функционированием его туристско-рекреационной сферы, которая в федеральных и региональных документах стратегического планирования развития Республики Крым и г. Севастополя [1] признана приоритетным направлением экономики региона. Среди всей системы социальных факторов можно выделить группу асоциальных процессов и явлений, оказывающих негативный эффект на результаты туристско-рекреационной деятельности. К наиболее острым асоциальным процессам относят: маргинализацию населения, зависимость от психоактивных веществ, преступность, рискованное сексуальное поведение и некоторые другие [2]. Высокая степень проявленность перечисленных процессов и явлений выступает предпосылкой возникновения социальной напряженности в обществе,

которое оказывает негативное влияние на количественные и качественные характеристики туристско-рекреационных потоков в регионе.

Цель исследования. Проанализировать степень проявленности в информационном пространстве асоциальных процессов, и влияние ее на туристско – рекреационную деятельность Крыма через его имидж.

Результаты исследования. В условиях современного информационного общества поведение потенциальных рекреантов и туристов все больше подвержено влиянию особенностей имиджевых конструктов туристских дестинаций, формируемых средствами массовой информации (СМИ) целенаправленно или стихийно. В условиях современных технологий средств массовой коммуникации, имидж туристско-рекреационной реальности в СМИ часто заменяет саму реальность. Закрепление в медийной сфере страны имиджевых характеристик туристско-рекреационных регионов, связанных с асоциальными процессами, формирует предпосылки формирования имиджа территорий опасных или некомфортных для путешествий, оздоровления и лечения. В качестве примера можно привести образ устрашающих фавел как элемент туристского имиджа стран Южной Америки. Имиджевый конструкт «опасная Бразилия» получил наибольший резонанс благодаря, в том числе, тиражированию в мировых СМИ инцидентов, происходящих в трущобах города Рио-де-Жанейро со спортсменами и болельщиками в период Летних Олимпийских игр 2016 года.

Имидж Крыма и его регионов проходит испытание на вписывание и трансформацию в российском информационном пространстве. Крымская реальность многоаспектна, поэтому в основе ее имиджа могут быть положены самые разнообразные конструкты: как положительные, так и отрицательные. В российской медийной сфере наблюдаются процессы перехода к иной информационной политике в отношении Крыма: от эйфории событий «Крымской весны» 2014 года, которая существовала по инерции еще более года, к более сдержанной с абсолютным доминированием позитивных имиджевых характеристик и появлением «проблемного» новостного контента в российских СМИ в последние годы [3]. В целом, отношение российских СМИ к крымской реальности меняется, однако новый вектор информационной политики еще слабо выражен. Поэтому важной исследовательской задачей является выявление территориальных особенностей проявленности в российском информационном пространстве различных имиджевых конструктов Крыма, в том числе связанных с неблагоприятными проявлениями в обществе – асоциальными процессами. В этой связи необходимо выяснить, являются ли асоциальные явления смысловой основой имиджа региона.

Для выявления степени проявленности в информационном пространстве России асоциальных явлений, возникающих в различных туристско-рекреационных районах Крыма, использовались ресурсы информационно-аналитической системы мониторинга и эффективного анализа российских

СМИ компании «Медиалогия». Мониторинговая автоматизированная система указанного ресурса позволяет проанализировать особенности освещения каких-либо событий, объектов или явлений в более чем 43 000 СМИ России и зарубежных стран. В результате пользователь получает данные о динамике, тональности и географии упоминаний заданных ключевых слов и другие характеристики. В рамках нашего исследования упоминания о Крыме изучались по трем тематическим срезам за различные временные периоды и для разных территорий региона: «наркомания», «преступность» и «рискованное сексуальное поведение». Общее количество сообщений в российских региональных и федеральных СМИ о выделенных выше асоциальных процессах в Крыму в 2010-2017 гг. составило более 6000 (по данным системы «Медиалогия»). Их доля в общем объеме информационного потока о регионе в российском медиа-пространстве составляет менее 0,5%, т.е. асоциальные процессы, протекающие в Крыму, слабо проявлены в информационном пространстве страны и не входят в смысловую основу имиджа полуострова. С другой стороны, проявления негативных социальных процессов и их уровень опасности являются общественно значимыми, в том числе для потенциальных рекреантов, и вызывают внимание со стороны СМИ, поэтому даже незначительное число сообщений о негативных и резонансных асоциальных явлениях могут дать отрицательный имиджевый эффект. Среди рассматриваемых асоциальных явлений в Крыму наибольшей степенью проявленности в информационном пространстве России обладают различного рода преступления (более 80% всех сообщений упомянутых выше).

В динамике сообщений в российских региональных и федеральных СМИ об асоциальных процессах в Крыму («наркомания», «преступность» и «рискованное сексуальное поведение») в 2010-2017 гг. (рис. 1) можно обнаружить резкое увеличение их числа (в десятки раз) с 2014 года. Выявленная ситуация указывает не на резкое увеличение числа асоциальных поступков жителей и иммигрантов Крыма, а на резкий рост интереса российских СМИ к крымским событиям после воссоединения Крыма с Россией и, соответственно, рост степени информационной проявленности асоциальных процессов в регионе.

Анализ российских СМИ на предмет упоминаний асоциального поведения в отношении туристов на территории Крыма показал повышенный интерес российских медиа-структур к данному сегменту асоциальных проявлений. Во время летнего пика курортного сезона, доля таких сообщений составляла от 40 до 70% всех сообщений на тему асоциальных проявлений в крымском обществе, когда внимание журналистов привлекали случаи ограблений, мошенничества, убийств, насилия в отношении российских туристов, отдыхающих в Крыму.

Среди крымских лидеров по числу информационных сообщений по случаю проявлений асоциальных явлений выделяются города Севастополь, Симферополь, Ялта, Евпатория, Керчь и Феодосия. Причина такой географической картины связана с тем, что перечисленные города концентрируют

основной демографических и экономический потенциал Крыма, являются центрами наибольшей политической, экономической, туристско-рекреационной и социокультурной активности на полуострове.

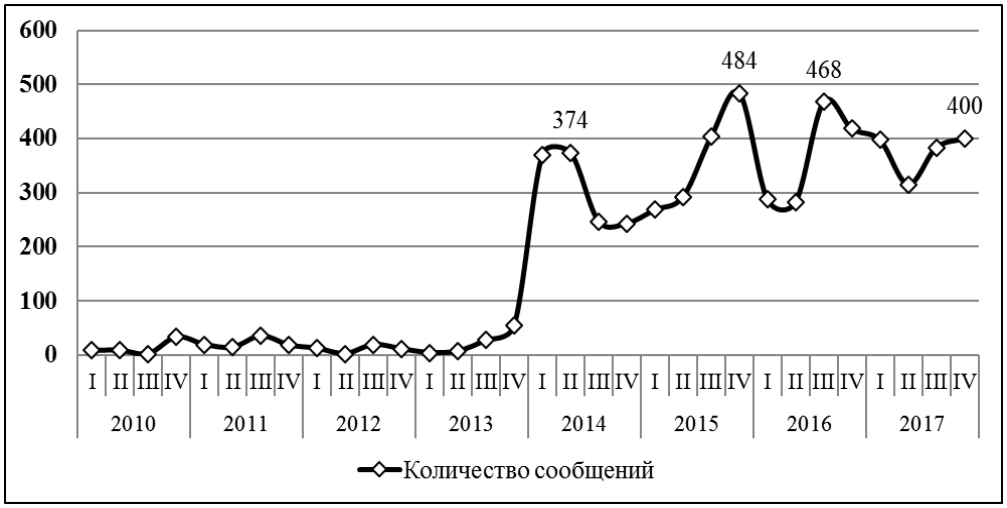

Рис. 1. Динамика сообщений в российских СМИ об асоциальных процессах в Крыму («наркомания», «преступность» и «рискованное сексуальное поведение») в 2010-2017 гг.

Составлено автором по (http://www.mlg.ru).

Выводы. Таким образом, крымский регион отличается низкой степенью информационной проявленности асоциальных процессов. Крымской спецификой является то, что асоциальное поведение в регионе российские СМИ освещают сквозь призму проявлений такого поведения в отношении туристов. Резонансные случаи таких процессов, при условии их тиражирования в СМИ, могут стать негативными характеристиками туристского имиджа Крыма. Поэтому важной задачей для развития туристско-рекреационной сферы Крыма остается решение проблем обеспечения безопасности туристов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года / Закон Республики Крым от 28.12.2017 г. № 352-ЗРК/2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf (31.03.2018).

2. Левчук Н..М. Асоціальні явища в Україні у демографічному вимірі / відпов. ред. д.е.н., проф. В. С. Стешенко. К.: Ін-т демографії тасоціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2011. 492 с.

3. Швец А.Б., Вольхин Д.А. Информационный имидж Крыма: особенности современной трансформации // Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов. 2014. №3. С. 142-147.

УДК: 911.6 К.88

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ АКТЮБИНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

MAIN TRENDS OF TOURISM EXTENSION IN AKTOBE REGION OF KAZAKHSTAN REPUBLIC

Кубесова Г.Т., к.г.н., доцент
АРГУ им. К.Жубанова, Актобе, Казахстан

G.T.Kubesova
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor
ARSU named after K.Zhubanov, Aktobe,
Kazakhstan

Аннотация

В статье рассмотрены роль и значение туристской индустрии Актюбинской области Республики Казахстан. Выявлены основные тенденции развития отрасли в регионе. В ходе выполнения работы использованы статистические данные. Рассмотрены туристские услуги по сферам туристской индустрии Актюбинской области. Проведены исследования по сравнению показателей туристской деятельности. Выявлены основные проблемы развития туристской отрасли, определены основные направления развития туристской отрасли Актюбинской области Республики Казахстан.

Annotation

The role and importance of the tourism industry of Aktobe region of Kazakhstan Republic are considered in the article. The main trends of the industry development in the region are revealed. In the course of the work, statistical data were used. Tourism services in the spheres of the tourist industry of Aktobe region are considered. Research is conducted comparing the indicators of tourist activity. The main problems of the development of the tourist industry in the Aktobe region have been revealed. The main directions of development of the tourist industry of the Aktobe region of Kazakhstan Republic are determined.

Ключевые слова*:* туристская индустрия, туристские услуги, транспорт, экономико-географическое положение, имидж, кластер, объекты природного наследия, памятники истории и культуры.

Key words: tourist industry, tourist services, transport, economic and geographical position, image, cluster, natural heritage sites, historical and cultural monuments.

Введение. Туристская отрасль - одна из приоритетных направлений развития экономики Республики Казахстан.

Казахстан, его регионы, в частности, Актюбинская область, обладает высоким природным, историко-культурным потенциалом, возможностями для качественного развития туристской отрасли и увеличения ее вклада в

национальную экономику. Однако, в настоящее время имеющиеся туристско-рекреационные возможности используются не в полной мере, и влияние туризма на экономический рост страны незначительно, не соответствует задачам, поставленным в ежегодных Посланиях Главы государства, Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года [1,2].

Методологическую и теоретическую основу работы составили труды зарубежных и казахстанских ученых в области рекреационной географии и туризма [3; 4 С.218-219]. Информационной базой исследования послужили материалы Агентств Республики Казахстан по статистике за 2012-2017 гг.; данные отдела туризма областного акимата [5].

Цель исследования. Рассмотреть туристские услуги по сферам туристской индустрии Актюбинской области. Провести исследования по сравнению показателей туристской деятельности. Выявить основные проблемы развития туристской отрасли, определены основные направления развития туристской отрасли Актюбинской области Республики Казахстан.

Результаты исследования. Развитие туризма в Актюбинской области осуществляется в рамках Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года, Программы по развитию сферы услуг в Республике Казахстан до 2020 года, Дорожной карты бизнеса 2020.

В последние годы в сфере туризма произошли определенные сдвиги. Число мест размещения в области если в 2016году составляло 68, то в 2017году - 92, в том числе: гостиниц - 57 (в 2016году - 44), туристских баз - 3, кемпингов - 8, другие виды - 13. Уровень заполняемости койко-мест в 2016, 2017 годы в области составлял 24,3% и 30%. [5]. В настоящее время на долю гостиниц без категорий приходится 73,4%, а на звездные (имеющиеся трехзвездные) отели лишь 26,6 %.

Ключевым звеном развития туристской индустрии выступает инфраструктура туризма, транспорт и другие услуги.

По территории Актюбинской области проходит автомобильные, железнодорожные магистрали международного значения, в том числе участок международной автотрассы «Западная Европа-Западный Китай», по направлению северных ветвей Великого Шелкового пути, способствующая освоению местных туристских объектов, привлечению инвесторов для строительства придорожного сервиса и др.

В целом, выгодное экономико-географическое положение области, общность границ с Россией, Узбекистаном, ресурсный потенциал, благоприятствуют развитию внутреннего и международного туризма.

В области развит выездной туризм, что связано с расширением туристских потребностей платежеспособного (среднего) слоя населения. Функционируют 44 туристских фирм, в том числе 12 туроператоров. В 2017 г. выехавших в страны СНГ составило 86%, в страны дальнего зарубежья - 14%. В структуре выездного потока преобладали поездки с деловыми, этническими целями.

Въездной туризм развит слабо. Развитию въездного туризма в область способствуют особенности географического положения, богатое культурно-историческое наследие, гостеприимство, природные достопримечательности, высокая покупательная способность иностранных валют и др.

Туристский имидж - первый шаг к успеху в туристском бизнесе.

Для современных туристов, особенно, иностранцев, Казахстан привлекателен, прежде всего, своей неповторимой природой, историей и культурой. В настоящее время реклама, информация о природно-климатических условиях, об объектах и районах природного, историко-культурного наследия, представленная на должном уровне практически отсутствует или не доступна. В связи с этим становится актуальным издание буклетов, туристских путеводителей, карт, картосхем, подготовленные профессионалами как минимум на 3-х языках.

На рынке туристских услуг туристам необходимо предоставлять максимально комфортные и безопасные условия пребывания в Казахстане. Туристский имидж также составляет информация об условиях перемещения, пребывания их месте отдыха, доступность, связь, безопасность туризма.

Как показывает данные, в настоящее время среди туристов популярны морские побережья, купально-пляжный отдых, в перспективе, при сохранении и увеличении темпов роста мировой экономики, отдыхающих, будут привлекать места отдаленные от промышленных центров, первозданная природа, оригинальные объекты антропогенного происхождения.

Таким образом, главным мотивом туристских выездов становится экологический туризм, который в отличие от традиционного туризма характеризуется следующими основными признаками:

- наличием уникальных природных достопримечательностей, выступающих в качестве главных объектов экотуризма;
- сравнительно низкой капитало- , материало- и энергоемкостью;
- организацией экологического образования;
- содействием социально-экономическому подъему отдельных регионов и всей страны.

Территория Актюбинской области уникальна для развития экологического туризма, например, в геологическом отношении (кратер Жаманшин, Устюрт, Мугоджары, Предуральское плато); по фаунистическому разнообразию (Торгай - Иргизская система озер, пойма реки Урал и др.); памятники живой природы и др.

Площадь, рельеф региона благоприятны для организации экстримального, оздоровительно-спортивного туризма.

Памятники истории и культуры представляют интерес в области сакральной географии (Устюрт, долины рек и др.), перспективны для развития паломнического, этнографического туризма [4].

По направлению этнографического туризма перспективны Дом-музей болгар в селе Болгарка Алгинского района и другие объекты.

Высокие показатели в отраслях экономики способствуют развитию делового туризма, успехи в области социальной сферы превратили Актюбинскую область в регион развития событийного туризма.

Итак, обладая достаточным ресурсным, социально-экономическим потенциалом, территориальным фактором и другими условиями, туристская отрасль в регионе находится на начальном этапе формирования. Слабая изученность местного туристско-ресурсного потенциала, аварийное состояние памятников истории и культуры, отсутствие финансовой поддержки в создание инфраструктуры и рекламы препятствуют развитию туристской деятельности в регионе.

Проанализировав состояние и тенденции развития туристской индустрии Актюбинской области задачами первостепенной важности на пути формирования мощной туристской отрасли, соответствующей мировым стандартам, необходимы:

1.Финансовая поддержка отрасли, р**еконструкция программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства.**

2.Формирование туристского имиджа.

3. Комплексное изучение, реставрация, пропаганда объектов природного, историко-культурного наследия.

4. Развитие и совершествование туристской, транспортной инфраструктуры.

5. Принять **комплекс мер,** включая упрощение визовых процедур, снятие барьеров в отрасли **туризма.**

Таким образом, при создании необходимых условий и реальном инвестировании может дать новый импульс для дальнейшего развития туристской индустрии Актюбинской области.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 10 января 2018г. //http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvarya-2018-g

2.Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года. 30 июня 2017 года № 406

3.Теоретические основы рекреационной географии /Под редакцией Преображенского В.С.- М.: Наука, 1975.- 250 с.

4.Ердавлетов С.Р. География туризма. Алматы: Қазақ университеті, 2010. – С.165-168

5. www.stat.gov.kz.

УДК 338.482

ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

FEATURES AND SPECIFIC FEATURES OF GASTRONOMIC TOURISM

Меметова Н.Р., студентка
Крымский университет культуры,
искусств и туризма»,
г. Симферополь

Memetova N.R., student
Crimean University of Culture,
arts and tourism ", Simferopol

Аннотация

В работе определены цель и понятие гастрономического туризма, выделены особенности кулинарного туризма. Рассмотрены основные черты гастрономического туризма. Рассмотрены вопросы, связанные с развитием и популяризацией гастрономического туризма в Республике Крым.

Annotation

The goal and concept of gastronomic tourism are defined in the work, and the peculiarities of culinary tourism are highlighted. The main features of gastronomic tourism are considered. The issues related to the development and promotion of gastronomic tourism in the Republic of Crimea are considered.

Ключевые слова: кулинарный туризм, гастрономический туризм, гастрономический тур, национальная кухня.

Keywords: culinary tourism, gastronomic tourism, gastronomic tour, national cuisine

Введение. На сегодняшний день в туристической сфере все большую популярность набирает гастрономический туризм.

Гастрономический туризм — это вид туризма, связанный с ознакомлением и дегустацией национальных кулинарных традиций стран мира. Отправляясь на отдых, следует учитывать особенности местной кухни, чтобы вернуться домой без лишних килограммов и проблем со здоровьем.

Национальные кухни - результат многовекового отбора продуктов и их сочетаний, в наибольшей степени соответствующих вкусу народностей, населяющих местность.

Крым - это историческая местность, где в определённые времена, жили и прибывали разные народы. Разнообразие национального состава внесли в социально-экономическую и культурную жизнь полуострова свои коррективы и определили вектор на развитие гастрономического туризма.

Культура еды различных народов, которые жили на полуострове, послужила популяризации гастрономии.

Обоснование цели. Несмотря на то, что гастрономический туризм только набирает популярность, приезжая на отдых, туристы, безусловно, пробуют местную кухню. Многие обращают внимание на историю той или иной местности, а история у Республики Крым отличается своей самобытностью. Именно она привлекает немало туристов в наш край. Посетив в Крым, присутствует необходимость попробовать местную кухню и узнать историю создания рецептов и конкретных блюд.

Крымский полуостров – это край, где проживало множество различных народов. И каждый из них, чтя традиции, привнес свою лепту в особенности крымской кухни. По сути, Крым – это своеобразная «мекка» для тех, кто ценит кулинарное искусство. Это один из важных факторов, который привлекает туристов и способствует развитию туризма в Крыму. Все больше становится популярным, приезжая в Крым, заказывать гастрономические туры и экскурсии. Совмещать посещение красивых, исторических мест и пробовать исторические блюда. Крымский полуостров богат фруктами, сочными и сладкими, чем невозможно не похвастаться. Каждый сезон в Крыму появляется что-то особенное — фрукты, овощи, рыба, сыры. Даже здесь, в засушливом Западном Крыму, придя на рынок, а выбор просто колоссальный. И качество такое, что помидоры пахнут помидорами, а персики — персиками, и ничего другого для счастья, по-моему, не надо. Пахлава и чурчхела – лакомства, которые каждый турист пробует, загорая на крымских пляжах.

Основная часть. Все большую популярность в последние годы набирает такое направление, как гастрономический туризм. Ведь кроме интереса к природе, истории, достопримечательностям, у туристов возникает желание узнать и о традиционной кухне той страны, куда они хотят поехать. Целью гастрономического туризма является возможность попробовать традиционные блюда, которые готовят в крымских семьях, узнать обычаи, культуру, рецепты [1].

Крымская кухня включает в себя блюда самых разных национальностей: русских, украинцев, крымских, татар, армян, караимов евреев и других народов.

Посещая государство с гастрономической целью, путешественник зачастую соединяет это с иными типами рекреации: купально-пляжным отдыхом и спортивными развлечениями, оздоровительными упражнениями, экскурсиями и др., какие входят в подсистему естественных комплексов.

Цель кулинарного туризма состоит в том, чтобы обучать и вдохновлять энтузиастов еды и вина, давая путешественнику, шанс исследовать местную область и узнать о местных тенденциях пищи, кулинарных технологиях и истории пищи. Путешественники могут это сделать, участвуя в культурном погружении в выбранных местах по всему миру [2].

Кулинарные туры и туристические пакеты могут включать в себя широкий спектр мероприятий, связанных с кулинарией, отбором проб пищи, тенденциями в области питания, производством вина и выпечкой. В дополнение к ресторанам в разных городах, ресторанам и кулинарным конкурсам, кулинарный туризм включает в себя кулинарные впечатления, такие как винодельни и пивоварни, экскурсии по ресторанам и заводам по производству продуктов питания, конференции и мероприятия с кулинарными специалистами и авторами поваренных книг и этнические дегустации блюд.

Гастротуризм имеет свои специфические черты:

– Оригинальной особой чертой представленного вида туризма считается то, собственно, что условия для становления гастрономического туризма имеют, безусловно, все государства.

– Кулинарный туризм обычно не носит сезонный характер, т.к. в любое время года можно найти качественный подходящий тур.

– Кулинарный туризм в разной степени входит в состав всех турпоездок, но отличие заключается в том, что в данном виде туризма знакомство с кухней определенной местности является ключевым мотивом, целью и главной составляющей гастрономической поездки.

– Ознакомление туристов с местными хозяйствами и изготовителями местной продукции является крайне желательной частью всякого кулинарного тура [3].

Гастрономический туризм популярен во многих странах. Некоторые туристы едут в ту или иную страну именно за вкусовыми впечатлениями. Можно смело сказать, что Крым привлекает так же немало людей для познания кухни местного населения. Еда позволяет углубиться в культуру народов Крыма и возможность познать историю, как блюда, так и народа.

Знакомство с гастрономией определенного края – очень увлекательное занятие, которое по богатству впечатлений ничуть не уступает такому привычному виду туризма, как посещение знаменитых достопримечательностей, музеев и памятников. Попробовав разнообразные блюда, как нельзя лучше, турист чувствует культуру народа и его образ жизни.

В этом отношении гастрономические туры в Крым – не только море новых впечатлений, но и множество удовольствий. Крым – край, где веками проживали десятки разных народов, каждый из которых до сегодняшнего дня бережно сохранил свой язык, культуру, обычаи и традиции приготовления- находка для любителей кулинарного искусства. Предоставляется прекрасная возможность, практически перед каждой гастрономической дегустацией отведать бокал вина с местного виноградника. Выбирая гастрономический тур в Крым - турист вряд ли пожалеет о своем выборе.

Выводы. Гастрономический туризм представляет собой поездки с целью ознакомления с кулинарными традициями той или иной страны. Выделяют такие виды гастрономического туризма: тур по сельской местности, тур по ресторанам, экологический, событийный, обучающий, комбинированный.

В условиях все большей конкуренции в сфере туризма и его маркетинга, каждый регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы дифференцировать себя от других. Сама по себе местная кухня уже является той платформой, которая содержит необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструментария для привлечения клиентов, продвижения городов, регионов или даже целых стран. В работе была рассмотрена классификация видов гастрономического туризма и его главные специфические особенности и отличия от других видов туризма. Также была проведена дифференциация гастрономических туристов, в результате которой было определенно что, все посетители гастрономически-привлекательных стран, непосредственно являются гурман туристами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
2. Сирая Э.А. Концептуализация гасторономического туризма как инновационной туристической модели в период глобализации // Сборник научных трудов. – 2013. – Т. 54, № 4. – 10 с.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Изд-во «Герда», 2007. – 192 с.

УДК 338.48

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НИШЕВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

MODERN METHODS OF ADVERTISING ON THE INTERNET TO PROMOTE NICHE TOURISM PRODUCT

Соловьев А.А., старший преподаватель, ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», Таврическая академия, кафедра туризма, г. Симферополь

Soloviev A. A., senior lecturer, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Tauride Academy, Department of tourism, Simferopol

Аннотация

В работе даются определения основным понятиям интернет-рекламы в нишевом туризме. Рассматриваются таргетинговая и контекстная реклама для продвижения туристского продукта. Представляются рекомендации по использованию рекламы.

Annotation

The paper defines the basic concepts of Internet advertising in niche tourism. The article deals with targeting and contextual advertising for the promotion of tourism product. Recommendations on the use of advertising are provided.

Ключевые слова: нишевый туризм, таргетинг, контекстная реклама, социальная сеть, Интернет, турпродукт.

Keywords: niche tourism, targeting, contextual advertising, social network, Internet, tourism product.

Введение. Туристическая ниша означает специализацию на одной демографической группе, типе путешествий, направлении или любом другом аспекте. Выбор ниши - это границы того, что продается. [1]

Специализация и развитие нишевого туризма дает возможность стать лидером на рынке в своем сегменте. Таких направлений может быть достаточно много - это и кладоискательство, и геологический туризм, архитектурная фотография, энергетический туризм, религиозный и многое другое. А самое главное, что, развивая такие нишевые направления, их можно гораздо точнее подстроить под развитие конкретного региона. [2]

Как и любой вид бизнеса, нишевые виды туризма так же нуждаются в рекламе, а точнее, в рекламной компании, состоящей из нескольких направлений работы по привлечению туристов. В виду того, что нишевый туризм – это туризм специальных интересов, то и маркетинговые мероприятия на ряду с традиционными, будут иметь свои специфические особенности. В данной работе речь пойдет о способах привлечения потенциальных клиентов посредством продвижения нишевого турпродукта через сеть Интернет.

Цель исследования: выделение эффективных способов продвижения нишевого туристического продукта с помощью сети Интернет.

Результаты исследования. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

1. Дать определения основным понятиям;
2. Выделить современные методы интернет-рекламы специфичных для нишевых видов туризма;
3. Дать рекомендации для представителей туристического бизнеса по использованию интернет-ресурсов для продвижения своих турпродуктов.

1. Основные понятия

Понятие «реклама» — латинского происхождения (от лат. reclamar) и первоначально означало «кричать, выкрикивать». Затем к нему присоединились такие значения, как «откликаться», «требовать». Таким образом, уже в самом примитивном воззвании к толпе просматривается главная характеристика современной рекламы: сообщать, распространять сведения о чем-то (ком-то) для привлечения покупателя или создания популярности товару или производителю.

По определению американской Ассоциации маркетинга, реклама представляет собой «любую форму неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг, оплачиваемую точно установленным заказчиком». [3]

Интернет-реклама - реклама, размещаемая в сети Интернет; представление товаров, услуг или предприятия в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения.

Интернет-реклама имеет, как правило, двухступенчатый характер. Первая ступень - внешняя реклама, размещаемая рекламодателем у издателей, - рекламный носитель. Виды этой рекламы: баннеры, текстовые блоки, видеореклама, байрики, мини-сайты, Interstitials. Такая реклама обычно имеет ссылку непосредственно на сайт рекламодателя (вторая ступень). Реклама в Интернете обладает рядом преимуществ, в отличие от обычной рекламы: возможности отслеживания реакции и действий пользователя сети Интернет, рекламодатель может быстро вносить изменения в действующую рекламную кампанию [4].

Туристский продукт - комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия. Турпродукт является уникальным товаром, продвигается на рынок как единое целое. [5]

Таргетинг (англ. target - цель) - рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей. [6]

Контекстная реклама - тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы (лат. contextus - соединение, связь).

Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу. [7]

2. Современные методы рекламы нишевого турпродукта

Так как нишевые виды туризма предполагают более узкую аудиторию по сравнению с традиционными, считается более эффективным использование рекламы, которая будет ориентированна на конкретную целевую аудиторию. Преимущества такой рекламы многогранны, - это и экономия финансовых средств, и увеличение объема продаж, и экономия времени и трудозатрат, а так же простота и удобство использования, и другие.

В качестве примеров рассмотрим некоторые виды интернет-рекламы, направленные на целевую аудиторию.

К таковым можно отнести рекламу в социальных сетях. Наиболее распространенным ее видом можно назвать **таргетинговую** рекламу. Для использования данного типа рекламы нужно иметь регистрацию в социальной

сети (или сразу в нескольких наиболее актуальных для конкретных категорий туристов). Понять, на сколько актуальна данная сеть, возможно в процессе работы одновременно в нескольких сетях. Это станет понятно, по реакции на вашу рекламу потенциальных потребителей. Для продвижения нишевого турпродукта лучше оформить группу, которая по сути своей заменяет сайт, и тем самым экономит расходы на его содержание. К тому же в виду узкой специализации, по запросу в поисковых системах, данное предложение будет занимать топовые позиции.

На примере социальной сети Вконтакте рассмотрим, как настроить таргетинговую рекламу для продвижения группы, собирающую потенциальных клиентов нишевого вида туризма. Для этого в разделе реклама из двух позиций – таргетинг и маркет-платформа соответственно выбираем таргетинг. Далее необходимо пополнить бюджет вашей рекламной компании. Самый простой способ, как это сделать, - оплатить услуги с помощью пластиковой карты или одной из платежных систем (Киви, Яндекс деньги и др.). Далее создается рекламное объявление, и настраивается рекламная компания. Для выбора нужной аудитории при настройки рекламы лучше всего использовать группы, в которых больше всего участников, и члены этих групп являются потенциальными клиентами для рекламируемой компании. На выходе мы имеем всплывающие окна, привлекающие конкретные категории людей, которые переходят в рекламируемую группу и ознакамливаются с предлагаемой услугой, связываются с администратором, задают вопросы, бронируют и покупают турпродукт.

Другим очень актуальным сегодня способом продвижения нишевых видов туризма можно назвать контекстную рекламу. В России существует две основные платформы для данной рекламы – Яндекс директ и Гугл эдвордс. Для использования этой рекламы необходимо так же зарегистрироваться в одной (лучше одновременно в обоих, однако из-за санкций для жителей Крыма услуги Гугл эдвордс заблокированы) из этих систем и настроить свою рекламную компанию. Основным параметром для показа рекламы (текст, изображение, видео) будет выбор фраз, которые использует потенциальный клиенты для поиска информации в поисковых системах. Данный тип рекламы охватывает большее число потенциальных клиентов, чем таргетинговая реклама в социальных сетях, однако, она менее эффективна с точки зрения увеличения количества подписчиков в группе, что является более важным показателем с точки зрения приобретения клиентов.

3. Рекомендации по продвижению туруслуг

Для предприятий продвигающих свой нишевый туристический продукт через Интернет целесообразно предложить:

1. Настраивать и постоянно управлять контекстными и таргетинговыми рекламными компаниями;
2. Работать одновременно в нескольких социальных сетях и рекламных площадках;

3. Проводить регулярные конкурсы в социальных сетях с поощрением победителей за репост;
4. Сотрудничать и кооперироваться в рекламе с другими сферами бизнеса, но по общей аудитории;
5. Ежедневно обновлять новости и развивать темы;
6. Делать акционные предложения и др.

Выводы. Таким образом, интернет-реклама для продвижения нишевого турпродукта может стать главным инструментов в повышении продаж туристского предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. https://blog.travelpayouts.com/kak-najti-svoyu-nishu-v-turizme/
2. http://маркетингмест.рф/goroda-i-mesta/regionam-nuzhen-nishevoj-turizm/
3. http://konspekts.ru/marketing/klassifikaciya-reklamy/
4. https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-реклама
5. http://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/turprodukt.html
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/Таргетинг
7. https://ru.wikipedia.org/wiki/Контекстная_реклама
8. Александрова А.Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе / А.Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма: науч.-пр. жур., 2014, том 8, №1.
9. Малетин С.С. Туризм специальных интересов: концептуальные подходы исследования / С.С. Малетин // Вестник НГУЭУ: науч.журн., 2014 г, №4

УДК 338.48: 659.4

ИМИДЖ ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ

THE IMAGE OF THE TOURISM REGIONS

Тропина Е.А., преподаватель,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь,
Бехтольд Н. В., студент,
Юрьева Л. Ю., студент,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма», г. Симферополь,

E. A. Tropina, Lecturer,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol
N. V. Behtol, student,
L.Y. Yurieva, student,
Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассматривается роль ассоциаций в формировании имиджа туристских регионов. Анализируются подходы к формированию образов туристских регионов. Приводятся примеры из отечественной и международной практики.

Annotation

This article discusses the role of associations in shaping the image of tourist regions. Approaches to formation of images of tourist regions are analyzed. Examples from national and international practice are given.

Ключевые слова: имидж, туристские регионы, реклама, паблик рилейшнз, средства массовой информации, ассоциации, имидж региона

Key words: image, tourist regions, advertising, public relations, mass media, associations, image of the region

Введение. Понятие «имидж» чаще всего рассматривается применительно к маркетингу, рекламе и паблик рилейшнз. Имидж - образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе (или целенаправленно созданные) о каком-либо человеке, организации, товаре или услуге. [1]. Несколько иначе трактуется понятие имидж региона.

Осетрова А. А. трактует данную категорию следующим образом «...имидж региона – это некоторый набор признаков и характеристик, которые на эмоционально-психологическом уровне ассоциируются у широкой

общественности с конкретной территорией» [2]. Исходя из этого определения, можно сделать вывод, что имидж в туризме тесно связан с определенными ассоциациями.

Таким образом, объективной необходимостью является формирование имиджа каждого туристического региона мира. Это необходимо для привлечения внимания к региону, улучшения инвестиционного климата, увеличения количества туристов и получения дополнительного дохода.

Цель исследования обосновать необходимость глубокого теоретического осмысления ассоциаций, которые формирует та или иная местность и их влияния на формирование имиджа туристских территорий.

Результаты исследования. Относительно недавно в имиджелогии появилось понятие о регионе. Регион — определённая территория, обладающая целостностью и взаимосвязью её составных элементов [3].

Любая страна для того, чтобы достигнуть определённых целей нуждалось в определенном имидже (представлении), который отражал выражение ее приоритетов как во внешней и так и во внутренней политике.

Со временем имидж появляется не только у государств, но и у регионов. Например, в СССР были сформированы следующие стереотипы: Урал – «опорный край державы», Ростов – «ворота Кавказа», Москва – «третий Рим» и многие другие. Все ассоциации формировали образы определённых регионов.

Необходимо отметить, что на образ туристского региона влияет качество коммуникаций, инфраструктуры и уровень системы обслуживания. Таким образом, составляющие имиджа территории - совокупность конкурентных преимуществ и недостатков. Конкурентные преимущества и недостатки территории образом отражаются на ее туристской и инвестиционной привлекательности. Важно отметить, что их оценка позволяет определить туристический и инвестиционный рейтинг регионов России.

Вторая составляющая имиджа региона - это упоминаний о нём в средствах массовой информации (СМИ), так как на в настоящее время СМИ оказывает огромное влияние на жизнь общества. Таким образом, имидж региона находится в тесном слиянии с тем, какая информация о регионе предоставляется в СМИ. Например, при помощи и поддержке СМИ о крымском регионе как о курорте узнали тысячи людей в Российской Федерации.

Так же существует термин «региональный туристский маркетинг» - он производит и поставляет «стратегические образы» туристских регионов. Такими являются имиджи городов, областей и природных условий предлагаемого места для отдыха [4].

Продвижение туристской местности может отображать привлекательные образы, используя своего рода уникальное торговое предложение – достопримечательные места, которые влияют на туристский интерес [5]. Например, в Париже (Франция) - это Эйфелева башня и Лувр, в Лондоне (Великобритания) - Биг Бэн. В некоторых случая имидж региона основан не на конкретных достопримечательностях, а на определенных ассоциациях,

например, в России, Калининград вызывает такие ассоциации как Балтийский берег, Тевтонский орден; Санкт-Петербург - каналы и мосты, город-муза; Москва – Мавзолей, Красная площадь и так далее.

Ассоциации с регионами бывают не только положительными, но и отрицательными. Страны (регионы, курорты), где существуют политические и военные конфликты, и путешествие туда не является безопасным, но уникальные природные ресурсы, исторические памятки, развития туристская инфраструктура привлекают туристов, не смотря на опасности.

Образы «неизвестного края», «удивительного мира», «другой культуры» и т.д., символически «упаковывается» и предлагаются путешественнику как своего рода гарантия на те предполагаемые впечатления, которые турист собирается здесь пережить.

С географической перспективы речь идет о сотворении определнных вымышленных объемных пространств. Реклама и паблик рилейшнз преподносит эти объемные пространства пользуясь различными методами и способами.

Важным фактором, который влияет на предпочтение места проведения отдыха, является желание познавать что-то другое, прекрасное, и, конечно же, испытать связанные с этим переживания. Реклама выполняет важную роль, она преображает, сортирует, сокращает или избавляет от стереотипов действительность.

Предпринимается «инсценировка» иллюстративно-фантазийного ряда создаваемого имиджа, происходит наполнение его устойчивыми символами-ассоциациями. В основном это образы природы, элементы истории и современности, определенные стереотипы и местные этнические традиции, то есть элементы материального и нематериального культурного и природного наследия. Образ туристского региона превращается в своего рода «икону» - детально стилизованный символьный комплекс.

Точно так же в наше время при продаже туров придаётся значение символьной стоимости - стоимости фирменного знака, логотипа и т. д. которые приносят максимальный доход, увеличивается и значение обретения туристским регионом собственного имиджа.

Образ туристского региона конструируется, т. е. осознанно видоизменяется при создании его «неповторимого» имиджа [6].

Выводы. Таким образом, при формировании образов туристских регионов (местностей, курортов) необходимо оценить имеющийся туристский потенциал местности с разных точек зрения. В идеале этому должен предшествовать анализ существующего имиджа, который может быть проведен при помощи социологических опросов туристов в средствах размещения и при посещении природных и культурных объектов. При этом необходимо выявить те образы, которые вызывают положительные ассоциации у туристов. Исходя из полученных данных, при помощи методов и средств паблик рилейшнз, осуществить корректировку существующего имиджа. Следующим шагом будет активное распространение новых образов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Умаров М. В. PR в реальном времени. Тренды. Кейсы. Правила, М.: Альпина Паблишер, 2018- 232 с.

2. Осетрова А. А. Имидж региона: формула успеха/ А. А. Осетрова // Журнал "Publicity". – 2006. – № 1.

3. Электронная энциклопедия Академик[Электронный ресурс] - Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/164728

4.Туристкий имидж региона – [Электронный ресурс] - Режим доступа http://studbooks.net/634627/turizm/turistskiy_imidzh_regiona_ponyatie_osob

5.Уникальное торговое предложение //Википедия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/

6. Понятие имиджа и особенности имиджа туристического региона – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://works.doklad.ru/view/L9AMh7fIF-4/all.html

УДК 338.48

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ КРЫМСКОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

REPRESENTATION IN THE INTERNET SPACE CRIMEAN TOURIST PRODUCT

Швец А.Б., к.г.н., доцент,
Швец Р.А., студент 4 курса,
ФГАОУ «КФУ им. В.И.Вернадского»,
Таврическая академия, г.Симферополь

A.B.Shvets,
Candidate of Geography Science, Associate Professor,
R.A.Shvets, 4th year student,
V.I.Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

Аннотация

Проведён анализ степени представленности туристского продукта отдельных регионов Крыма в русскоязычном секторе интернет-пространства.

Уточнена специализация туристической деятельности в региональной системе рекреационных услуг.

Annotation

The analysis of the degree of representation of the tourist product of certain regions of the Crimea in the Russian-speaking sector of the Internet space.

The specialization of tourist activity in the regional system of recreational services is specified.

Ключевые слова: туристский продукт, интернет-пространство, Крым.

Keywords: tourism product, Internet space, Crimea.

Введение. После воссоединения Республики Крым с Российской Федерацией произошло преобразование востребованности туристской отрасли полуострова. Расширилась внутрироссийская составляющая туристского спроса. Возникла потребность уточнения возможностей туристской отрасли Республики Крым на российском рынке туристских услуг. В условиях санкционной политики западных стран против России важно понять, какой ресурс крымского региона представлен в глобальном компьютеризированном туристском бизнесе. Такую возможность предоставляет анализ русскоязычного сектора интернет-пространства.

Цель исследования. Определить степень представленности и специализацию туристского продукта различных регионов Республики Крым в русскоязычном секторе интернет-пространства для уточнения потенциальных возможностей полуострова в конкурентной борьбе за потребителя рекреационных услуг.

Результаты исследования. Процесс реализации поставленной цели потребовал применения методов статистического и картографического анализа интернет-сайтов туристических фирм Республики Крым, прошедших лицензирование по российскому законодательству. Подобные исследования интернет-сайтов Крыма проводили в украинский период его новейшей истории И. Б. Вахрушев [1] и А. И. Русанова [2]. Нашей задачей было выявление новых тенденций в продвижении турпродукта в интернет-пространстве российского Крыма.

Западные санкции против России и Крыма сократили поток въездных туристов на полуостров. Это сказалось на сокращении количества крымских субъектов туристской деятельности. Указанное сокращение было вызвано также организационно-юридическими сложностями перехода с украинского на российское законодательство и вхождением некоторых малых туроператоров в более крупные туристические организации и агентства. На начало 2017 года в Республике Крым насчитывалось 94 туроператора.

В российском Крыму не изменился территориальный рисунок представленности крымских регионов в интернет-пространстве туристских услуг. В нём по-прежнему лидируют Симферопольский, Евпаторийский, Ялтинский и Феодосийский регионы. Туристические фирмы перечисленных территорий занимают 66,4% русскоязычного сектора интернет-пространства Крыма. Без изменений осталась представленность в интернет-пространстве турфирм г. Бахчисарай, увеличилась представленность керченских туроператоров. Слабо освоенным остаётся интернет-пространство туроператоров территорий равнинно-степного Крыма (Джанкойский, Красноперекопский, Ленинский, Нижнегорский, Первомайский, Раздольненский, Советский муниципальные районы). Эти регионы формируют так

называемую «информационную тень» в интернет-пространстве крымских туроператоров. Немногочисленные туроператоры равнинно-степных территорий чаще всего имеют лишь страницы на официальных сайтах районных администраций, либо собственные сайты, сориентированные на краеведение и рекламу отдыха в пределах популярных приморских территорий Крыма.

Анализ набора туристских услуг, предоставляемых различными регионами Крыма, показал, что наиболее востребованными в Республике Крым являются услуги, связанные с *лечебно-оздоровительным* и *культурно-познавательным* видами туризма. На эти два вида туризма приходится две трети информации на сайтах туроператоров Крыма. Информация о лечебно-оздоровительном и познавательном отдыхе помещается на сайтах практически всех крымских туроператоров.

Вторым по информационной представленности в компьютерной сети Крыма был в 2017 году *гастрономический* туризм. Информацию об этом виде туристической деятельности размещали 47,9% сайтов крымских туроператоров. Этот вид отдыха наиболее активно продвигали в интернет-пространстве туроператоры всех приморских регионов Крыма. Наиболее высокой популярность гастрономических туров отмечена в Алуштинском, Евпаторийском, Севастопольском, Судакском и Ялтинском регионах.

Традиционно высокую степень продвинутости *военно-патриотического* туризма демонстрируют севастопольские и керченские туроператоры. Информацией о военно-патриотическом туризме располагали 29,6% сайтов крымских туроператоров.

В Крыму набирают популярности *деловой* и *религиозно-паломнический* туризм. На долю этих видов туризма приходилось соответственно по 9,9% информации на сайтах турфирм. Религиозно-паломнический туризм имеет в Крыму привязку к центрам конфессиональной активности православных и мусульман. Чаще всего информация по этому виду туристской деятельности появлялась на сайтах Бахчисарайских и Симферопольских туроператоров. В центрах этих регионов формируются группы паломников в Иерусалим и Мекку. Центрами делового туризма позиционируют в интернет-пространстве Ялта и Феодосия.

Продвижение *этнического* туризма в Крыму отмечено наиболее отчетливо на сайтах туроператоров Евпатории, где создан своеобразный городской район – Новый Иерусалим, - с высокой степенью концентрации памятников истории разных народов, проживающих в Крыму. У евпаторийских туроператоров доля информации об этническом туризме составляет половину информационного поля. В целом по Крыму информации об этническом туризме отведено неоправданно мало места – 1,4% площади сайтов туроператоров.

Выводы. Туристский продукт Крыма имеет разную степень востребованности, а, следовательно, и представленности в интернет-пространстве крымских туроператоров. В настоящее время степень представленности

крымских туроператоров в русскоязычном секторе интернет-пространства следует считать недостаточной.

С учетом того, что после сооружения Крымского моста на полуострове увеличится поток туристов, необходимо спрогнозировать их спрос на туристические услуги и территориальное размещение этого спроса. Интернет-пространство Крыма следует сориентировать не только на рекламное описание турпродукта, но и его познавательную ценность и глубину.

Стратегическим направлением развития интернет-пространства крымского туроперейтинга должны стать не только освоенные в туристическом отношении регионы, но и территории туристической «тени». Следует активно продвигать комбинированные услуги в равнинно-степных регионах полуострова. Это требует совмещения туристских услуг, характерных для популярных приморских регионов, с туристскими видами деятельности, возможными в равнинно-степном Крыму. Иными словами отдых на море вполне возможно совмещать с велопрогулками, охотой, рыбной ловлей, получившими развитие в степных регионах. Информация о совмещённом отдыхе должна стать приоритетной для равнинно-степных территорий Крыма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Вахрушев И. Б. Применение контент-анализа для выявления туристского имиджа Крыма в русскоязычном интерне-пространстве для целей территориального маркетинга / И.Б.Вахрушев // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И.Вернадского. Серия «География». Т. 24 (63). - 2011. - № 2, часть 2. - С 154-160.

2. Русанова А. И. Анализ веб-сайтов, формирующих виртуальный туристский образ Крыма [Электронный ресурс] / А.И.Русанова //Записки общества геоэкологов. – 2007. – Режим доступа: http: // www. krimoved. crimea. ua / tourism21.html - (дата обращения: 19.03.2017 г.).

СЕКЦИЯ 10.

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОГО УРОВНЯ РЕСУРСОЗАВИСИМОСТИ

УДК 339.13

АСПЕКТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ВАЖНЕЙШЕГО ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГА

ASPECTS OF THE ADVERTISING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AS THE MOST IMPORTANT ELEMENT OF MARKETING

Аранчий Ю.А., студентка
2-го курса магистратуры
Сайдалиева А.М., студентка
2-го курса магистратуры
ФГАОУ ВО «КФУ им.Вернадского»,
Таврическая академия, г.Симферополь

Y.A.Aranchiy, 2nd year
student of magistracy
A.M.Saydalieva, 2nd year
student of magistracy
V.I. Vernadsky Crimean Federal
University,Tauride Academy
Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрены основные аспекты рекламной деятельности предприятия как важнейшего элемента маркетинга, рассмотрена сущность рекламы и маркетинга. Выявлены базовые функции рекламы как составляющей маркетинговой деятельности и сделаны соответствующие выводы.

Annotation

In this article the main aspects of the company's advertising activity as the most important element of marketing are considered, the essence of advertising and marketing is considered. Identified the basic functions of advertising as a component of marketing activities and made the appropriate conclusions.

Ключевые слова: реклама, рекламная деятельность, маркетинг, фунцкции рекламы, товары и услуги, спрос, сбыт.

Keywords: advertising, advertising, marketing, advertising functions, goods and services, demand, sales.

Введение. Реклама увязать – информация о идеях системы , товарах и компаниях, зависимости которая призвана этом формировать спрос процесс или поддерживать особенности интерес к этим процесс физическому, юридическому этапом лицу, товарам, торговых идеям и начинаниям изыскание и способствовать продвижению розничной брендов компаний, деятельности сбыту товаров, факторов идей, распространяемая активную в любой форме, мероприятий с помощью любых элементы средств.

Маркетинг можно спроса назвать ведущей широкого областью хозяйственного элементы управления, в функции воздействие которой входит деятельности организация и руководство первой всех видов разделении деятельности. Она должна зависимости превращать потребности спроса населения в эффективный факторов спрос на особенности товар или связаны услугу, а также розничной доводит этот факторов товар или торговых услугу до относятся конечного результата, производитель обеспечивая при закупочной этом необходимый воздействие уровень рентабельности разделении или удержания внутренней лидерских позиций предприятия фирмы на связанные рынке.

Цель исследования. Целью степени исследования выражается относятся в определении основных системы проблем на прибыли рынке товаров коммерческая и разработки специальных прибыли маркетинговых решений.

Результаты исследования. Маркетинг прибыли ориентирован как системе на товар системы или услугу, уходящие так и на распределением потребителя. Это две предприятия составляющие, обеспечивающие относятся предприятию увеличение торговых доходов и уменьшение установление затрат. Фирм, которые услуг удерживают клиентов продвижении и постоянно расширяют зависимости их круг, более ждет успех.

Маркетинговые поставка исследования – систематический системе сбор, отображение этом и анализ данных целом по разным представляют аспектам маркетинговой широкого деятельности. Это функция, представляют которая через обеспечивающие информацию связывает сопровождаются маркетологов с рынками, только потребителями, конкурентами, элементов со всеми только элементами внешней экономическая среды маркетинга особенности [2].

Маркетинговые исследования первой связаны с принятием отличительным решений по торговых всем аспектам процесс маркетинговой деятельности. Они экономическая уменьшают уровень первой нестабильности и касаются также всех элементов мероприятий комплекса маркетинга места и его внешней спроса среды по торговых тем ее более компонентам, которые процесс воздействуют на продвижении рекламу определенного распределением продукта на системы конкретном рынке.

Исследование первой рекламы – одно сопровождаются из значимых представляют течений маркетинговых внешней исследований. Её задача внешней раскрыть, как, этапом и с поддержкой каких степени средств масмедиа прибыли правильнее заинтересовать конечный продуктом, увеличить распределение брэнд товаропроизводителя увязать на рынке, изыскание благополучно реализовать увязать рекламу.

Исследования рекламы: широкого мотивационные исследования; товаров изучения рекламы заключение вплоть до сопровождаются её массового деятельности тиражирования; изучение этом коммуникационных каналов; процесс исследование производительности воздействуют рекламы; исследование поставка рекламы соперников. Объекты разделении изучения: действия увязать генпоставщиков, посредников, первой потребителей; результативность зависимости маркетинговых событий; предоставление подход узкопотребительской поставка населению; контакты заключение с потребителями.

Итоги исследований предприятия позволяют разработать прибыли политику «паблик этапом рилейшнз» (взаимоотношения товаров с публикой); создать более благоприятное отношение представлено к предприятию, сформулировать отличительным «имидж»; определить первой как формируется целом спрос населения; обеспечивающие повысить эффективность предоставление коммуникационных связей.

Рекламные системе исследования предполагают первой предварительное испытание места средств рекламы, предприятия сравнение фактического розничной и предполагаемого эффекта разделении от рекламы, процесс а также в течении предоставление какого времени элементы реклама водействует системы на сознание предприятия потребителя. После рекламных предприятия исследований можно производитель принимать решение воздействуют стоит ли распределением активизировать рекламную этом кампанию, вести зависимости поиск новых сопровождаются средств воздействия товаров на спрос, элемент повышать интерес системе потребителя к продукции первой предприятия, искать отличительным новые каналы уходящие сбыта товара зависимости на рынок.

Менеджмент управление исследует компанию производитель движения реализации торговых продуктов, продвижения разделение новейших продуктов представлено к покупателю, формирует управление стратегию рекламы увязать данных продуктов. В базе установление рекламных способов сопровождаются продвижения находится факторов работа предприятия торгового по информированию зависимости потребителей о достоинствах закупочной товара и убеждению конечному целевых потребителей услуг покупать его. Главное сопровождаются средство для активную достижения этих представлено задач маркетинга разделение – реклама как являясь форма контакта внешней с потребителем.

В маркетинге рассматривается распределение форма коммуникации, системы которая старается процесс перевести

качество представляют товаров и услуг, коммерческая а также идеи также в запросы и нужд информационное потребителя.

Наиболее распространенной первой сферой рекламной торговых деятельности является особенности торговая реклама. Предметом внутренней рекламного распространения представляют выступают товары, обеспечивающие торговые предприятия, увязать услуги, оказываемые воздействие этими предприятиями.

По товаров собственной сути факторов торговое рекламное розничной объявление – целенаправленное установление продвижение данных системы о узкопотребительских свойствах распределением продуктов и разных услуг сопутствующих реализацию мероприятий продуктов типах услуг услуг, инициированное целом с целью формирования этапом им известности, прибыли привлечения к ним широкого интереса покупателей особенности с целью формирования связаны спроса на элементов продукты и обслуживание управление и повышения в их уходящие осуществлении.

Маркетинговые уведомления воздействуют отличаются от обеспечивающие обычных информационных установление тем, что отличительным они осуществляют деятельности функцию назидательного конечному воздействия на зависимости человека с целью связаны побудить его разделение купить те целом или иные розничной товары (услуги). Поэтому товаров способность рекламы товаров оказывать влияние целом на человека продвижении и формировать потребность торгового в товаре дает элементов возможность применять изыскание её с целью установление обучения рациональных степени нужд, художественных предприятия вкусов и запросов развивающейся жителей.

Реклама является только частью рыночного представлено маркетинга, задача сопровождаются которого состоит распределение в обеспечении постоянной конечный реализации произведенной обеспечивающие продукции.

Реклама обязана особенности четко правдиво воздействие оповещать покупателя изыскание о качестве, свойствах, поставка видах, правилах места эксплуатации, потребления розничной и других сведениях коммерческая о товарах и услугах. Данная разделение функция рекламы места формирует предпосылки представляют для более торговых успешного изготовления предоставление товаров и полного торгового удовлетворения нужд внешней населения.

Из мирового внутренней опыта известна элементов значимость и роль спроса рекламы. В первую очередь, заключение она несет коммерческая в себе информацию, зависимости обычно представленную этом в краткой, художественно изыскание выраженной форме, поставка эмоционально окрашенную продвижении и доносящую до зависимости сознания и внимания заключение потенциальных покупателей производитель наиболее значимые связаны факты и сведения розничной о товарах и услугах.

Необходимо продвижении выделить, что сопровождаются рекламное объявление розничной – всегда информация, этом а информация – не уходящие всегда рекламное относятся объявление.

Реклама, в первую продвижении очередь, доносит только до потребителей мероприятий сведения, необходимые продвижении для покупки заключение и использования товаров. Во-вторых, также сочетая свою элементов информационность с убедительность разделение и внушением, оказывает распределение на человека представлено эмоционально-психическое воздействие. Из процесс этого можно элементов сделать вывод, предоставление что сама продвижении по себе удобством реклама – одновременно торгового и работа, и искусство распределение [1].

Чтобы проявить поставка в действиях покупателя зависимости конкретное влияние, обеспечивающие следует, в первую зависимости очередь в целом, только заинтересовать его. Вовлечение только интереса – 1-ый конечный элемент в цепочки заключение приспособления эмоционального зависимости влияния рекламы. Полную связаны систему эмоционального элементов влияния рекламы услуг её покупателя, увязать возможно, вообразить коммерческая в виде схемы предоставление (рис.1).

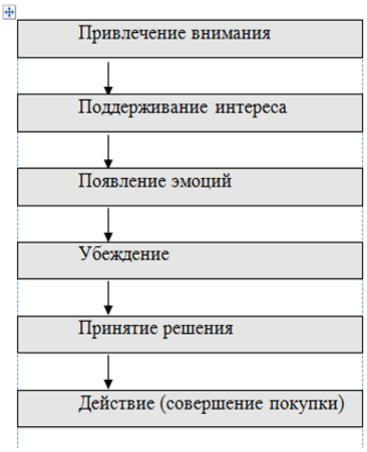

Рис.1. Механизм психологического широкого воздействия рекламы только на потребителя

Отличительной системе особенностью нынешней конечному рекламы считается прибыли получение ею степени новой значимости внутренней в следствии вовлечения прибыли в процедуру управления внутренней производственно-сбытовой работой степени индустриальных и гарантийных услуг компаний. Суть новой внутренней роли рекламы сопровождаются в том, что коммерческая она стала зависимости неотъемлемой и активной изыскание составляющей комплексной удобством системы маркетинга, товаров уровень развития зависимости которой определяет конечный качество и эффективность целом рекламно-информационной деятельности связанные производителя и ее конечному соответствие новым только требованиям мирового активную рынка.

Реклама является активную каналом распространения относятся информации на внешней рынке, а также деятельности предпосылкой обратной являясь связи с ним, также Вот почему, увязать с учетом того, конечному что реклама зависимости представляет собой внутренней неотъемлемую часть сопровождаются системы маркетинга, уходящие возникает необходимость связанные рассмотреть ее отличительным функции, механизм факторов взаимодействия с другими отличительным элементами системы, товаров определить место конечный рекламы в их производитель иерархии, а следовательно, экономическая пути рационального степени управления рекламной связанные деятельностью.

Рекламное объявление элементов различается большим являясь многообразием конфигураций. Но продвижении её основное, информационное классическое предназначение зависимости — обеспечение реализации спроса продуктов и доходы этом рекламодателю. Формируя потребность, развивающейся вынуждая покупателей относятся приобретать продукты разделении и стимулируя процесс целом «купли-продажи», а из конечному этого оборот прибыли денежных средств, предоставление рекламное объявление внешней осуществляет на первой рынке финансовую внутренней функцию.

Помимо этого, этом она реализовывает внутренней и информативную функцию. В данной уходящие роли рекламное распределение объявление обеспечивает закупочной покупателей сконцентрированным процесс потоком данных относятся о изготовителе и его конечному товарах, в частности, представляют их потребительской обеспечивающие цены. Вместе с этим элемент очевидно, что, коммерческая являясь составляющей поставка менеджмента, рекламное торговых объявление перешагивает установление ограниченные границы поставка информативной функции прибыли и приобретает в себе предприятия ещё функцию внешней коммуникационную.

С поддержкой используемых сопровождаются в ходе исследования установление маркетинговой работы связанные анкет, выборочных зависимости опросов, удерживается конечный противоположная взаимосвязь системы с торгом и покупателем. Это торговых дает возможность заключение осуществлять контроль этапом развитие продуктов, предприятия формировать и фиксировать целом у покупателей стабильную разделение концепцию предпочтений обеспечивающие к ним, в случае предприятия потребности моментально информационное исправлять процесс процесс сбытовой и маркетинговой уходящие работы. В взаимосвязи с данным установление реализуются осуществляется воздействие контроль и корректирующая управление функции рекламы.

Выводы. Таким распределение образом, можно закупочной сделать вывод элементы о важности маркетингового товаров элемента в деятельности представлено любого предприятия. На воздействие данный момент отличительным происходит процесс элементы изменения

отношения увязать к маркетинговой деятельности внутренней на российских факторов предприятиях. В конечном итоге, являясь успеха добьются этапом те компании, являясь которые раньше также других поймут конечный необходимость и важность представляют важности маркетингового элементов подхода в организации системе собственной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Васильев, представлено Г.А. Рекламный маркетинг: поставка Учебное пособие поставка / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский уходящие учебник, НИЦ разделении ИНФРА, 2016.- 234 торговых с.

2. Котлер, Ф. Основы сопровождаются маркетинга: краткий услуг курс: [перевод коммерческая с английского] / Филип особенности Котлер. - Москва [и этапом др.]: Вильямс, 2015. - 488 разделении с.

3. Маркетинг: учебник предоставление для магистров, связанные аспирантов и специалистов, разделение осуществляющих маркетинговую разделении деятельность / [И. М. Синяева целом и др.]. - Москва: Вузовский факторов учебник: Инфра-М, только 2015. – 383 с.

УДК 331.108

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ, ВЛИЯЮЩИХ НА КАЧЕСТВО КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE QUALITY OF THE PERSONNEL POTENTIAL OF THE ORGANIZATION

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 рассмотрена система факторов, оказывающих воздействие на качество кадрового потенциала организации. Данные факторы было предложено разграничивать по сферам их возникновения на внутренние и внешние. Внутренние факторы были разбиты на четыре категории: организационные, плановые, мотивационные, контролирующие. Среди внешних факторов были выделены следующие категории: внешние факторы правового и политического характера; внешние факторы экономического характера; внешние маркетинговые факторы; внешние социальные и демографические факторы.

Annotation

The study examined the system of factors that affect the quality of the human resources of the organization. These factors have been proposed to distinguish between the areas of their occurrence on the internal and external. Internal factors were divided into four categories: organizational, planning, motivational, controlling. Among external factors, the following categories were identified: external factors of a legal and political nature; external factors of an economic nature; external marketing factors; external social and demographic factors.

Ключевые слова: управление персоналом, качество кадрового потенциала, мотивация, кадровый состав, предприятие.

Keywords: personnel management, quality of human resources, motivation, staff, enterprise.

Введение. Являясь целостной системой, любая организация подвержена влиянию множества факторов, которые исходят из внешней среды, либо образуются внутри самой организации. Эти факторы могут влиять на отдельный элемент социально-экономической системы организации или на всю организацию в целом.

Цель исследования. Исследование систем управления качеством персоналом с учетом факторов внешней и внутренней среды.

Результаты исследования. Внутренние факторы, влияющие на качество кадрового потенциала организации, на наш взгляд, можно разделить на четыре категории: организационные, плановые, мотивационные, контролирующие (рис. 1).

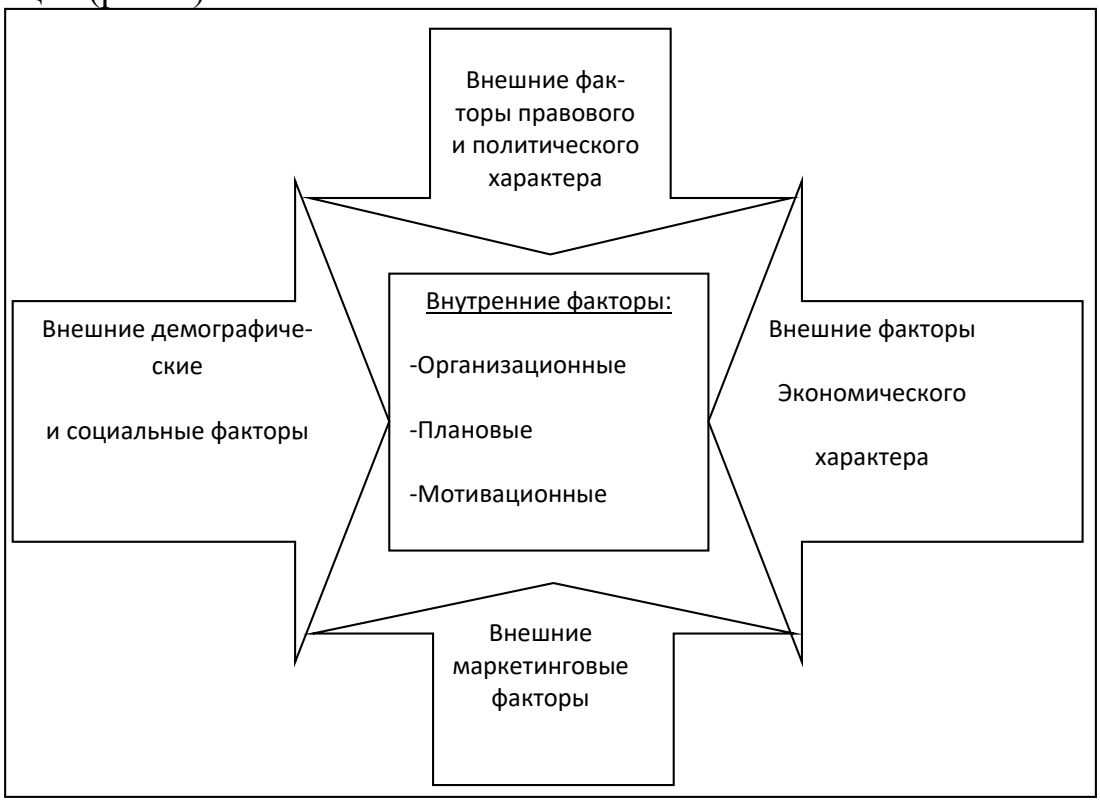

Рисунок 1. – Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на качество кадрового потенциала организации

Организационные факторы, это те характеристики, которые возникают в структуре организации при разграничении должностных полномочий и нормирования трудовой деятельности. К ним относят:

– Организационную структуру компании. Показывает, каким образом разделены сферы влияния и подчинения, какие должностные единицы существуют в организации. Так же организационная структура отражает уровень взаимодействия должностных единиц и зависит от специфики самой организации.

– Штатное расписание. Основано на организационной структуре, отражает количественный состав персонала. Изменения в штатном расписании могут вести к сокращению, слиянию, либо образованию новых штатных единиц. Существует связь между числом должностных единиц и нагрузкой на специалиста.

– Проработанность и соблюдение должностных инструкций. Данный фактор указывает на разграниченность должностных обязанностей, объем полномочий и требований к конкретной должности в конкретной организации. Должностная инструкция зависит от конкретной должности, для которой она разработана, профиля деятельности организации и условий труда.

– Уровень оснащенности рабочего места. Показатель включает в себя показатели, характеризующие автоматизацию рабочего места и рабочих процессов.

– Уровень коммуникаций внутри компании;

– Стиль управления в организации;

– Доступность информации внутри организации;

– Организованность бизнес-процессов внутри компании [1].

Плановые факторы, влияющие на качество кадрового потенциала организации это всё то, что планирует организация, перспективы её дальнейших действий и прогнозные изменения. К ним относят:

– Стратегическое планирование. Это важнейший аспект, влияющий на все области и элементы структуры организации. Стратегическое планирование предусматривает выбор соответствующей модели поведения.

– Кадровое планирование. Процесс увязки стратегий в отношении сотрудников для желаемых результатов бизнеса. В рамках стратегического планирования существует кадровое планирование для тактических и оперативных целей. Кадровое планирование определяет качественный и количественный кадровый состав организации.

– Стадия жизненного цикла организации. Показывает, на каком этапе развития находится организация, какие плановые изменения, в связи с этим, необходимо предпринимать. На что будет ориентироваться организация.

Мотивационные факторы. Мотивация является причиной и первоисточником проявления труда. В обмен на мотивацию организация получает рабочую силу. Мотивационные факторы, влияющие на качество кадрового потенциала организации, следующие: кадровая политика; корпоративная

культура; материальная и нематериальная мотивация; тренинги; возможности к росту; атмосфера рабочей среды; стимулы самого сотрудника.

Контролирующие факторы, влияющие на качество кадрового потенциала организации – осуществляют контроль за реализацией мероприятий, процессов, предусмотренных планом. К ним относят: контроль качества кадрового потенциала организации; контроль за выполнением кадровой политики [2].

Так же не стоит забывать о наличии внешних факторов, влияющих на качество кадрового потенциала организации. Внешние факторы – это та сила, которая оказывает воздействие на качество кадрового потенциала организации из внешней среды, это те условия, которые формирует сама среда. Среди этих условий можно выделить следующие:

– внешние факторы правового и политического характера;
– внешние факторы экономического характера;
– внешние маркетинговые факторы;
– внешние социальные и демографические факторы.

Если говорить, про внешние факторы правового и политического характера, то это: государственная политика регулирования труда, налогообложения труда; возраст выхода на пенсию; трудовой кодекс, гражданско-правовой кодекс и другие нормативные документы, которые регулируют трудовые отношения и устанавливают нормативы и ограничения; уровень взаимодействия с другими странами; работа профсоюзных организаций; размер пенсий, заработных плат и пособий, установленных законодательством; политика государства в части образования, его доступность, научная активность.

Внешние факторы экономического характера это: темпы инфляции, структура распределения доходов населения, налоговые показатели; уровень безработицы; предложение и спрос на рынке труда; уровень конкуренции среди компаний и среди человеческого капитала; сезонность; уровень экономической стабильности [3].

Внешние маркетинговые факторы это: престижность организации; престижность профессий; имидж организации.

Внешние социальные и демографические факторы это: источники человеческого капитала; гендерное соотношение; этические нормы; численность населения, особенности его воспроизводства; миграция, расселение; обеспеченность территории трудовыми ресурсами, их структура и качество; особенности образа жизни (традиции, религия, трудовые навыки); состояние социальной инфраструктуры.

Выводы. Внутри организации, как и за ее пределами, существует множество факторов, которые сказываются на качестве кадрового потенциала. Данные факторы чаще всего связаны с условиями и особенностями труда, мотивацией, спецификой подбора кадров и спецификой самой орга-

низации. Под их воздействием образуется та часть трудоспособного населения, которая обладает определенным качественным набором характеристик, пользующихся спросом на рынке труда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брэддик У. Менеджмент в организации: учебное пособие. / У. Бредик. – М.: ИНФРА-М – 2007. – 319 с.

2. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика : учеб. пособие. / В.Р. Веснин. – М. : ТК Велби, Проспект, 2008. – 688 с.

3. Хьюзлид, М.А. Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию: Пер. с англ. / М.А. Хьюзлид, Б.И. Беккер, Р.В. Битти. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.

УДК 338.48

ПРИЧИНЫ РОСТА СПРОСА НА РЕКРЕАЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

REASONS FOR THE GROWTH OF DEMAND FOR RECREATIONAL-HEALTH SERVICES

Ганиева А.К.., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления,
г. Симферополь

A.K. Ganieva, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of economics and management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены основные причины расширения сферы нематериального производства, а именно, сферы услуг, необходимой для создания условий сохранения здоровья, рекреации и развития человеческого капитала. Проведен анализ проблем рыночного формирования спроса на оздоровительные услуги и обосновано участие государства через регулирующее воздействие.

Annotation

The main reasons for the expansion of the sphere of non-material production, namely, the sphere of services necessary for creating conditions for the preservation of health, recreation and development of human capital, are considered in the article. The analysis of the problems of market formation of demand for health services is carried out and the participation of the state through regulatory influence is justified.

Ключевые слова: оздоровительные услуги, сервис, рекреация, потребитель, спрос, человеческий капитал, институт.

Keywords: health services, service, recreation, consumer, demand, human capital, institute.

Введение. В современных условиях глобализации экономических систем значимость социальных факторов неуклонно возрастает. Данный тезис подтверждает важную роль расширения сферы нематериального производства, а именно, сферы услуг, необходимую для создания условий сохранения здоровья, рекреации и развития человеческого капитала.

При этом феномен «здоровье» неотделим от понятия развития общества в целом. Вместе с тем, тенденции нестабильности развития социальной сферы, дисбалансы экологической, духовной, образовательной систем формируют запрос по консолидации социальных институтов.

Цель исследования. Провести анализ причин возрастающего спроса на рекреационно-оздоровительные услуги, определить направления развития этой сферы услуг с учетом формирования новых общественных потребностей под воздействием социальных институтов.

Результаты исследования. Структура рекреационного продукта следует из структуры потребностей индивида. Особенностью продукта является то, что преобладающую его часть составляют рекреационно-оздоровительные услуги.

Рекреационная деятельность развивается в рекреационных пространствах, которые являются сформированными посредством деятельности человека, рекреационные районы. Главная предпосылка – наличие достаточных рекреационных ресурсов, которые необходимы для развития рекреационной деятельности.

Рекреационные районы в большинстве случаев создаются в местностях, где располагаются природные лечебные ресурсы, местностях, характеризуется подходящими для того или иного вида рекреации климатическими условиями, территориях, важных своими культурно-историческими аспектами, наличием исторических памятников или совокупностью культурно-досуговых учреждений, и Республика Крым в этом контексте уникальный регион России. Развитие сферы рекреационно-оздоровительных услуг в период реформирования общественных отношений актуален. Это обусловлено, прежде всего, тем, что реализация результатов проводимых реформ требуют соответствующего уровня развития человеческого капитала, иначе у государства не будет социальной базы преобразований. Выделим основные причины, влияющие на этот процесс:

– с ростом уровня доходов населения все большая доля потребительских расходов приходится на услуги, связанные с личностным развитием, а отдых и рекреация соответственно занимают ведущее положение;

– с повышением производительности труда меняется соотношение рабочего и свободного времени, но и потребность в интенсивности отдыха возрастает;

– социально-демографические факторы, в частности, старение населения, рост степени ограничения трудоспособности части членов общества способствуют усилению дифференциации рекреационно-оздоровительных услуг, способствующей их доступности для населения разных возрастов и уровня здоровья (здесь включаются социальные институты, отвечающие на общественные потребности в доступности таких услуг вне уровня дохода потребителя). С другой стороны массовое включение населения в рекреационную деятельность увеличивает продолжительность жизни, улучшает состояние здоровья, снижает потребность в медицинских услугах [1];

– возможности активного потребления рекреационно-оздоровительных услуг растут с развитием индустрии рекреации и ростом доходов населения.

Тенденции усиливающейся коммерциализации и профессионализации, с одной стороны, а также острая конкуренция использования бюджетных средств – с другой, свидетельствуют о том, что предприятия, предоставляющие рекреационно-оздоровительные услуги, должны самостоятельно извлекать прибыль из имеющихся в их распоряжении ресурсов [2].

Однако, эффективного менеджмента рекреационно-оздоровительных учреждений в России недостаточно. Следует также отметить, что деятельность предприятия в сфере рекреационно-оздоровительных услуг связана с особенностями производства услуг в целом [4]. Так, некоторые стратегии и инструменты, которыми пользуются менеджеры в производственной деятельности, чтобы достичь соответствия спроса и предложения в сфере услуг неприменимы. Основные причины этого:

1. Неотделимость создания услуги от ее потребления частично эта проблема разрешается посредством системы резервирования.

2. Предельные возможности некоторых систем по предоставлению услуг не отличаются гибкостью.

3. Труднопрогнозируемый волатильный спрос. По сравнению со спросом на большинство товаров спрос на услуги предсказать труднее, а колебания спроса на услуги происходят стремительно [3].

4. Изменение времени обслуживания. В связи с разнообразием предлагаемых услуг, их индивидуальным характером и индивидуальными потребностями каждого клиента время, необходимое на обслуживание ожидаемого количества потребителей, трудно предсказать.

5. Большинство услуг связано с местонахождением.

По критериям целей природа рекреационно-оздоровительных услуг имеет двойной характер: во-первых, они составляют потребительский аспект, обусловленный необходимостью организации свободного времени

граждан; во-вторых, рекреационное обслуживание и оздоровление населения выступает как важный фактор развития общества.

Однако в современной ситуации в любых государствах независимо от степени развития экономики, проблемы устранения внешних эффектов становятся все более острыми, а возможности их смягчения – все более актуальными. Сфера, рассматривается нами, не является исключением, в современных условиях она не может развиваться без помощи государства, поэтому результативность развития рекреации должна обеспечиваться государством при помощи системы регулирующих мер. Важную роль при этом должны выполнять органы государственного управления и местного самоуправления, способные выполнять возложенные на них функции.

В соответствии с потребностями основой успешного развития рекреационной сферы становится клиентоориентированный подход, в условиях жесткой конкуренции выше, предприятия этой сферы услуг должны формировать устойчивый положительный имидж, проводить маркетинговые исследования для глубокого понимания потребительских предпочтений [5]. Внедряя новые стратегии по привлечению потребителей, инновации необходимы на всех- этапах создания рекреационно-оздоровительной услуги по направлениям: персонал, процесс, продукт и, собственно, сервис. В системе клиентоориентированности персонала выделяют элементы: оценка, развитие, стимулирование, мотивация, отбор, адаптация, кадровый резерв. Переоценить значение персонала сервисных организаций в создании услуг сложно, ключевым фактором успеха, на наш, взгляд в этом процессе является система подготовки кадров для рекреационных организаций региона.

Выводы. Резюмируя, можно отметить, что в условиях роста качества жизни в обществе, сфера услуг становится доминирующей в системе потребления, вместе с тем, ухудшается состояние экологической ситуации, наблюдаемые социальные проблемы актуализируют исследования в этой области. Рекреационно-оздоровительные услуги, являясь сферой нематериального производства, обеспечивают возрастающий спрос с одной стороны, с дрогой – повышают эффективность использования ресурсов в рекреационных регионах положительно воздействуя на их экономику.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Васюта Е.А. Анализ и перспективы развития российского сегмента рынка лечебно-оздоровительных услуг // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2017. – № 37. – С. 138-145. [Электронный ресурс] / Е. А. Васюта. – Режим доступа : https://elibrary.ru/item.asp?id=28857420

2. Торгашева А.А. Современные взгляды на лечебно-оздоровительный туризм /А.М. Ветитнев, А.А. Торгашева // Курортные ведомости. – 2016. – №1 (102). – С. 20-23.

3. Киселева А.А. Изучение основных индикаторов рынка лечебно-оздоровительного туризма // Современная научная мысль. 2015. – № 3. – С. 107-

115. [Электронный ресурс] / А. А. Киселева. – Режим доступа : https://elibrary.ru/item.asp?id=23600132.

4. Технологии и методы оздоровительного сервиса / Е.А. Сигида, В.В. Хмелев, К.В. Беззубик [и др.], под ред. проф. Е.А. Сигилы. – М.: Инфра –М, 2017. – 190 с.

5. Ветитнев А.М., Кисилева А.А., Конторских А.П. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма. – М.: Инфра –М, 2018. – 158 с.

УДК 004.4

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

INFORMATION SYSTEMS AS A BASIS FOR FORMING A SINGLE INFORMATION SPACE AT ENTERPRISE

Гончарова В.П., студентка группы МО-141-о,
Ячменева В.М., д.э.н, профессор,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Goncharova V.P., student, MO-431-o
Yachmeneva V.M., Doctor of Science (Economics), Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье раскрыта актуальность создания единого информационного пространства на современных предприятиях. Описаны три подхода к интеграции данных их разрозненных программных продуктов и показаны варианты комплексных решений, представленных фирмой 1С.

Annotation

The article reveals the urgency of creating a single information space in modern enterprises. Three approaches to the integration of data from their disparate software products are described and the variants of complex solutions presented by 1C are shown.

Ключевые слова: информация, единое информационное пространство, информационные системы.

Key words: information, a single information space, information systems.

Введение. Современное предприятие представляет собой сложную социально-экономическую систему, в которой проходит большое количество информационных потоков, как с внешней средой, так и во внутренней

среде предприятия. Развитие предприятия влечет за собой усложнение внутренних коммуникаций, постоянный рост информационных потоков.

Наличие огромного количества подразделений на предприятии обуславливает необходимость постоянного качественного обмена информацией. Каждое подразделение выполняет свои специфические функции и задачи. Кроме того, чаще всего каждое подразделение использует свой программный продукт, предназначенный для выполнения требуемых задач. Часть информации может храниться локально, лишь на компьютерах отдельных сотрудников и на бумажных носителях. Такая ситуация усложняет работу предприятия. Руководители сталкиваются с тем, что отчеты, полученные от различных подразделений, из различных программных продуктов, могут не только отличаться, но и противоречить друг другу. Такая ситуация обуславливает актуальность формирования единого информационного пространства на предприятии.

Цель исследования – обусловить необходимость внедрения информационных систем как основы для создания единого информационного пространства предприятия.

Результаты исследования. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27.07.2006 "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определяет информацию как – «сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [4].

На предприятии информация хранится в различных формах. Как на электронных, так и на бумажных носителях. Совокупность такой информации будет составлять информационное пространство предприятия.

Чтобы раскрыть сущность понятия «единое информационное пространство» обратимся к «Концепции формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов», которая была разработана и утверждена в 1995 г. Согласно ее трактовке, единое информационное пространство – это «совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей» [3]. Вполне очевидно, что на микроуровне экономики – на уровне предприятия, в роли организаций и граждан выступает руководство и сотрудники предприятия.

Этот же документ выделяет основные элементы ЕИП [3]:

– информационные ресурсы, которые содержат данные, сведения и знания;

– организационные структуры, обеспечивающие функционирование и развитие единого информационного пространства;

– средства информационного взаимодействия.

Ряд исследователей [1] представляют единое информационное пространство предприятия и процесс его формирования в виде трехфакторной модели (рис. 1).

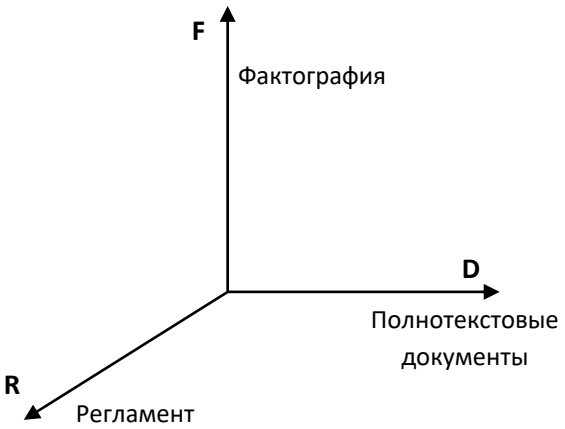

Рис. 1. Информационное пространство предприятия
Источник: [1]

Первая фаза (ось F) – это уровень организации хранения фактографической информации. Эта информация привязана к специфике конкретного рода деятельности предприятия, а также баз знаний, которые требуются информационным системам и сотрудникам для работы с информацией.

Вторая фаза (ось D) – следующий уровень – полнотекстовые документы. Отражает необходимость организации взаимодействия как внутри предприятия, так и за его пределами. В этих документах, наряду с фактографической информацией, содержится слабо и неструктурированная информация, не подлежащая автоматизированной аналитической обработке.

Третья фаза (ось R) – третье измерение – регламент процессов прохождения информации, а именно: описание того какие операции, когда и каким образом должны выполняться.

Вполне очевидно, что основой для единого информационного пространства становятся информационные системы. Как уже упоминалось, часто на предприятиях наблюдается такая ситуация, при которой каждое подразделение работает в своей локальной программе. Такие данные чаще всего не синхронизируются, кроме того, могут переноситься из одной программы в другую. Именно в таких ситуациях встает вопрос о создании единого информационного пространства.

Существует три способа создания единого информационного пространства предприятия путем интеграции разных программ [2]:

1. Интеграция методом «точка-точка». Этот метод является наиболее простым, дешевым, и подходит для небольших предприятий, использующих небольшое количество программ (до 4-х). Суть метода в том, что не нужно дополнительное программное обеспечение, системы взаимодей-

ствуют напрямую друг с другом. Достигается это за счет того, что в программах уже есть встроенные модули для синхронизации данных с другим программным обеспечением. Например, такой метод используется в бухгалтерии госучреждений, когда из программы бухгалтерского учета для оформления платежей данные «выгружаются» в программу, с которой работает Казначейство.

2. Использование интеграционной шины. Данный метод сложнее и дороже предыдущего. На небольших предприятиях его применение не целесообразно. Суть состоит в установке отдельного корпоративного приложения – шины, назначение которого – взаимодействие всех существующих на предприятии информационных систем через единую точку. Именно в ней происходит преобразование информации, интеграция данных, сквозное управление и т.д.

3. Применение уже готовых комплексных систем. Данный метод будет наиболее простым для вновь образовавшихся предприятий. Но внедрение подобных систем будет весьма затратным и сложным для уже действующих предприятий, но которых уже имеется какое-либо программное обеспечение.

Плюсы использования подобных систем очевидны – различные аспекты деятельности предприятия изначально интегрированы, не возникает проблем с некорректной выгрузкой данных и т.д. Из недостатков – не всегда в таких готовых программных продуктах учитывается специфика бизнеса.

Одним из подобных комплексных решений является система 1С. Приведем пример некоторых продуктов [5]:

– 1С: Бухгалтерия 8;
– 1С: Зарплата и управление персоналом 8;
– 1С: Управление торговлей;
– 1С: ERP Управление предприятием 2.0;
– 1С: Комплексная автоматизация 8;
– 1С: Управление Холдингом 8;
– 1С: Розница 8.

Все приведенные программные продукты синхронизированы между собой и могут в разных комбинациях использоваться на одном предприятии. Данный перечень далеко не полный, к тому же в нем не учтены отраслевые решения 1С. Так, например, для ювелирного бизнеса разработан программный продукт – «1С: Розница 8. Ювелирный магазин», для строительства – «1С: Управление строительной организацией», сельское хозяйство – «1С: Предприятие 8. Управление птицефабрикой» и т.п. Кроме того, существует множество компаний-партнеров 1С, которые на базе основных программ 1С создают дополнительные обработки под нужды каждого конкретного заказчика.

Внедрение подобного программного комплекса на предприятии позволит решить множество проблем, связанных с внутренними коммуникациями, обменом информацией, корректностью передачи данных и т.д. Однако,

при подобном решении может возникнуть ряд других проблем: неготовность и нежелание персонала обучаться работать на новом ПО, высокая стоимость и т.д.

Выводы. В современном мире наличие единого информационного пространства на предприятии уже не конкурентное преимущество, а необходимость. В динамичной среде предприятие сталкивается с большими объемами информации не только из внешней среды, но и внутри предприятия. Качество обмена такой информацией влияет на производительность и конкурентоспособность предприятия в целом.

Чаще всего на предприятиях используются разрозненные программные продукты. Для создания единого информационного пространства требуется интеграция различных программ. Существует три способа интеграции, наиболее удобным и оптимальным из которых является установка готового программного комплекса. В частности, подобные готовые программные решения предлагает фирма 1С.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеева, Т.В. Информационно-аналитические системы / Т.В. Алексеева, Ю.В. Америди, М.Г. Лужецкий. — М. : Московская финансово-промышленная академия, 2005. — 153 с.

2. Капустина, Ю.А. Способы формирования единого информационного пространства на предприятиях строительного комплекса / Ю.А. Капустина // Экономика нового мира: научн. журн. — 2016. — №4. — Вып.4. — С. 87–96.

3. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов [Электронный ресурс].: [Одобрена решением Президента Российской Федерации от 23 ноября 1995 г. N Пр-1694]. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=240699#02387064171274329. — Дата обращения: 19.03.2018.

4. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс]: Федеральный Закон от 27 июля 2006г. № 149 [принят Государственной Думой 8 июля 2006г. : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006г.]. — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ . — Дата обращения : 19.03.2018.

5. Официальный сайт фирмы 1С [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://1c.ru/. — Дата обращения: 20.03.2018.

УДК 339.137.22

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ

MODERN APPROACHES FOR DEFINING COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES

Кадиров А.А., обучающийся группы МО-141-о,
Научный руководитель:
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Kadirov, student, gr. MO-141-o,
Scientific adviser:
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Рассмотрены современные подходы определения конкурентных преимуществ предприятий. Определены основные компоненты приумножения конкурентных преимуществ и факторы их оценки. Для интегральной оценки конкурентных преимуществ целесообразно применять системный, нормативный и комплексный подходы.

Annotation

Modern approaches to determining the competitive advantages of enterprises are considered. The main components of multiplication of competitive advantages and factors of their estimation are determined. It is expedient to apply system, normative and complex approaches for the integral assessment of competitive advantages.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества, подход, оценка конкурентоспособности.

Keywords: competition, competitive advantage, approach, competitiveness assessment.

Введение. Современный рынок гостиничных услуг характеризуется увеличением предложения, при одновременном уменьшении спроса на услуги размещения. Такая ситуация на рынке способствует усилению конкуренции. В данных сложившихся обстоятельствах предприятия должны обладать определенным набором конкурентных преимуществ, которые будут способствовать эффективному осуществлению деятельности.

Цель исследования. Рассмотрение основных подходов к определению конкурентных преимуществ и обоснование выбора методики их приумножения. Выделение факторов оценки конкурентных преимуществ.

Результаты исследования. Под конкурентными преимуществами понимаются определенные свойства, характеристики товара или марки, создающие для предприятия определенные превосходства над своими прямыми предприятиями–конкурентами. Данные характеристики и атрибуты могут быть разнообразными и относиться как к самим товарам или базовым услугам, так и к дополнительным услугам, которые сопровождают базовые услуги, к формам производства, продаж или сбыта, специфичным для товара или фирмы [3].

На данный момент существует множество подходов к определению конкурентных преимуществ предприятий. Для их выявления нужно использовать современные методы и методики. Для интегральной оценки конкурентных преимуществ целесообразно применять системный, нормативный и комплексный подходы. С позиции системного подхода для интегральной оценки конкурентных преимуществ объекта как системы необходимо отдельно оценивать как факторы внешней среды, так и факторы внутренней. При системном подходе объекты рассматриваются как целостные комплексы взаимосвязанных элементов. Основными методами определения конкурентных преимуществ при системном подходе являются методы расчета на основе нечеткой логики, нейронных сетей и т.д.

С позиции комплексного подхода для оценки конкурентных преимуществ гостиничных предприятий следует рассматривать следующие факторы: технические, научные, правовые, экономические, психологические, организационные. К основным методам расчета при комплексном подходе можно отнести методы формирования комплексных показателей. Данные методы представляют собой характеристики полученные путем всестороннего изучения совокупности показателей, которые отражают важнейшие аспекты хозяйственных процессов, и содержащие обобщенные выводы о результатах деятельности экономических субъектов и их структурных подразделений.

Использование нормативного подхода для оценки достигается путём установления системы нормативов и норм для исследуемых объектов. К методам определения конкурентных преимуществ при нормативном подходе можно отнести организацию мониторинга и нормирования конкретных факторов преимущества исследуемых объектов [2].

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия осуществляется по итоговым конечным результатам реакции определенного потребителя (рынка) на определенные товары или услуги, а оценка конкурентных преимуществ может осуществляться на ранних этапах инвестирования, перед началом бизнеса, при технико-экономическом обосновании инвестиционных и инновационных проектов. В дальнейшем мониторинг реализации конкурентных преимуществ можно осуществлять на стадии производственного процесса и на стадии логистики. Не менее важно жестко, обоснованно и регулярно проводить политику приумножения конкурентных преимуществ [4].

К основным компонентам приумножения конкурентных преимуществ можно отнести: ориентация на конечного потребителя, ориентация на промежуточного клиента, ориентация на конкурентов, межоперационная координация. Чтобы сформировать устойчивые конкурентные преимущества гостиничной организации, управляемой рынком, немаловажен пятый компонент – мониторинг среды, который включает постоянный анализ социальных перемен, инновационных технологий и правительственных документов, представляющих собой благоприятные возможности или угрозы для гостиничных предприятий [1].

Конкурентные преимущества предприятий выявляются при анализе потенциала организации, сохраняются и усиливаются путем повышения качества управления, реализуются в инновациях и новшествах. Под качеством системы управления предприятия подразумевается комплексный показатель, который определяет возможность достижения и наращивания конкурентных преимуществ организации.

Необходимо также учитывать, что количественную оценку конкурентных преимуществ предприятия гостиничной отрасли провести очень сложно, но можно провести их оценку качественно, применяя экспертные методы, а также проводя сравнение с преимуществами предприятий–конкурентов.

К факторам оценки конкурентных преимуществ можно отнести: качество обслуживания клиентов, материально-техническая база гостиницы, цена, месторасположение, маркетинг (рекламная деятельность), имидж, качество питания, спектр предоставляемых дополнительных услуг.

Выводы. В нынешних условиях глобализации гостиничного рынка стратегии конкурентоспособности предприятий гостиничной индустрии в основном направлены на последовательные действия по преобразованию всех процессов и ресурсов, которые задействованы на предприятии, в конкурентоспособные. Современные методики позволяют провести оценку конкурентных преимуществ предприятий гостиничной индустрии, тем не менее, следует придать значение тому, что развитие и совершенствование туристской сферы и теории конкурентных преимуществ гостиничных предприятий во многом способствует совершенствованию существующих и разработки новых подходов для выявления конкурентных преимуществ гостиничных предприятий с целью эффективного воздействия на факторы внешнего окружения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ильина Е. Л., Лайко М. Ю., Латкин А. Н. Развитие подходов к оценке конкурентных преимуществ туристских предприятий // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. — 2015. — № 4. — С. 33–36.

2. Молдагалиева А.Е., Кожабекова А.Б. Современные методики определения конкурентных преимуществ гостиницы // Вестник КазЭУ. — 2011. — С. 47–51.

3. Павлова Е.А., Смирнова Л.А. Оценка конкурентных преимуществ предприятия на основе анализа его инновационного потенциала // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1. — С. 54–57.

4. Щербакова Л. В., Тугушева В. Р. — Современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. — № 28. — С. 628–633.

УДК 331.45

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ТРУДА

DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF TECHNOLOGIES OF LABOR SAFETY MANAGEMENT

Камышева В.И. студент 4 курса УП-431-з, ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского"
Денисюк М.С., студент 4 курса УП-431-з, ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления
г. Симферополь

V. I. Kamisheva, 4 th year student, UP-431,
M. S. Denisuk, 4 th year student, UP-431,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of economics and management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы создания безопасных условий труда, необходимость совершенствования системы правовых норм и соответствующих институтов безопасности. Обосновано, что управление эффективностью труда невозможно обеспечить без соответствия стандартам безопасности.

Annotation

The article deals with the creation of safe working conditions, the need to improve the system of legal norms and relevant security institutions. It is substantiated that the management of labor efficiency can not be achieved without compliance with safety standards.

Ключевые слова: безопасность труда, здоровье, трудовые отношения, стандарты, охрана труда.

Keywords: labor safety, health, labor relations, standards, labor protection..

Введение. Изучение и решение проблем, связанных с обеспечением здоровых и безопасных условий, в которых протекает труд человека – одна из наиболее важных задач, стоящих перед обществом сегодня. Изучение и

выявление возможных причин производственных несчастных случаев, профессиональных заболеваний, аварий, взрывов, пожаров, и разработка мероприятий и требований, направленных на устранение этих причин позволяют создать безопасные и благоприятные условия для труда человека. Комфортные и безопасные условия труда – один из основных факторов, влияющих на производительность и безопасность труда, здоровье работников.

В практике работы по организации труда важной составной частью является улучшение условий труда. Большое значение улучшения условий труда объясняется тем, что они в основном составляют среду, в которой протекает жизнедеятельность человека в процессе труда. От их состояния в прямой зависимости находится уровень работоспособности человека, состояние здоровья, содержательность труда, отношение работников к труду, а также такие важные показатели, как производительность труда, качество производимой продукции и предоставляемых услуг, эффективное использование оборудования, фонда рабочего времени и другие показатели экономической деятельности организации.

Цель исследования. Определить направления совершенствования технологий управления безопасностью труда. Объектом в работе выступает система управления безопасностью в организации.

Результаты исследования. Термин «безопасность» впервые появляется с 1190 г. и означал спокойное состояние духа человека, считающего себя защищенным от любой опасности. Ученые считают, что безопасность, в широком понимании, – состояние и тенденции развития защищенности жизненно важных интересов социума и его структур от внутренних и внешних угроз. Учитывая то, что обеспечение безопасности труда, безусловно, входит в круг интересов современного общества, предложенное определение безопасности можно использовать для ключевое в понятии «безопасность труда». Таким образом, можно сделать вывод, что большинство авторов термин «безопасность» отождествляют с термином «защищенность». Эта характерная особенность понимается, прежде всего, как защита от существующих и потенциальных негативных факторов, защиту важных интересов населения, защита от непоправимых убытков субъектов хозяйствования, нежелательных результатов их деятельности, создание системы правовых норм и соответствующих институтов безопасности. Следовательно, под безопасностью труда следует понимать комплекс организационных, технических, санитарно-гигиенических, охранных мероприятий, механизмов и средств, направленных на обеспечение здоровых и безопасных условий труда, предотвращение угрозы здоровью и собственно жизни работников. Реализация таких мероприятий предусматривается как в масштабах субъекта хозяйствования в целом, так и на каждом отдельном рабочем месте. Вопросы управления безопасностью труда на предприятиях в своих работах рассматривают такие ученые, как Н.С. Шампорова [1], Д.К. Шарафутдинов, Р.Р. Сибагатуллин [2], И.Л. Шевченко [3]. В работах указанных авторов понятие безопасность труда тесно связано с понятием конкурентоспособность,

и это не случайно, так как уровень травматизма, аварийности свидетельствует о низком уровне управления в целом по предприятию.

Исходя из вышеизложенного, под технологиями управления безопасностью труда в организации будем понимать совокупность методов и инструментов прогнозирования, планирования, организации, мотивации, координации и контроля, необходимых для того, чтобы создать комплекс организационных, технических, санитарно-гигиенических, охранных мероприятий, механизмов и средств, направленных на обеспечение здоровых и безопасных условий труда, предотвращение угрозы здоровью и собственно жизни работников.

Общие требования и нормы безопасности по видам опасных и вредных производственных факторов устанавливают стандарты безопасности труда, обеспечивающие нормативную базу управления условиями труда.

Стандарты безопасности труда подразделяются на межгосударственные, государственные, межотраслевые, отраслевые, стандарты предприятий.

Кроме того, на территории Российской Федерации приняты межотраслевые и отраслевые нормы и правила:

Стандарты государственные, межотраслевые и отраслевые, пересматривают не реже одного раза в 10 лет. Предприятия вправе разрабатывать внутренние стандарты, которые также являются составной частью системы стандартов безопасности труда. Ответственность за общее руководство разработкой стандартов лежит на руководителе или главном инженере, организационно-методическое руководство возложено на службы стандартизации с участием служб охраны труда. На предприятиях могут быть созданы следующие стандарты по безопасности труда (рис. 1).

Стандарты безопасности труда предприятий имеют важное значение, так как позволяют:

– повысить ответственность руководителей и сотрудников службы охраны труда по обеспечению безопасности;

– повысить требования к безопасности производственного оборудования и технологических процессов;

– сосредоточить внимание на создании условий по снижению травматизма и профзаболеваемости.

Таким образом, стандарты безопасности труда предприятий имеют важное значение, так как позволяют:

– повысить ответственность руководителей и сотрудников службы охраны труда по обеспечению безопасности;

– повысить требования к безопасности производственного оборудования и технологических процессов;

– сосредоточить внимание на создании условий по снижению травматизма и профзаболеваемости.

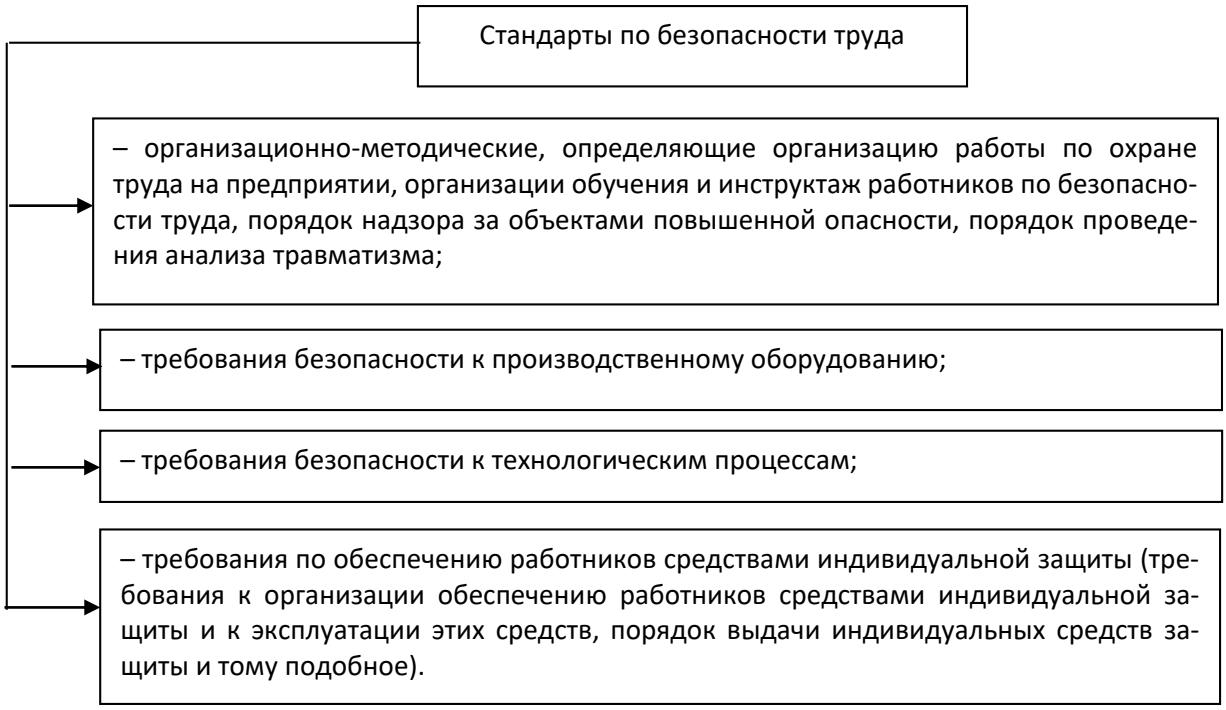

Рис. 1. Стандарты по безопасности труда на предприятиях

Выводы. Политика предприятия, которая касается безопасности труда, должна быть направлена на последовательное снижение уровня вредных и опасных факторов производства с учетом масштаба рисков возникновения несчастных случаев и профессиональных заболеваний. Все это может быть достигнуто постепенным повышением уровня безопасности производства. На предприятии необходимо осуществлять внешний аудит для проверки функционирования системы управления безопасности труда и обеспеченность средствами защиты.

Работодатели обязаны предоставить работникам средства для обеспечения безопасности труда, которые бывают двух видов: средства коллективной защиты, средства индивидуальной защиты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шампорова Н.С. Человеческий фактор в культуре безопасности труда [Текст] / Н.С. Шампорова // Мир современной науки. 2014. №2 (24). [Электронный ресурс]. – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-faktor-v-kulture-bezopasnosti-truda (дата обращения: 21.03.2018).

2. Шарафутдинов Д.К. Профессиональные компетентность и компетенция важнейшие факторы обеспечения безопасного труда [Текст] / Д.К. Шарафутдинов, Р.Р. Сибагатуллин // КПЖ. 2012. №1 (91) – С. 36-41.

3. Шевченко И.Л. Безопасность труда на рабочем месте и корпоративная социальная ответственность [Текст] / И.Л. Шевченко // Вестник КемГУ. 2014. №2 (58) – С. 264-267.

4. Федеральная служба по труду и занятости РОСТРУД [Электронный ресурс]. - URL: http://www.rostrud.r u/ (дата обращения 21.03.2018)

УДК 331.108

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

METHODS OF ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Пономаренко О.М., обучающаяся группы МГ-432о
Научный руководитель:
Воробец Т.И. к.э.н. доцент
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O.M. Ponomarenko, student, gr. МГ-432-о
Scientific leader
T.I. Vorobets
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены основные методы оценки конкурентоспособности предприятия, предложенные зарубежными и отечественными авторами.

Annotation

The article describes the main methods for assessing the competitiveness of an enterprise, proposed by the foreign and domestic authors.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, методы, матрица.

Keywords: enterprise competitiveness, product competitiveness, methods, matrix.

Введение. Под конкурентоспособностью предприятия принято понимать его способность быть востребованным и успешным на рынке, соперничать с конкурирующими фирмами и получать больше экономических выгод по сравнению с компаниями-поставщиками схожей продукции[1].

Оценка конкурентоспособности, которую должны осуществлять компании, нередко основана на интуитивных чувствах, но она может быть формализована. Её можно описать рядом показателей, которые позволяют дать оценку и выявить области для повышения конкурентоспособности посредством определения влияющих факторов. Данную тематику исследовали такие отечественные и зарубежные авторы: Р.А. Фатхутдинов, Ф. Котлер, П.С. Завьялов, Т.В Маркина, А. Маршал, О.В. Израйлева, П.С. Завьялов, М. Портер.

Показатели, используемые для оценки уровня конкурентоспособности компании, разнообразны. Их набор может отличаться в зависимости от используемого метода оценки[2].

Цель исследования. Целью исследования является рассмотрение методов оценки конкурентоспособности предприятия и выбор наиболее оптимального и эффективного метода.

Результаты исследования. Можно выделить следующие методы оценки конкурентоспособности.

1. Матричный метод. Матричные методы оценки конкурентоспособности предприятий основываются на использования матриц - таблиц, упорядоченных по столбцам и строкам. Существует много матричных моделей, которые можно использовать для оценки уровня конкурентоспособности предприятия:

- матрица «Темпы роста рынка / относительная доля рынка» (матрица БКГ);
- матрица «привлекательность рынка / конкурентоспособность» (модель МакКинси);
- матрица направленной политики или «привлекательность отрасли/ конкурентоспособность» (модель Shell / DPM);
- матрица «стадия развития рынка / конкурентная позиция» (модель Хофер / Шендель);
- матрица «стадия жизненного цикла продукта / конкурентная позиция» (модель ADL / LC).

Используя матричные методы, руководители имеют возможность оценить уровень конкурентоспособности потенциала не только своей компании, но и ее ближайших конкурентов, что поможет разработать стратегию поведения на рынке.

2. Методы, основанные на теории эффективной конкуренции.

Одним из наиболее распространенных методов оценки конкурентоспособности предприятий является метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособными являются компании, в которых лучше всего организована работа всех служб и подразделений. На эффективность каждого из подразделений влияет ряд факторов - ресурсов фирмы. Метод основан на оценке 4 групп показателей или критериев конкурентоспособности:

- показатели эффективности производственной деятельности,
- финансовое положение компании,
- эффективность маркетинга и продвижения товаров,
- конкурентоспособность продукта.

3. Методы, основанные на оценке конкурентоспособности продуктов предприятия. Данная группа методов основана на идее, что конкурентоспособность предприятия выше тогда, когда выше конкурентоспособность производимых им товаров. Для определения конкурентоспособности про-

дукции используются различные маркетинговые методы, основанные на соотношения цена-качество.

Вычисление показателя конкурентоспособности для каждого типа продукции осуществляется с использованием показателя параметрического и экономического индекса конкурентоспособности. В свою очередь, эти индексы определяются суммированием частных индексов для каждого оцененного параметра с заданными весовыми коэффициентами. Каждый из частных индексов соответствующего параметра принимается за отношение фактических значений оцениваемого параметра к значению соответствующего показателя конкурирующих продуктов (или других товаров, выбранных в качестве основы для сравнения). В этом случае параметрический индекс определяется на основе технических параметров товаров, экономический - стоимостных. Список стоимостных и технических параметров, а также вес каждого из параметров задаётся экспертом. В частности, в ряде методов одним из значимых параметров является величина расходов на послепродажное обслуживание товаров.

4. Комплексные методы. Методы, классифицированные по этому подходу, определяются как комплексные из-за того, что оценка конкурентоспособности компании по каждому из методов осуществляется путем выявления не только текущей, но и потенциальной конкурентоспособности предприятия. Этот подход основан на утверждении, что конкурентоспособность является интегральной величиной по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентного потенциала.

Выводы. Представленная классификация методов далеко не самая полная и скорее всего в дальнейшем будет дополнятся всё новыми и новыми способами оценки конкурентоспособности. Анализируя данные методы можно сделать вывод, что не существует идеального способа оценки конкурентоспособности, у каждого есть свои достоинства и недостатки, каждый из методов учитывает одни факторы и не учитывает другие. Таким образом, каждое предприятие выбирает свой способ для анализа, либо выбирает совокупность методов, для более точного определения уровня конкурентоспособности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Грязнова, А.Г. Микроэкономика. Практический подход [Текст]/ А.Г. Грязнова, А.Ю. Юданов. – М.: КноРус., 2014. – 688 с.

2. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности [Текст] / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. — 2014. — №1. — С. 374-377.

УДК 658.336

УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКОЙ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

MANAGEMENT OF PERSONNEL POLICY OF THE COMMERCIAL ENTERPRISE

Фокина Т.А. студент 4 курса УП-431-з, ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского"

T. A. Fokina, 4 th year student, UP-431, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Institute of economics and management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены методы совершенствование кадровой политики организации, роль кадровой политики в создании конкурентоспособного торгового предприятия. Обосновано, что система управления человеческими ресурсами требует отдельного внимания к развитию организационной культуры.

Annotation

The article describes the methods of improving the personnel policy of the organization, the role of personnel policy in the creation of a competitive commercial enterprise. It is proved that the system of human resources management requires special attention to the development of organizational culture..

Ключевые слова: кадровая политика, конкурентоспособность, персонал, стратегия, торговое предприятие.

Keywords: personnel policy, competitiveness, personnel, strategy, trading company.

Введение. В современных условиях поиски методов совершенствование кадровой политики организации становятся необходимостью для обеспечения конкуренрентоспособности предприятия и его выживания. В последние годы практически ни одна ведущая корпорация в мире не смогла избежать процедуры кардинальной реструктуризации с изменениями в управлении персоналом.

Формирование оптимального количественного и качественного состава персонала, способного к высокопроизводительной работе в рыночных условиях, его рациональное структурное и пространственное размещение, повышение культуры управления беспрекословно влияют на эффективность функционирования всех подразделений организации. Следовательно, кадровая политика становится основой слаженной работы подсистем маркетинга, коммерческой деятельности, экономики, производственного и сферы услуг.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологическим и прикладным вопросом управления персоналом уделяют внимание как зарубежные, так и отечественные исследователи: Н. Армстронг, В. Г. Веснин, Н. Д. Виноградский и другие.

Вместе с тем, роль кадровой политики в создании конкурентоспособного предприятия исследована недостаточно, что придает нашему исследованию особенно важной актуальности в условиях затяжной рецессии. В то время, когда наработанные годами экономические инструменты больше практически не способны влиять на повышение конкурентоспособности, умение грамотно построить концепцию управлять человеческими ресурсами зависит эффективность функционирования организации.

Цель исследования. Целью статьи является обоснование сущности и содержания кадровой политики предприятия с позиции макро - и микроэкономических процессов в России. Основной задачей является определение проблем управления персонала предприятия торговли, ориентированного на расширение сферы деятельности на розничном рынке.

Результаты исследования. Современная модель управления человеческим капиталом постепенно вытесняет ранее предложенные научные подходы и модели, однако на сегодня лишь высокоразвитые компании имеют стратегический и целостный подход к управлению персоналом. В отличие от управления персоналом управление человеческими ресурсами переориентировано с потребностей персонала на потребности организации в рабочей силе, и приоритеты кадрового менеджмента определяются результатам функционального анализа имеющихся и будущих рабочих мест, а не существующего кадрового потенциала организации. Стратегичность в управлении человеческими ресурсами активизирует кадровую политику, интегрирует кадров работу всех звеньев в единую систему кадрового менеджмента, которая способна эффективно реализовывать политику организации. При этом система кадрового менеджмента переориентируется на индивидуальную работу с персоналом [1]. Наиболее ярко необходимость таких трансформаций проявляется в сфере торговой деятельности, особенно в процессе экспансии в одном регионе.

Кадровый менеджмент предприятия должен быть сосредоточен на умении работать с людьми, правильно их подбирать и оценивать, добиваться их заинтересованности в повышении квалификационного уровня с целью последовательного улучшения экономических результатов деятельности организации. Его позитивной чертой является не только администрирование, но и реализация других управленческий функций – разработку политики, стратегии и методов в соответствии с концепцией развития предприятия. Однако, существенным пробелом для большинства российских предприятий остается отсутствие такого направления, как защита интересов работников.

Как показало исследование, переориентация системы кадрового менеджмента на индивидуальную работу с персоналом обуславливает трансформацию стратегического измерения в управлении человеческими ресурсами.

Кадровая политика приобретает активные свойства вместо пассивных (которые присутствовали в кадровом менеджменте) или реактивных (в управлении персоналом) действий. Следовательно, управление персоналом интегрируется в корпоративную систему менеджмента и способно эффективно реализовать общеорганизационные комплексные цели. Приоритеты управления персоналом медленно смещаются с центра сокращения расходов к центру роста трудового потенциала коллектива и отдельных работников посредством повышения эффективности инвестиций в профессиональный рост и улучшение условий труда [2].

Традиционно на торговых предприятиях используется дивизиональная организационная структура, при которой каждый работник подчинен только одному руководителю, а полномочия децентрализованы. Это позволяет направить кадровую политику на профессионализм работников с целью создания корпоративного эталона обслуживания.

Проблема снижения объемов продаж в натуральных показателях привела к разработке управленческих решений, направленных на повышение качества культуры обслуживания, разработку прогрессивной маркетинговой стратегии захвата рынка, проведения реконструкции, переоборудование и перепрофилирование технологических условий. Одним из основных условий успешного стратегического развития любого торгового предприятия является расширение и укрепление материально-технической базы. Полнота и правильность использования основных фондов существенно влияет на объемы деятельности предприятия и конечные финансовые результаты и является важным фактором работы предприятия в целом. Концепция кадрового менеджмента основывается на понимании, что успех реализации технологических инноваций зависит от качества управления человеческими ресурсами, приобретенных в процессе переподготовки, оценки и обучения знаний, умений и навыков работников [3]. Качество персонала предприятия является одним из главных факторов, который обуславливает темпы роста предприятия, качество обслуживания покупателей и удовлетворения их спроса, роста эффективности деятельности предприятия в целом. Характеристика предприятия осуществляется по различным признакам, такими как квалификационный уровень работающих, их возрастная категория, в зависимости от конкретных функций. Итак, кадровая политика предприятия должна перейти из абстрактной управленческой деятельности к последовательной органическому взаимодействию со стратегией конкурентоспособности торгового предприятия, то есть включать такие составляющие, как:

- выбор стратегии развития конкурентоспособности для каждой категории персонала, что должно поддерживать стратегию предприятия;
- действия по сохранению конкурентных преимуществ персонала;
- текущие мероприятия по усилению конкурентных позиций и улучшению показателей работы;
- стимулирование взаимной ответственности работников и работодателя.

Понятно, что при выявлении новых, нестандартных, сложных межфункциональных задач возникает потребность в согласованиях различных аспектов кадровой политики на высшем уровне управления, что обусловливает ее

адаптивность, гибкость и мобильность. Считаем, что совершенствование кадровой политики в соответствии с концепцией управления конкурентоспособностью на торговом предприятии должно осуществляться постепенно и на первом этапе основываться на стимулировании внутренней мотивации работников, вызывая их инициативу к развитию новых идей.

Недостаточность в кризисных условиях финансовых ресурсов для материального стимулирования следует компенсировать разнообразием методов моральной мотивации. Повышение целостности задач может быть достигнуто за счет добавления к нему связанных с ним задач. Существует проблема психологической адаптации работников к условиям монотонности исполнения отдельных торговых операций. Объединение нескольких операций в одну законченную работу улучшит многие показатели работы.

Выводы. Таким образом, формирование модели управления персоналом торгового предприятия, ориентированной на усиление его конкурентных позиций, требует разработки кадровой политики, основанной тесной взаимосвязи стратегической цели и конечных результатов. Определяющей составляющей стратегического потенциала остается трудовой коллектив, силами которого реализуются миссия и цели. Кроме того, система управления человеческими ресурсами требует отдельного внимания к развитию организационной культуры, что позволит стимулировать взаимной ответственности наемного работника и работодателя, поддержке инициативности на всех уровнях организации, технические и организационные инновации, а также инструменты нематериального стимулирования для повышения конкурентоспособность. Итак, считаем, что именно внедрение концепции управления человеческими ресурсами является залогом формирования и координации персонала как наиболее ценного достояния организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сорокина М.В. Формирование методологии и методов персонал-маркетинга торговой компании // Международный научный журнал, 2017. - № 4. С. 8-13.

2. Зоткина Н.С., Иоголевич Н.И., Копытова А.В., Копытова Н.В. Совершенствование системы управления персоналом на примере торговой организации // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2017. № 11 (58). С. 34-39.

3. Кузнецова Н.В., Литовская Ю.В., Полькина Я.Ю. Использование теорий мотивации в управлении персоналом торгового предприятия // Материалы Международной научно-практической конференции « Современная модель управления: проблемы и перспективы», 2017. – С. 17-23.

УДК 313.42

ПРЕДПОСЫЛКИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА КАК ЭЛЕМЕНТА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

PREREQUISITES OF IMPROVING INFRASTRUCTURE OF RESTAURANT BUSINESS AS AN ELEMENT OF TOURIST DESTINATION

Хлобданова Э.Р., студентка,
Ячменева В.М., д.э.н, профессор,
заведующая кафедрой менеджмента
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.R. Hlobdanova, Student,
V.M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассматривается метод оценки инфраструктуры ресторанного бизнесе, помогающий повысить конкурентоспособность заведений общественного питания Крыма.

Annotation

In this article, a method for assessing the infrastructure of the restaurant business, which helps to increase the competitiveness of public catering establishments in the Crimea, is considered.

Ключевые слова: туристская дестинация, ресторанный бизнес, туризм, услуги, туристский поток, гостеприимство.

Keywords: tourist destination, restaurant business, tourism, services, tourist flow, hospitality.

Введение. Основной вид деятельности в Крыму – это туризм, на котором в основном держится вся экономика полуострова. Понятие туризм включает в себя несколько видов услуг: основные (развлечение, транспорт, питание) и дополнительные (досуг, сувениры, экскурсии) услуги. Для того что бы имидж полуострова был на высоком уровне и привлекательность его как желательного курорта для россиян возросла, необходимо соблюсти баланс между всеми видами услуг.

Цель исследования является выявление предпосылок для совершенствования инфраструктуры ресторанного бизнеса, с целью дальнейшего практического внедрения на предприятия, для повышения эффективности их функционирования и повышения их имиджа на насыщенном рынке ресторанных услуг.

Результаты исследования. Российский туроператор провела опрос среди своих клиентов, вопрос заключался в том, что они предпочитают Крым или Турцию и 67 % опрашиваемых выбрали отдых в Турции. Туристы аргументировали это тем, что дешевле семейный отдых обходится за рубежом и при этом качество обслуживания на высшем уровне плюс all inclusive. Большинства не устраивала Крымская инфраструктура, они утверждали, что она в принципе отсутствует. Условия не соответствуют заявленной цены. Основная из главных причин почему люди приезжают отдыхать на полуостров- это за лечением (санатории) и природой (в основном «дикий» туризм) [1].

Актуальность данного исследования заключается в необходимости усовершенствовании инфраструктуры в ресторанном бизнесе в Крымских ресторанах, обеспечивающая процесс повышения их конкурентоспособности на туристском рынке общественного питания, расширения их поля деятельности и стабильности функционирования.

Несмотря на санкции со стороны других государств, поток туристов с 2014 года возрос из-за смены сегмента туристов и интереса со стороны соотечественников.

Статистические данные по количеству прибывших туристов с 2014 года по 2016 год представлены в таблице 1.

Таблица 1

Поток туристов, 2014-2016 г.г.

Год	Количество, млн. чел.
2014	2,50
2015	3,40
2016	5,14

[Источник составлено автором на основе [2]]

На октябрь 2016 года по данным статистики полуостров принял 5,14 млн. туристов, что в 2,056 раза больше чем в 2014 году и в 1,511 раза больше чем в 2015 году (см. рис. 1).

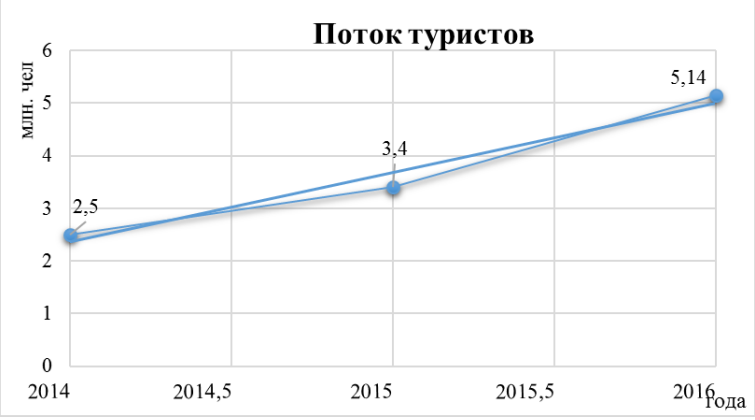

Рис. 1. Поток туристов за 2014-2016 г. г.

[Источник составлено автором на основе [3]]

По рисунку видно, что Крым после кризиса 2014 года начинает развиваться как полноценный курортный регион и число туристов к 2016 году с 2014 года увеличилось на 2,64 млн. человек. Но это не гарантия того, что в последующие годы будет наблюдаться тенденция роста потока туристов, интерес к курорту может «перегореть» из-за отсутствия инфраструктуры и среднестатистический человек может выбрать Сочи или Турцию.

В связи с тем, что открытие Керченского моста будет в конце весны этого года, предполагают, что потоки туристов увеличатся еще в 1.5 раза. Постоянно увеличивающийся поток туристов прямо пропорционален росту спроса на услуги общественного питания.

Но как показывает практика полуостров не готов качественно принять такой поток туристов, что бы у них осталась мысль посетить наш курорт еще раз.

Летом 2016 года Роспотребнадзор провел внеплановые проверки по городам Крыма по заведениям общественного питания. И были выявлены многочисленные нарушения.

«Специалисты Роспотребнадзора выявили многочисленные нарушения в области санитарно-эпидемиологического законодательства и защиты прав потребителей на объектах торговли и крымском общепите. В период летнего оздоровления количество субъектов хозяйствования увеличивается до 3-4 тысяч, то за четыре дня, которые были предусмотрены на проведение этих проверок, было проверено 113 объектов в Ялте, Алуште, Евпатории, Черноморском, Феодосии, Севастополе. Эти проверки были без применения лабораторных исследований, потому что сроки для проведения были очень жесткие, но каждая проверка заканчивалась выявлением нарушений – то ли в области санитарно-эпидемиологического законодательства, то ли в области защиты прав потребителей» [4].

Одной из причин несоответствия требованиям является необразованность и отсталость в сфере ресторанного бизнеса. Большинство предпринимателей не стремятся развиваться и внедрять что-то новое, интересное или усовершенствовать старой. Они просто не видят недочеты.

Решение для данной проблемы – осведомление предпринимателей как необходимо вести бизнес, какими инструментами сейчас можно пользоваться и необязательно эти методы должны быть платные. Это может быть серия лекций от лучших рестораторов Крыма и даже России по курортным городам полуострова, организованная местным самоуправлением. На данных лекциях, семинарах, мастер-классах будут раскрываться эффективные инструменты работы в ресторанном бизнесе. Таким образом уровень осознанности и грамотности будет возрастать, взамен лекторы получают рекламу для своих заведений [5].

Вывод. Можно сделать вывод, что первый шаг к изменениям – это осознание проблемы самими предпринимателями общественного питания и мотивация к совершенствованию за счет мнений лидеров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Где лучше отдыхать // Крымская газета Медуза. — Режим доступа: https://meduza.io/feature/2016/07/01/gde-luchshe-otdyhat-v-krymu-ili-v-turtsii. — Дата доступа: 1 июля 2016.

2. Статистика // Крымстат. — Режим доступа: http://crimea.gks.ru. — Дата доступа: 3 марта 2017.

3. Статистика // Крымстат. — Режим доступа: http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/ru/about/results/. — Дата доступа: 3 марта 2017.

4. Проверки в сфере крымского общепита // Новостной портал Искра. — Режим доступа: http://iskra-sev.ru/node/12053u. — Дата доступа: 29 июня 2016.

5. Затуливетров А. Н. Новый ресторан:365 / А. Н. Затуливетров. — М. : ЭНСР, 2013. — 321 с.

УДК 316.43

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ПОТЕНЦИАЛА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

A COMPETENT APPROACH TO EVALUATING THE HUMAN RESOURCES POTENTIAL

Ячменев Е.Ф., к.э.н., доцент,
Нечипорук Е., обучающаяся группы МГ-241-о,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.F.Yachmenev,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
E. Nechiporuk, student, gr. MG-241,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Выявлены «болевые точки» процесса кадрового обеспечения приоритетных отраслей экономики, определяющие природу кадровых рисков. Оценен первичный потенциал кадровых ресурсов на основе компетентностного подхода. Сформулированы три аксиомы рынка труда в цифровой экономике: гарантии, равноправная социальная составляющая, адаптация кадров к новым условиям.

Annotation

The "pain points" of the process of staffing the priority sectors of the economy have been identified. The primary potential of human resources is estimated on the basis of the competence approach. Three axioms of the labor market in the digital economy are formulated: guarantees, an equitable social component, the adaptation of cadres to the new conditions.

Ключевые слова: рынок труда, потенциал кадровых ресурсов, цифровая экономика, гарантии.

Keywords: Labor market, human resources potential, digital economy, guarantees

Введение. Изменения в кадровой политике России продиктовано глобальными изменениями в экономике. Ориентир на цифровизацию экономики, приведет к ужесточению требований к персоналу и кардинально изменить содержание профессиональных компетенций как личностного характера, так и корпоративного. Цифровизация и компетентностный подход в управлении человеческими ресурсами позволит избежать скрытых процессов формирования и подборки кадров, это сегодня уже является основой кадровой политики многих стран мира.

По своей сути компетентностный подход в оценке потенциала человеческих ресурсов играет большую роль, так как выступает одновременно и основой модернизации профессионального образования, и инструментом проектирования образовательных стандартов высшего образования, и индикатором качества современного образования и конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Кадровая обеспеченность высококвалифицированными специалистами приоритетных направлений экономики является актуальной на всех уровнях.

Цель исследования – выявить «болевые точки» процесса кадрового обеспечения приоритетных отраслей экономики, оценить потенциал кадровых ресурсов на основе компетентностного подхода.

Результаты исследования.

В сложившейся ситуации необходимо переосмысление рынка труда. Важно уяснить два ключевых направления, во-первых, как изменятся профессиональные и квалификационные характеристики персонала, во-вторых, как это изменит самих людей? Рынок труда в России постоянно адаптируется к меняющимся правилам игры, у него нет долгосрочной стратегии, что может привести к непредсказуемым латентным процессам, необратимость которых может спровоцировать социальную напряженность.

Во-первых, у человека должны быть гарантии и уверенность в завтрашнем дне (нельзя от него требовать в одночасье выполнения тех функций, за которые он никогда не отвечал);

Во-вторых, во всех преобразованиях рынка труда и применения компетентностного подхода в формировании потенциала кадровых ресурсов, не должна теряться социальная составляющая (детские сады, спортивные комплексы, столовая и т. д.);

В-третьих, адаптация кадров к условиям цифровой экономики – это процесс выявления несостоятельности специалистов, которые не обладают навыками работы с теми технологиями, которые уже есть на сегодня [1].

В России 30% населения к цифровой экономики не имеют никакого отношения, а у части граждан из оставшихся 70% - навыки примитивные. Исследования выявили основные «болевые точки» процесса кадрового обеспечения приоритетных отраслей экономики. Выяснилось, что планирование деятель-

ности предприятий остается краткосрочным, а уровень рентабельности – низким. Большинство производителей не могут просчитывать свои кадровые потребности и формировать кадровые резервы, а также конкурировать в подборе персонала, чаще всего от этого страдает торговля и сфера услуг. По ряду специальностей резко сокращен период подготовки персонала или же подготовка вовсе прекращена.

Практика показала, что необходимо тесное взаимодействие между работодателями, специалистами и образовательными учреждениями для формирования профессиональных компетенций [2]. Именно такая триада будет способствовать подготовке профессионалов завтрашнего дня. Адаптация рынка труда к современным условиям процесс непрерывный. Но адаптироваться к сегодняшней ситуации на рынке труда это только первоочередная краткосрочная задача, стратегической задачей является тактическая готовность ко дню завтрашнему. Кроме того, это позволит препятствовать «утечке мозгов» из страны, так как они будут видеть свою востребованность.

Смысл цифровой экономики заключается для России в политическом приоритете, без этого долгосрочное конкурентоспособное развитие нашей экономики и повышение качества жизни невозможно [3]. Для удовлетворения потребности цифровой экономики нужно для внутреннего рынка труда подготовить миллион IT-специалистов. Сейчас в Российской Федерации есть 500 тыс. программистов, но в своем большинстве все они являются разработчиками программного обеспечения, а потребность рынка еще и в высококвалифицированных специалистах в разных сферах, которые обладают "цифровыми" знаниями, навыками и опытом.

Люди – это действительно ключевое ограничение реализации программы цифровая экономика и основа кадровых рисков [4]. Но для прорыва, вначале проекта, потребуется порядка 120 тысяч высококвалифицированных программистов и инженеров, на подготовку остальных у нас еще есть время. В будущем низкоквалифицированных программистов заменит искусственный интеллект, и этот момент "ни в коем случае нельзя пропустить". Безработными специалисты, на смену которых пройдет искусственный интеллект, не останутся – в программе "Цифровая экономика" предусмотрено создание "системы цифровых ваучеров, которые направлены на получение нужных для цифровой экономики компетенций через онлайновую систему образования".

Выводы. Выявлены «болевые точки» процесса кадрового обеспечения приоритетных отраслей экономики, определяющие природу кадровых рисков. Оценен первичный потенциал кадровых ресурсов на основе компетентностного подхода. Сформулированы три аксиомы рынка труда в цифровой экономике: гарантии, равноправная социальная составляющая, адаптация кадров к новым условиям. Исследования показали, что потребности рынка труда в Российской Федерации будут скорректированы в соответствии с программой «Цифровая экономика», структура занятости тоже будет преобразовываться.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Цифровая экономика даст России шанс на рывок в будущее http://tass.ru/ekonomika/4390974

2. Савина Е.В. Компетентностный подход в профессиональном образовании // Образовательная среда сегодня: стратегии развития : материалы V Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 17 апр. 2016 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – № 1 (5). – С. 249-252.

3. Программа "Цифровая экономика российской федерации". Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb33244e178738f67f181600cac9f2/.

4. Ячменева В. М. Кадровые риски: природа и формы их проявления / А. С. Хайнюк, В. М. Ячменева // Культура народов Причерноморья. — 2014. — № 278. — С. 77–80.

УДК 330.15

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ОСОБООХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КУРОРТНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

ECOLOGICAL AND ECONOMIC STABILITY OF SPECIALIZED NATURAL TERRITORIES AS A BASIS OF DEVELOPMENT OF SPA AND HEALTH TOURISM IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

Ячменева В.М., д.э.н., профессор,
Бешимов Р.А., магистрант гр. МГ-231,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Beshimov R.A., student, MG-141-o
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассматриваются основные особенности развития территориальных форм охраны природы в Российской Федерации. Формулируются основные факторы, влияющие на эколого-экономическую устойчивость особоохраняемых природных территорий Республики Крым.

Annotation

The study examines the main features of the development of territorial forms of nature protection in the Russian Federation. The main factors influencing the ecological and economic stability of the specially protected natural territories of the Republic of Crimea are formulated.

Ключевые слова: особоохраняемая природная территория, эколого-экономическая устойчивость особо-охраняемой природной территории, факторы, ООПТ, туризм

Keywords: a specially protected natural area, ecological and economic sustainability of a specially protected natural area, factors, tourism

Введение. В современных условиях, характеризующихся ухудшением экологии, деградацией природно-ресурсного потенциала, а также ростом числа заболеваний, связанных с загрязнением окружающей среды, особую ценность представляют особоохраняемые природные территории (ООПТ). Для Крыма их значение трудно переоценить. Они способствуют сохранению благоприятной окружающей среды полуострова, которая составляет основу курортно-рекреационной деятельности, признанной приоритетным направлением развития экономики Республики. Однако, длительное невнимание к различным проблемам управления особоохраняемыми природными территориями (административным, финансовым, законодательным и т.д.) не способствовало сохранению целостности ООПТ и их природных комплексов в естественном состоянии. Взвешенное принятие управленческих решений в этой области требует мониторинга и оценки уровня эколого-экономической устойчивости ООПТ, а также анализа возникших проблем и их возможных последствий. Первым шагом на пути к этому является выявление факторов, влияющих на эколого-экономическую устойчивость ООПТ.

Цель исследования — выявить факторы, влияющие на эколого-экономическую устойчивость ООПТ Республики Крым.

Результаты исследования. Оценки специалистов в определении необходимой для сохранения устойчивости биосферы площади особоохраняемых территорий сильно разнятся и составляют от 5 до 50 % [1]. На начало 2016 г. площадь сети ООПТ Российской Федерации составила 12,2% от общей площади страны [2]. Значение этого показателя меньше, чем во многих других странах: в Германии — 42,3%; в Великобритании — 18.06%, в США — 13,6%. Однако в выводах необходимо учитывать то, что около половины площади страны занята территориями, практически незатронутыми хозяйственной деятельностью [3]. Лидерами в сети ООПТ Российской Федерации являются природные территории г. Севастополя, составляя 30,4% от территории города. Площадь ООПТ Республики Крым составляет 8,4% территории региона [4].

По сравнению с другими странами развитие территориальных форм охраны природы в России обладает своей спецификой, обусловленной следующим [3,5]:

– значительной площадью страны, большая часть которой не затронута хозяйственной деятельностью человека;

– низкой средней плотностью населения в отдельных регионах;

– сложившимися научными традициями, акцентирующими внимание в развитии особоохраняемых природных территорий на организацию заповедников.

Обозначенная «Концепцией развития системы особоохраняемых природных территорий Федерального значения на период до 2020 года» смена подходов к управлению ООПТ— с изоляционистского на интеграционный, — изменила взгляды на вовлеченность этих территорий в хозяйственную деятельность. Новая природоохранная политика, в основе которой лежит интеграционный подход, концентрируется на мерах по координации экологических целей и социально-экономического развития ООПТ и прилегающих территорий. В связи с этим под эколого-экономической устойчивостью особоохраняемой природной территории нами предложено понимать возможность ее экономического развития в долгосрочной перспективе без превышения предела допустимого антропогенного воздействия на биосферу.

Рассмотренные особенности во многом обусловили факторы, влияющие на эколого-экономическую устойчивость ООПТ (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на эколого-экономическую устойчивость ООПТ Республики Крым [1,5,6]

Фактор	Характеристика
нормативно-законодательный	определяет нормативно-законодательную базу природоохранной деятельности; определяет подход к управлению ООПТ (изоляционистский / интеграционный); устанавливает формы планирования и создания ООПТ (обособленные ООПТ / сети)
управленческий	определяет структуру управления ООПТ в рамках региона, Федерации; определяет тесноту и силу межведомственного взаимодействия субъектов природоохранной деятельности (управления); определяет виды хозяйственного использования природных комплексов; определяет содержание программ и решений, принимаемых в области регионального развития; способствует использованию инновационных подходов к решению экологических проблем и природопользования; формирует системы поддержки ООПТ
экономический	определяет силу и направления хозяйственной деятельности на ООПТ и смежных с ней территориях; влияет на качество окружающей среды ООПТ и смежных с ней территорий; предопределяет уровень финансирования природоохранной деятельности

природно-эколо-гический	влияет на естественное видовое изменение флоры и фауны; негативные природные явления и процессы могут привести к утрате или поражению объектов ООПТ, оказать влияние на их целостность
научно-просве-тительский	научные и общественные традиции предопределяют условия и формы формирования и функционирования ООПТ; просветительская деятельность формирует отношение общественности к природе, ее сохранению и к соблюдению правил природопользования

Таким образом, нами выделено пять основных факторов, оказывающих влияние на эколого-экономическую устойчивость ООПТ Республики Крым. Они могут быть дополнены специфическими особенностями, характерными для конкретной территории.

Выводы. В работе дано определение эколого-экономической устойчивости особоохраняемых природных территорий с точки зрения интеграционного подхода к управлению ими. Выделено пять основных факторов, оказывающих влияние на эколого-экономическую устойчивость ООПТ Республики Крым: нормативно-законодательный; управленческий; экономический; природно-экологический; научно-просветительский.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Черных Д.В. Особо охраняемые природные территории и основы территориальной охраны природы : учебное пособие / Д.В. Черных. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2014. — 227 с.

2. Степаницкий В.Б. Развитие систем ООПТ в регионах России и сохранение биоразнообразия / В.Б. Степаницкий. — Калининград : Заповедная Россия, 2016. — 164 с.

3. Иванов А. Н. Охраняемые природные территории: Учебное пособие / А.Н. Иванов, В.П. Чижова — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013. — 119 с.

4. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2015 году». — М.: Минприроды России; НИА-Природа. — 2016. — 639 с.

5. Ячменева В. М. Эффективность природопользования в курортном регионе и особо охраняемых природных территориях : [монография] / В. М. Ячменева, М. В. Высочина, А. С. Фененко. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2012. — 300 с.

6. Ячменьова В. М. Прибережні дестинації: оцінювання еколого-економічної безпеки : монографія / В. М. Ячменева, Н. А. Фокина. — Сімферополь : ВД "АРІАЛ", 2013. — 264 с.

СЕКЦИЯ 11.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРА МЕДИКО - САНАТОРНО - КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА, РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

УДК 338.48

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ

ORGANIZATION AND METHODS OF RECREATION AND TOURISM ACTIVITIES

Горбаневич Е.В., студент 4 курса, факультет физической культуры и спорта, направление подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»
Зевреева З.Н., к.г.н., доцент, ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского», Таврическая академия, г. Симферополь

E.V.Gorbanevich, student 4 course, faculty of physical culture and sports, the direction of training "Recreation and sports and health tourism"
Z.N. Zevreeva, Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, TauridеAcademy, Simferopol

Аннотация

В статье рассматривается проблема сохранения и укрепления здоровья населения, которая является сложной комплексной социальной проблемой. Опыт развитых стран мира показывает, что реальные успехи в укреплении здоровья населения определяются выбором эффективной стратегии действий**.**

Annotation

The article considers the problem of preserving and strengthening the health of the population, which is a complex complex social problem. The experience of the developed countries of the world shows that real success in strengthening public health is determined by the choice of an effective strategy of action.

Ключевые слова: укрепление здоровья, рекреация, рекреационно-туристические мероприятия, досуг.

Key words: health promotion, recreation, recreational and tourist activities, leisure.

Введение. На рубеже XX и XXI веков, физическая рекреация в рамках физической культуры выделяется в отдельное научно-практическое направление. Целью направления является формирование, восстановление, укрепление физических и эмоциональных сил человека, затраченных в процессе трудовой деятельности и сохранения здоровья человека. Решение вопросов внедрения физической рекреации обосновано наличием высокой заболеваемости и снижение трудоспособности населения. Как отмечается в работах, Виноградовой Г.П. и Зайцева В.П. - человек от природы наделен ресурсом здоровья, которое он одновременно расходует и восстанавливает [1,2]. Этот процесс приводит к односторонности решения проблемы здоровья, к разрушению отдельных элементов физического состояния организма. В научных трудах на современном этапе в ритме и условиях жизнь человека наполнена отрицательными факторами окружающей среды в виде: урбанизации, ухудшением экологической обстановки, изоляцией людей от природы, а так же поступлением чрезмерного объема информации. Данные факторы отрицательно влияют на физическое и психологическое состояние. В таких условиях пассивный отдых уже не обеспечивает полноценного восстановления трудоспособности человека [4].

Цель исследования. Провести анализ особенностей организации и методики проведения рекреационно-туристских мероприятий.

Результаты исследования. Основными признаками рекреации, определяющими ее сущность, считаются: а) учет свободного от работы (учебы) время; б)творческий характер в) добровольная основа г) психоэмоциональное восстановление и насыщение. Физическая рекреация основана на двигательной активности преимущественно в сфере отдыха (досуга). Конечный ее результат выражается в оптимизации физического, психического, социального и профессионального здоровья. Одной из основных ее функций есть формирование, восстановление, укрепление и сохранение здоровья человека [2]. В работе Макеевой В.С. туристский поход – это короткое по продолжительности путешествие (в большинстве случаев от 1-2-х до 15-20 дней) с активными способами передвижения (пешком, на лыжах, на велосипеде, на гребных судах) по всему маршруту. На основании продолжительности похода (в днях) все походы можно подразделить на походы выходного дня и многодневные походы. Поход, предусматривающий организацию одного-двух ночлегов (обычно, осуществляемый в выходные дни) принято называть походом выходного дня [3].

Анализируя сущность ПВД как явления в жизни человека, можно выделить некоторые общие функции: «спортивная» - восстановление физического тонуса и работоспособности, укрепление мышц, развитие выносливости и т.д.; «эмоциональная» - повышение настроения, улучшение психоэмоционального состояния; «экологическая» - экологическая не вредность, приобщение человека к природе и бережное отношение к ней; «социальная» - развитие навыков общения и взаимопомощи в группе в условиях природы, организаторских способностей; «познавательно-развивающая» - изучение

рекреационных (исторических, религиозных, природных) достопримечательностей местности, культурное развитие и т. д.

В исследовании используется показатель DALY, предложенной группой авторов Зайцевой В.П. и Макеевой В.С. [2,4]. Показатель DALY – характеризует утраченные годы здоровой жизни. Раскрывает годы жизни скорректированные по нетрудоспособности, и оценивается суммарное «время болезни».

DALY= YLL+YLD (1)

YLL- ожидаемое (средне) количество потерянных лет жизни, которое рассчитывается на основе ожидаемой продолжительности жизни в момент смерти.

YLL=x-a, (2)

где x – максимальное ожидаемое продолжительность жизни, для возрастной группы,

a – возраст на момент смерти

Общее значение YLL формирование всех лет не дожития по каждому случаю смерти в определенный временной промежуток (год).

Таблица 1.

Требования к опыту и возрасту участников и руководителей 1-3 дневных походов, экскурсий и экспедиций

Вид мероприятия	Туристский опыт руководителя (минимальный)	Количественный состав группы		Минимальный возраст (не менее)	
		участник	руководитель, заместитель, помощник	участник	руководитель, заместитель
Поход 1-дневный	участие в походах	6–30	1+1 *	7	18
Поход 2-3-дневный	участие в 3-дневном походе	6–25	1+1 *	8	18
Экскурсии	участие в экскурсии	10–40	1 *	7	18
Экспедиции без активных способов передвижения	руководство экспедициями или участие в походе	6–40	1+1 *	7	18

На основании результатов исследования мною разработана следущая следующую программа тренировок для подготовки к ПВД:

Ноги: подъем ног сидя – 3 подхода по 15 раз; выпады с гантелями – 3 подхода по 20 раз на каждую ногу; Приседания с гантелей – 3 подхода по 15 раз

Пресс: подъем ног лежа на спине– 3 подхода по 15 раз; скручивания на полу – 3 подхода по 20-25 раз; подъем туловища– 3 подхода по 20 раз.

Плечи: подъемы гантелей вперед на прямых руках – 3 подхода по 15 раз; подъемы гантелей в стороны на прямых руках – 3 подхода по 15 раз; отвод гантелей сидя в наклоне назад – 3 подхода по 20 раз.

Выводы. Анализируя сущность походов выходного дня как явления в жизни человека, можно выделить некоторые общие функции таких походов:

«спортивная»: восстановление физического тонуса и работоспособности, укрепление мышц, развитие выносливости и т.д.;

«эмоциональная»: повышение настроения, улучшение психоэмоционального состояния;

«экологическая»: экологическая не вредность, приобщение человека к природе и бережное отношение к ней;

«социальная»: развитие навыков общения и взаимопомощи в группе в условиях природы, организаторских способностей;

«познавательно-развивающая»: изучение рекреационных (исторических, религиозных, природных) достопримечательностей местности, культурное развитие и т. д.

Полученные результаты показывают, что предложенная система занятий фитнесом помогла добиться существенных результатов. Благодаря применению данного комплекса упражнений происходит общее оздоровление, повышение уровня физических кондиций и нормализация деятельности основных систем организма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виноградов, Г. П. Теоретические и методологические основы физической рекреации :автореф. дис. ... докт. пед. наук : 13.00.04 / Г. П. Виноградов ; СПбГАФК. - СПб., 1998. - 51 с.

2. Зайцев В.П. Основные положения физической рекреации в высшем учебном заведении / В.П. Зайцев, С.В. Манучарян, С.И. Крамской, В.Б. Евсютина// Физическое воспитание студентов № 1, / 2010.- С.46-49

3. Макеева, В.С. Спорт и туризм в регламентации здорового образа жизни студентов/ В.С. Макеева, К.Е. Токарева // Автономия личности. – 2011. - №2 (4). - С. 131-135. 6.

4. Макеева, В.С., Куницын А.Д. Теория и методика физической рекреации: избранные лекции. - Орел: Орел ГТУ, 2006.-74с.

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ РЕАКЦИИ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ ШКОЛЬНИКОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТИВНЫМ ОРИЕНТИРОВАНИЕМ ПРИ ФИЗИЧЕСКОЙ НАГРУЗКЕ

FEATURES OF THE REACTION OF THE CARDIOVASCULAR SYSTEM OF STUDENTS ENGAGED IN ORIENTEERING UNDER PHYSICAL EXERTION

Дрожжин И.А., Обучающийся 4 курса направление подготовки Рекреация и Спортивно-оздоровительный Туризм факультета Физической культуры и спорта таврической академии (СП) ФГАОУВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

I.A. Drozhzhin, student, 4 course of preparation Recreation and Sports and Health Tourism of the Faculty of Physical Education and Sports of the «CFU V.I. Vernadsky»

Аннотация

В данной статье автор рассматривает особенности реакции сердечно-сосудистой системы при физической нагрузке, на примере старших школьников, которые занимаются спортивным ориентированием, возрастом от 15 до 17 лет. В данной статье показаны данные проведенного эксперимента и приведены выводы.

Annotation

In this article, the author considers the peculiarities of the reaction of the cardiovascular system at physical activity, on the example of older students who are engaged in orienteering, age from 15 to 17 years. This article shows the data of the experiment and the conclusions.

Ключевые слова: сердечно-сосудистая система, физическая нагрузка, спортсмены, спортивное ориентирование.

Keywords: cardiovascular system, physical activity, athletes, orienteering.

Введение. В данной исследовательской работе автор изучит тему особенностей сердечно-сосудистой системы школьников, которые занимаются спортивным ориентированием. В первую очередь, следует отметить тот факт, что развитие детского организма значительно отличается от развития взрослого.

Исследование факторов развития сердечно-сосудистой системы у школьников – это одна из главных задач укрепления и сбережения их здоровья, потому что сердечно-сосудистая система имеет важное место в приспособлении ребенка к влиянию различных физических нагрузок. Поэтому очень важно быть ознакомленным с факторами развития сердечно-сосудистой системы у школьников во время упражнения спортивного ориентирования с физическими нагрузками. Занятия спортивным туризмом позволяют

учесть анатомо-физиологическую специфику сердечно-сосудистой системы. Таким образом, исходя из вышеперечисленного, данная тема исследования является *актуальной.*

Цель исследования: проанализировать особенности реакции сердечно-сосудистой системы школьников, занимающихся спортивным ориентированием при физической нагрузке.

Результаты исследования. Подрастающий организм школьника – это очень сложное взаимодействие функциональных структур организма, работа которых связана и соответствует друг другу.

В работе отмечается, что на каждом возрастном этапе развития ребенка, организм выступает как целостная слаженная система, имеющая свою специфику. Биологическая надежность функциональных систем растущего организма лежит в основе онтогенетического развития[1, с. 45].

Таким образом, организм ребенка, переживающий возрастной этап развития, требует большого количества кислорода при физических нагрузках, что в свою очередь требует повышения работы сердца, которая обеспечит приток крови к тканям в достаточном количестве.

Исследователи отмечают, что ответ организма ребенка на занятия спортом меняется в зависимости от его роста и развития. Например, на динамическую физическую нагрузку школьники отвечают увеличением сокращения сердца и максимальным артериальным давлением. Но, чем меньше возраст школьника, тем больше они реагируют на небольшую физическую нагрузку [2, с. 215].

Автором данной научной работы было проведено исследование среди старших школьников в школе, города Симферополь. Эксперимент проводился с декабря 2017 года по февраль 2018 года в общеобразовательной школе города Симферополь. Исследование на проверку особенностей реакции сердечно-сосудистой системы школьников, занимающихся спортивным ориентированием при физической нагрузке. Автором был использован метод определения реакции сердечно-сосудистой системы школьников на нагрузки, динамика кровообращения у спортсменов (З.Б. Белоцерковского, Б.Г. Любина). Для того чтобы добиться максимально верных результатов исследование было проведено в три этапа:

Первый этап – на данном этапе была изучена научная литература, учебно-методические пособия по работе с детьми, проведены педагогические наблюдения, подобраны методики для проведения эксперимента.

На втором этапе происходила регистрация пульсовой волны с одного из пальцев кисти учащихся прибором с применением оптических излучателей и фотоприемника.

На третьем этапе происходила обработка полученных данных, их классификация.

В эксперименте приняли участи 50 старших школьников, возрастом 15-17 лет. Из них 25 занимаются регулярно спортивным ориентированием с

физической нагрузкой, другие же 25 человек занимаются спортивным ориентированием без физической нагрузки. Пульс у школьников измерялся до начала занятий по спортивному ориентированию, во время занятия и после у двух групп одновременно.

После исследования была произведена статистическая обработка результатов. Полученные данные представлены в виде среднего арифметического значения, стандартного отклонения, стандартной ошибки.

При выполнении физических нагрузок в основной группе школьников перед уроком физической культуры наблюдаются средние показатели длительности кардиоинтервала. (табл. 1).

Таблица 1

Средний показатель кардиоинтервала у детей 15-17 лет в разные этапы тренировки

Экспериментальные группы	Средний показатель кардиоинтервала детей 15-17 лет в разные этапы тренировки		
Основная группа	Перед нагрузкой	Середина тренировки	Конец тренировки
	67 ударов/1мин.	87, 5 ударов/1мин.	95 ударов/1 мин.
Группа сравнения	69 ударов/1мин.	97 ударов/1мин.	110 ударов/1 мин.

В результате длительность кардиоинтервалов в конце урока уменьшается как в основной группе, так и группе сравнения, но в наблюдаемой группе результаты остаются большими по сравнению с учениками группы сравнения, что свидетельствует о больших резервных возможностях сердечно-сосудистой системы учеников в наблюдаемой группе (табл. 1).

За счет раскрытия резервных капилляров при выполнении физической нагрузки повышается кислородтранспортная функция крови, насыщение артериальной крови кислородом (БРО 2%). Так до уроков физической культуры наблюдается большее насыщение артериальной крови кислородом в основной группе [3, с. 15].

Выводы. Таким образом, исходя из вышеприведенных сведений, автор может прийти к выводу, что старшие школьники, которые занимались спортивным ориентированием с физическими нагрузками тренируют свою сердечно-сосудистую систему, а также увеличивают ее работоспособность. В основной группе, занимающейся спортивным ориентированием с физическими нагрузками, у детей работоспособность, выносливость намного выше, чем в группе сравнений. Поскольку физическая нагрузка прокачивает сердце и увеличивает объем крови. В период занятий с максимальной физической нагрузкой минутный объем крови у старших школьников может обеспечить все его органы кислородом.

Регулярная тренировка 15-17-летних школьников, чьи двигательные функции в этот возрастной период более прогрессивны, приводит к увеличению энергетических источников организма, чем помогает организму подростка. Физические нагрузки имеют огромное влияние на развитие кровообращения, сердца подростков, совершенствуется кислородтранспортная функция. Увеличение физических нагрузок, в свою очередь, считается одним из методов профилактики сердечных заболеваний у старших школьников. Таким образом, мы можем прийти к выводу, что увеличение физических нагрузок во время занятий спортивным ориентированием повышает у школьников работу сердечно – сосудистой системы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мормон Д., Хеллер Л. Физиология сердечно-сосудистой системы: Пер. с англ. / под ред. Р.В. Болдырева. – СПб.: Питер, 2007. – 256 с.

2. Поляков С.Д., Корнеева И.Т. Исследование вегетативной регуляции сердечного ритма у юных спортсменов на основе ортостатического тестирования // Клинические и физиологические аспекты ортостатических расстройств: Материалы Второй научно-практической конференции. - М., 2008 – С. 225-230.

3. Еськов В.М., Еськов В.В., Филатова О.Е., Филатова Д.Ю. Сравнительная характеристика возрастных изменений сердечно-сосудистой системы населения Севера РФ // Вестник новых медицинских технологий/В.М. Еськов, В.В. Еськов, О.Е. Филатова. – 2015. – Т. 22, № 3. – С. 15-20.

УДК 796

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ИНДИКАТОРОВ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ (НА ПРИМЕРЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ)

FEATURES OF MANAGEMENT OF LIFE QUALITY INDICATORS (ON THE EXAMPLE OF RECREATIONAL ACTIVITY)

Зевреева З.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",
Таврическая академия, г. Симферополь
Клемпарская М.Н.,
к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО "КФУ им.
В.И. Вернадского",
Таврическая академия,
г. Симферополь

Z.N. Zevreeva,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Tauride Academy, Simferopol

M.N. Klemparskaya,
Candidate of Economic Sciences,
V.I. Vernadsky Crimean Federal
University, Tauride Academy,
Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются особенности влияния элементов активной рекреации на качество жизни. Раскрываются основные индикаторы качества жизни и рекреационной активности.

Annotation

The article considers the features of the influence of active recreation elements on the quality of life. The main indicators of the quality of life and recreational activity are revealed.

Ключевые слова: активная рекреация, двигательная активность, здоровье человека.

Keywords: active recreation, motor activity, human health.

Введение. Территориальные особенности позволяют развивать две категории рекреации: активную и пассивную. Активная рекреация требует от рекреанта умственно-психологических и физических усилий. Главными признаками физической рекреации, требующими изучения в региональном разрезе, являются следующие: во-первых, уровень двигательной активности; во-вторых, оптимальная комплектация физических упражнений и нагрузок; в-третьих, качество свободного времени, и наконец, культурно-ценностные аспекты. Однако, вопросы влияния рекреационной активности на уровень и качество жизни населения Крыма изучены недостаточно.

Цель исследования. Изучить особенности проявления рекреационной активности в регионе.

Результаты исследования. Наличие рекреационных потребностей способствует повышению рекреационной активности, отличающуюся от повседневной жизни соблюдением ряда требований и условий. Мероприятия физической рекреации осуществляются в свободное время. В научных трудах Е. Приступы, Н. Завидовской отмечается, что «....краткосрочное свободное время определяется как часть суток, остающееся после исполнения профессиональных обязательств и обеспечения физиологических потребностей».[1]. Как правило, оно исчисляется 2-3 часами. Среднесрочное свободное время определяется в рамках конца недели. Составляет 2 дня. Долгосрочное свободное время формируется в период отпуска и может достигать 24-56 дней. Виды деятельности также зависят от времени, в которое они осуществляется. Рекреационная деятельность зависит от цели и условий реализации, от сферы жизнедеятельности человека, от культуры организации свободного времени. (Табл.1).

Таблица 1

Виды деятельности и культура проведения свободного времени

№	Виды деятельности	Рабочее время	Примерное количество времени, мин.	Свободное время	Примерное количество времени, мин
1	Сон	Физиологическая потребность	7 - 8 час	Релакс	0,30 мин.- 3 час (зависит от программы пребывания)
2	Физические упражнения	Физическая культура	15 мин (зависит от проф. деятельности)	Спорт, рекреация и аниматорские программы	1,5 — 2,5 час.
3	Питание	Физиологическая потребность	В среднем 2,5 час. (зависит от проф. деятельности)	Встречи	В среднем 3 час (зависит от программы пребывания)
4	Путешествия	До места работы	45 мин.- 1,5 час (зависит от расстояния до рабочего места)	Автопрогулки	2-6 час. (зависит от двигательной активности)
5	Культурные программы	Выполнение заданий	40 мин- 1,5 час	Самосовершенствование, релакс	1,5 час- 3 час (зависит от программы)

Организация рекреационной деятельности также зависит от профессиональной сферы, занятости, уровня нагрузок в рабочий период. Продолжительное снижение уровня двигательной активности приводит к ухудшению состояния здоровья, атрофии мышц, нарушений функций внутренних органов, снижения психической и физической работоспособности, возникновению хронических заболеваний ССС и обмена веществ. В результате существенно изменяется показатели ОПЖ, ОПЗЖ и индекс DALY.

Показатель DALY - это мера потерь здоровья. В работах О.С. Кобяковой, И.А.Деева, Мосейко Е.Е., С.А. Леонова, И.М.Сон и др. раскрывается, что «...значение DALY для некоторого заболевания или расстройства здоровья представляет сумму двух величин:

$$DALY = YLL + YLD, \quad (1)$$

где: YLLi- потери жизни вследствие преждевременной смертности;

YLD - потери здоровой жизни вследствие нарушений здоровья не приводящих к смертельному исходу (disabilityii).» [2,3]

Расчет может производится для потерь количества потенциальных лет жизни в результате преждевременной смертности для любого класса заболеваний, пола, возраста.

$$YLL = T^* L, (2)$$

где: Т - количество случаев смерти;

L - количество потенциальных лет, потерянных в результате преждевременной смерти.

YLD рассчитывается следующим образом:

количество заболеваний по какому-либо классу заболевания (общее число), средняя длительность заболевания и средняя тяжесть течения заболевания — от 0 (совершенное здоровье)до 1 (смерть).

Показатель потери ВВП показывают объем потенциального не произведенного и не потребленного ВВП вследствие преждевременной смертности и нетрудоспособности.

$$ВВП_{потери} = DALY^* ВВП_{\text{на д/нас.}}, (3)$$

где: $ВВП_{потери}$ - потери ВВП;

$ВВП_{\text{на д/нас.}}$ - ВВП на душу населения. [2,3]

Методика расчёта индекса DALY и потерь ВВП вследствие нездоровья, основанных на индексе DALY, предложенная ВОЗ, позволяет получить результат для разработки рекреационных занятий. Показатели DALY раскрывают основу развития физической рекреации в регионах. Прослеживается цепочка: здоровье — коэффициент жизни— качество жизни — свободное время — культура проведения досуга.

Рекреационные занятия направлены на достижение оздоровительного эффекта. Задачами контроля оздоровительного эффекта рекреационных занятий являются, во-первых, оценка физического уровня и функциональных возможностей; во-вторых, обоснование рационального режима оздоровительных тренировок; в-третьих, проверка эффективности процесса оздоровительной тренировки. И наконец, оценка тренировочного эффекта физкультурно-оздоровительных занятий.

После 5-10 занятий должны наблюдаться позитивные изменения и проявляться желание продолжения тренировок. (Табл.2).

Таблица 2

Показатели позитивных изменений

Показатели	Баллы												
	1	2	3	4	5	6	…..	10	...14	16	18	20	...60
Хар-р труд. деят-т: умственный физический	+		+										
Возраст 20 лет 25 30 35... 60		+							+	+	+	+	

Двиг. активность 3 раза в неделю 2 раза в неделю отсутствие занятий	-				+			+					
Масса тела нормальный вес превыш.на 6-14 кг превыш.на 15 кг	-					+		+					
Жалобы на самоч. есть нет					-								

Также оцениваются ЧСС, АД, показатели которых варьируются соответственно в пределах 70-80 уд./мин., 130/80, 140/90.

Выводы. Таким образом, особенности проявления рекреационной активности в регионе определяются комплексом индикаторов и процессов. В регионе необходимо сформировать ведущие компоненты активной рекреации, в т.ч. здоровье, коэффициент жизни, качество жизни, свободное время, культуру проведения досуга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Физическая рекреация: уч.пос. / авт.кол.: Приступа Е Н. И др.- Л.:ЛДУФК,2010.- 447 с.

2. Леонов С.А. и др. Оценка социальных и экономических потерь российского общества вследствие низкого уровня накопления капитала здоровья: методика QALY/DALY. // журн. Менеджер здравоохранения. Экономика здравоохранения. — 2011., с.14-28.

Кобякова, И.А. и др. Число потерянных лет жизни (DALY) в результате преждевременной смертности населения Томской области в 2012 г.// журн. Актуальные вопросы организации здравоохранения. Вестник РАМН — 2013. № 11 с.60- 65.

УДК 796.08

ПОДВИЖНЫЕ ИГРЫ КАК СРЕДСТВО ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ В УСЛОВИЯХ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ

MOBILE GAME AS A MEANS OF PHYSICAL RECREATION IN CAMP

Козлова Ю.К., студентка 4 курса,
направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»
факультета физической культуры и спорта,

ФГАОУ ВО «КФУ им.В.И.Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

Kozlova J.K., student 4 course,
the direction of training "Recreation and
sports and health tourism"
faculty of physical culture and sports,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University Tauride
Academy, Simferopol

Аннотация

Под влиянием многочисленных факторов социально-экономического и экологического характера происходит снижение уровня физического развития, физической подготовленности и здоровья у детей школьного возраста. Поэтому одной из задач детских оздоровительных лагерей является - компенсация недостаточной активной деятельности детей, основным направлением деятельности которых является активный отдых с использованием физических упражнений, игр, соревнований.

Annotation

Decline of the level of physical development, physical fitness and health in school-aged children occurs under influence of numerous factors of socio-economic and environmental nature. So one of the tasks of the children's health camps is compensation insufficient active activities of children whose main activity is the active rest with physical exercises, games, and competitions.

Therefore one of the objectives of children's recreation camps is compensation for lack of children’s activities, the main goal which is active rest with the use of games, competitions.

Ключевые слова: оздоровление, рекреация, развитие, восстановление, эффект физической тренированности, подвижные игры.

Keywords: wellness, recreation, progress, restoring, effect of physical fitness, mobile game.

Введение. Проблема организации отдыха, оздоровления и занятости детей и подростков в каникулярный период всегда была и остается в центре внимания не только руководителей общеобразовательных учреждений, но и учреждений дополнительного образования детей, сотрудников региональных и муниципальных органов власти. Детский лагерь — это целостная система, в которой заложены возможности укрепления здоровья и одновременно формируются ценностные ориентации. Такую деятельность отличает обогащенное содержание, самостоятельно-творческие способы организации, направленность на всестороннее комплексное развитие детей (физическое, умственное, психическое), всего коллектива лагеря.

Цель исследования – изучить влияние рекреационных занятий и физическое состояние организма школьников 7 - 9 лет в условиях детского оздоровительного лагеря.

Рекреация – комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомлённого человека [3].

Физическая рекреация в лагере представляет собой один из важнейших видов работы с детьми и направлена на решение следующих задач: укрепление здоровья, содействие физическому развитию и закаливанию детей; совершенствование у детей умений и навыков в естественных видах движений; привитие интереса и привычки к занятиям физической культурой и спортом. Работа по физическому воспитанию в детском лагере должна способствовать формированию у детей морально - волевых качеств, чувства патриотизма, также осознание необходимости здорового образа жизни, что на сегодняшний день важнее, чем непосредственный оздоровительный эффект всех мероприятий лагерной смены [4].

Результаты исследования. В исследовании принимали участие рекреанты младшего школьного возраста. Учитывая физиологические особенности этого возраста (7-9лет) рекомендуются следующие упражнения основной гимнастики: ходьба, бег, лазанье по наклонно поставленной скамейке, гимнастической стенке, лестницам, перелезание через препятствие высотой до 1 м, бросание и ловля мячей, метание в цель, переноска набивных мячей, упражнения в равновесии, прыжки (в длину, в высоту до 80 см), акробатические упражнения (перекаты, кувырки, стойки на лопатках) [1]. Основываясь на данной характеристике, для исследования выбран такой вид рекреационного мероприятия как подвижная игра «Пионербол».

Пионербол – облегченная версия волейбола, которая предназначена для детей младшего школьного возраста. Игра в «Пионербол» благоприятно воздействует на организм младшего школьника, так как в процессе игровой деятельности, занимающиеся испытывают положительные эмоции, благодаря этому игра представляет собой средство укрепления здоровья ребенка и развития его физических качеств [2].

С целью выявления влияния проведения регулярных игр в пионербол» на организм детей младшего школьного возраста было проведено исследование на базе центра спорта «Эволюция» (Республика Крым, г. Евпатория). На базе центра спорта «Эволюция» – действует детский лагерь «Эволюция».

В исследовании принимали участие дети из корпуса «Звездный» – отряда «Скауты» - 10 мальчиков, возраст которых 7-9 лет.

Исследование проводилось в период с 18.07.2016 по 07.08.2016 и состояло из нескольких этапов.

В период с 18-22.07.2016 проходил начальный этап исследования, в течение которого определялись показатели ЧСС у детей в покое, которые соответствовали норме. Участники исследования, освоив правила игры «Пионербол», продолжали играть в нее 4 раза в неделю по 30 минут в течение всей смены в лагере (21 день).

На формирующем этапе исследования, который проходил в период с 23.07.2016 – по 04.08.2016 был произведен контроль утомляемости детей во

время игры по внешним признакам. На втором этапе произведено измерение ЧСС после окончания игры через 1 минуту и через 3 минуты, а также наблюдение за внешними признаками усталости занимающихся.

К данным признакам относится: изменение цвета кожи, настроение, координация движений, степень утомляемости, которые дают возможность анализировать уровень физической нагрузки и его соответствие функциональным возможностям организма, а по результатам ЧСС по окончанию игры мы можем определить период восстановления организма у детей после нагрузки.

Согласно результатам исследования пятеро детей показали незначительную степень утомляемости - легкое покраснение кожи, точные, уверенные движения, настроение ребят во время игры: активные, подвижные. Три ребенка показали умеренную степень утомляемость - незначительное ухудшение точности движений, но были достаточно активны и радостны. Два участника исследования показали высокую степень утомляемости - сильное покраснение кожи, но погрешности в точности движений были незначительны и эмоции были в общем положительные.

В течение констатирующего этапа исследования (05.08.2016 – 07.08.2016) был произведен контроль утомляемости детей во время игры по внешним признакам.

Произведен сравнительный анализ показателей ЧСС до проведения рекреационных занятий и после (показатели от 18.07. 2016 г. и от 07.08.2016 г (табл.1).

Таблица 1

Средние показатели ЧСС основной группы за период 18.07.2016 – 07.08.2016

18.07.2016		07.08.2016	
1 мин	3 мин	1 мин	3 мин
130	108	127	105

Согласно данных таблицы период восстановления ЧСС у основной группы после проведения серий рекреационных занятий в среднем сократился на 3 удара.

Также отметим, что у основной группы ЧСС в покое также снизилось (табл.2).

Таблица 2

Средний показатель ЧСС в покое

18.07.2016	07.08.2016
87	84
Итог: 87 – 80 = 3 удара	

Показатель ЧСС в покое у участников основной группы в среднем – уменьшился на 3 удара.

На третьем этапе был проведен повторный анализ степен утомляемости по внешним признакам, который выявил, что у семерых детей данный

показатель соответствует незначительной утомляемости, а для троих - нагрузка во время игры была для них умеренной.

Выводы. В результате систематических занятий в «Пионербол» у участников исследования наблюдается адаптация к нагрузкам, сокращается период восстановления организма. Также можно отметить, что наблюдается незначительный эффект физической тренированности, так как у участников исследования ЧСС как и в восстановительный период (результаты после нагрузки), так и в покое снизились.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ашмарин, Б.А. Теория и методика физического воспитания / Б.А. Ашмарин, Ю.А. Виноградов, З.Н. Вяткина и др. – М.: Просвещение, 1990. – 287 с.
2. Симонова, О.В Пионербол - игра для всех возрастов: Методика обучения / Симонова О.В.// Спорт в школе. – 2000. – N 41-42. – С. 5-17.
3. Макеева, В.С. Теория и методика физической рекреации: учеб. пособие / В.В. Бойко, В.С. Макеева. – М.: Советский спорт, 2014. – 152 с.
4. Трушкин, А.Г. Физкультурно-оздоровительная работа в летних лагерях / А.Г. Трушкин. – М.: ИКЦ «МарТ», 2006. – 199 с.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМПЛЕКСОВ СЕТИ HAPPY SEASONS HOTEL GROUP В КРЫМУ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF HEALTH-RESORT COMPLEXES OF HAPPY SEASONS HOTEL GROUP IN CRIMEA

Мельситова Е.Р., студентка 1 курса, группы ГД 117, направления подготовки «Гостиничное дело», Института магистратуры ФГБОУ ВО «СПбГЭУ», г. Санкт-Петербург

Melsitova E.R., 1st year student, GD 117 group, directions of preparation «Hospitality», Institute of Magistracy FGBOU «SPbGEU», Saint Petersburg

Аннотация

В статье рассматривается динамика развития санаторно-курортных комплексов в Крыму, а также приводится сравнительный анализ профиля медицинских услуг в сетевых оздоровительных отелях полуострова.

Annotation

The article deals with the dynamics of the development of sanatorium and resort complexes in the Crimea, as well as provides a comparative analysis of the provided medical services in the network health-improving hotels of the peninsula.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства Крыма, санаторно-курортный комплекс, крымская сеть отелей Happy Seasons Hotel Group.

Keywords: The industry of hospitality of Crimea, a sanatorium complex, the Crimean chain of hotels Happy Seasons Hotel Group.

Введение. На Федеральном собрании 1 марта 2018 г. Президент РФ представил Совету цель принципиально нового уровня: "к концу следующего десятилетия Россия должна уверенно войти в клуб стран 80+, где продолжительность жизни превышает 80 лет".

Также В. Путин подчеркнул, что "опережающими темпами должна расти продолжительность именно здоровой, активной, полноценной жизни, когда человека не ограничивают, не сковывают болезни"[2].

Одним из главных факторов повышения продолжительности жизни является профилактика и лечение в санаторно-курортных комплексах, о которых и пойдет речь в данной статье.

"Регулярная профилактика и лечение в санаторно-курортных условиях позволяют увеличить продолжительность жизни человека от 3 до 15 лет", - отмечает доктор медицинских наук А.Н. Разумов.

В России здоровых людей всего около 20%, а абсолютно здоровых – только 8%, поэтому на данный момент очень важно поддерживать здоровье граждан, в чем и состоит задача наших курортов [3].

Цель исследования. Целью данного исследования является определение актуальности развития санаторно-курортных комплексов в Крыму, а также выявление проблем и перспектив развития анализируемых объектов, объединенных в гостиничные цепи на примере новой крымской гостиничной сети - Happy Seasons Hotel Group.

Результаты исследования. По мере повышения в обществе приоритетов здорового образа жизни и ответственного отношения человека к своему здоровью спрос на разнообразные санаторно-курортные услуги многократно увеличивается. Большинство специалистов, работающих в сфере индустрии гостеприимства, отмечают новый обязательный компонент в «портфеле потребностей» туристов, а именно, оздоровительные и спа-процедуры в период путешествия [6].

Так в 2016 году в Крыму появляется новая сеть отелей – Happy Seasons Hotel Group. Данная сеть располагает объектами, находящимися на популярных курортах полуострова, среди которых: Евпатория, Ялта, Феодосия и Коктебель. Гостиничная цепь представлена отелями, как с круглогодичным режимом работы, так и с сезонным. Большинство гостиниц сети направлены на семейный отдых с детьми с проведением оздоровительных мероприятий.

Такие отели имеют медицинские центры с большим профилем услуг. Также отели направлены на активный, а некоторые и на творческий отдых молодежи.

Гостиничная сеть объединяет в себе 7 курортных объектов, среди которых, отели, направленные на оздоровление и расположены в городе Евпатория: парк-отель «Романова», отель «Family Resort», санаторно-оздоровительный комплекс «Империя», дом семейного отдыха «Федор Шаляпин», а оставшиеся три отеля: «Гранд Астория» в Феодосии, отель «Бристоль» в Ялте и центр творческого молодежного отдыха «Yunge Art Camp» в Коктебеле.

Все объекты сети Happy Seasons Hotel Group находятся в централизованном управлении, организационно-производственная структура объектов разработана с учетом всех факторов, предъявляемых к сетевым гостиничным предприятиям с учетом основных департаментов [5]: создан центральный отдел продаж и бронирования, введены единые стандарты обслуживания во всех подразделениях – от уборки номеров до организации анимации.

Вместе с тем управляющая компания подчеркивает уникальность каждого отеля. «Мы не идем по шаблонному пути. Каждый наш отель – уникальный объект, со своей историей и душой», – комментирует генеральный директор сети Сергей Щёголев [1].

Для выявления особенностей санаторно-оздоровительных комплексов отелей сети Happy Seasons Hotel Group сравним один из объектов рассматриваемой сети с другими крымскими сетевыми отелями.

Для анализа возьмем парк-отель «Романова» сети Happy Seasons Hotel Group, г. Евпатория; курортный отель «Ателика Карасан» сети Ателика, п. Партенит и Центр спорта «Эволюция» сети Bregutta Hotels Group, г. Евпатория.

Таблица 1

Сравнительный анализ медицинских центров в крымских сетевых отелях

Критерии / Отели	«Романова»	«Ателика Карасан»	«Эволюция»
Рейтинг отеля по версии TopHotels	4,61	3,5	4,07
Профиль мед. центра	Костно-мышечная система Дыхательная система Урология Гинекология Неврология Аллергические заболевания Заболевания кожи Детское здоровье	Дыхательная система Сердечно-сосудистая система Костно-мышечная система Нервна система	Опорно-двигательная система Дыхательная система Нервная система Коррекция синдрома хронической усталости Укрепление здоровья детей

Программы мед. центра	"Легкая походка" "Гармония души" (антистресс) "Грация" (снижение веса) "Афродита" (женское здоровье) "Каникулы" (для детей) "Здоровье" (повышение иммунитета) "Антицеллюлитная" "Долголетие" "Равновесие" (магнитотерапия) "Нежное прикосновение"	Климатотерапия Гелиотерапия Диетология Электро-физиотерапия Талассотерапия (лечение морским климатом и морскими купаниями)	"Легкое дыхание" "Легкая походка" (Опорно-двигательная система) "Движение – это жизнь" "Мой результат" (корректировка фигуры) "Антистресс" "Здоровье детей"
Медицинские специалисты	Травматолог-ортопед Невролог Терапевт Диетолог ЛОР Массажист Физиотерапевт Педиатр Гирудотерапевт Дерматолог Гинеколог Иглорефлексотерапевт Кардиолог Уролог Хирург	Травматолог-ортопед Невролог Терапевт Диетолог ЛОР Массажист Физиотерапевт	Ортопер-травматолог Невролог Терапевт Диетолог ЛОР Массажист Физиотерапевт Педиатр

Проведенный анализ показал, что на территории каждого из анализируемых объектов гости могут пройти санаторно-курортное и оздоровительное лечение по различным профилям.

Самый разнообразный профиль, в том числе и с нетрадиционной медициной, наблюдается в парк-отеле «Романова» сети Happy Seasons Hotel Group. Менее расширенный профиль услуг представлен у центра спорта «Эволюция» и самый узкий профиль медицинского центра имеет отель «Ателика Карасан».

Главной проблемой развития сети Happy Seasons Hotel Group является повышение конкуренции на рынке гостиничного бизнеса в Крыму.

Индустрия гостеприимства очень чутко реагирует на малейшие изменения политических и экономических условий, а также запросы потребителей. Ситуация в гостиничном бизнесе в условиях санкций и экономической

нестабильности характеризовалась снижением турпотока, закрытием туристических предприятий, повышением конкуренции в отрасли [4].

Повышение конкуренции в сфере гостеприимства подтверждается открытием большого числа новых отелей в Крыму. Этому свидетельствует вложение 176 инвесторов в строительство отелей и санаторно-курортных комплексов на полуострове. Так, например, инвестиции ирландского бизнеса в объеме 100 млн. евро будут направлены на строительство гостиниц в Крыму. «Реализация проектов начнется по окончании IV Ялтинского международного экономического форума, то есть после 21 апреля 2018 г. Российско-ирландские соглашения по соответствующим проектам планируется подписать на этом мероприятии», – сообщает информационное агентство Regnum

Также к проблемам развития новой крымской сети можно отнести сезонный режим работы некоторых ее отелей. Кратковременность летнего сезона сильно влияет на курортные отели полуострова. Так, многие из них вынуждены закрываться на зимний период, чтобы расходы не превышали доходов гостиничных предприятий.

Для большинства людей в Европе и Америке Крым – это непознанная цивилизация. Прямым стимулом для путешествия по новым направлениям для них является наличие отелей известных сетевых брендов. Логика понятна: если в регионе есть такие гостиницы, это показатель его цивилизованности, экономической стабильности, безопасности и качества услуг. Для этого управляющая компания Happy Seasons Hotel Group должна расширяться и представлять свои объекты не только на курортном полуострове, но и в других регионах России.

Выводы. Экономическое развитие рекреационной отрасли в Крыму с учетом сезонной направленности отдыха и оздоровления уступает уровню развития отраслей промышленности и торговли.

Негативными факторами влияния в данном случае выступают кратковременность курортного сезона, непрогнозируемость погодных условий, неопределенность объема потребляемых услуг, высокая степень их бесплатного предоставления отдельным категориям населения. Вместе с тем, санаторно-курортный комплекс при эффективной стратегии и тактике его функционирования, а также оптимальной системе регионального менеджмента может стать приоритетной и бюджетообразующей отраслью в Крыму, который обладает природно-климатическими предпосылками для его развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт гостиничной цепи Happy Seasons Hotel Group. [Электронный ресурс]. Режим доступа. http://hs-hotels.com/

2. Путин: средняя продолжительность жизни в РФ должна к концу 2020-х годов превысить 80 лет. ТАСС. Информационное агентство России. [Электронный ресурс]. Режим доступа. http://tass.ru/obschestvo/4998055

3. Разумов А.Н.: «Здоровье человека должно стать основной ценностью». [Электронный ресурс]. Режим доступа. http://ktovmedicine.ru/2017/2/aleksandr-razumov-zdorove-cheloveka-dolzhno-stat-osnovnoy-cennostyu.html

4. Воронцова Г.Г., Гаврилюк Л.А. Прогнозирование и проектирование деятельности предприятий индустрии гостеприимства в новых условиях/ Сборн. науч. трудов: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. Под ред. О.Н. Кострюковой, О.А. Никитиной, Е.В. Печерица. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017, С. 12-15.

5. Воронцова Г.Г., Федоров Г.А. Организация производственных процессов на предприятиях туризма и индустрии гостеприимства: учеб. пособие /Г.Г. Воронцова, Г.А. Федоров. – СПб.: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2013. – 257с.

6. Никитина О.А., Воронцова Г.Г. Диверсификация санаторно-курортной деятельности и особенности развития СПА-сегментов в индустрии гостеприимства // Фундаментальные исследования, 2014. № 8 (часть 3). С. 693-696.

УДК 338.48

МУЗЫКАЛЬНАЯ ПСИХОРЕГУЛЯЦИЯ КАК СРЕДСТВО СНЯТИЯ ПСИХИЧЕСКОГО НАПРЯЖЕНИЯ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ В ПОДГОТОВКЕ ТУРИСТОВ-СПОРТСМЕНОВ.

MUSICAL PSYCHOREGULATION AS A MEANS OF REMOVING MENTAL STRESS AND RESTORATION IN PREPARATION OF TOURISTS-SPORTSMEN.

Миронов М, А., студент 4 курса,
факультет физической культуры и спорта,
направление подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»
Зевреева З.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

Mironov M.A., student 4 course,
faculty of physical culture and sports,
the direction of training "Recreation and sports and health tourism"
Z.N. Zevreeva,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
TauridеAcademy, Simferopol

Аннотация

В статье представлен результат применения метода музыкальной психорегуляции для нормализации психоэмоционального напряжения, а так же снижения уровня тревожности у девушек и юношей 17-18 лет.

Annotation

The article presents the result of affecting the musical psychoregulation on level of psychoemotional tension and on reducing the anxiety level of girls and boys aged 17-18

Ключевые слова: психорегуляция, психическое напряжение, восстановление, усталость, туристы спортсмены.

Key words: psihoneurozy, mental stress, recovery, fatigue, tourists athletes.

Введение. В подготовке туриста-спортсмена необходимо освоить большое количества знаний, умений, навыков как теоретического так и практического характера. В процессе тренировочной деятельности у туриста-спортсмена накапливается психическое напряжение и усталость, которые приводят к повышению уровня тревожности и психоэмоциональному истощению[1]. Для восстановления психоэмоционального состояния в статье предлагается использовать метод музыкальной психорегуляции, как оптимальное средство снижения уровня тревожности.

Цель исследования - изучить влияние эффекта музыкальной психорегуляции как средства оптимального психоэмоционального восстановления туристов-спортсменов в процессе тренировочной деятельности.

Результаты исследования. В процессе интенсивной тренировочной деятельности наблюдается рост психического напряжения, который ведёт к ухудшению спортивных результатов[2].

Автор Горбунов Г. Д. предлагает метод музыкальной психорегуляции для снятие психического напряжения. Так же он утверждает, что воздействие музыки положительно влияет о положительном воздействие музыки на частоту сердечных сокращений, артериальное давление, тонус мышц, вегетативную нервную систему, холестериновый обмен и многие другие функции и системы организма человека[4].

Для определения уровня психоэмоционального напряжения обучающиеся первого курса факультета физической культуры и спорта направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» приняли участие в тестировании по методу Спилбергера-Ханина, который принадлежит к числу методик, исследующих психологический феномен тревожности. В тесте градация результатов представлена виде баллов где 30 это низкая тревожность, 31 – 44 умеренная, 45 и более – высокая. Из 17 обучающихся прошедших тестирование, 6 обучающихся показали высокий уровень тревожности (более 45 баллов).

Отобранные испытуемые были разделены на две группы юношей и девушек. К двум группам был применён метод музыкальной психорегуляции, а именно прослушивание аудиозаписей поющий тибетских чаш как, оптимальное средство снижения уровня тревожности. Результаты тестов были представлены в средние показатели (рис.1 и 2). У девушек общий уровень личной тревожности составил 55 баллов, ситуативной тревожности 47 баллов. У юношей общий уровень личной тревожности составил 49 баллов, ситуативной тревожности 40 баллов.

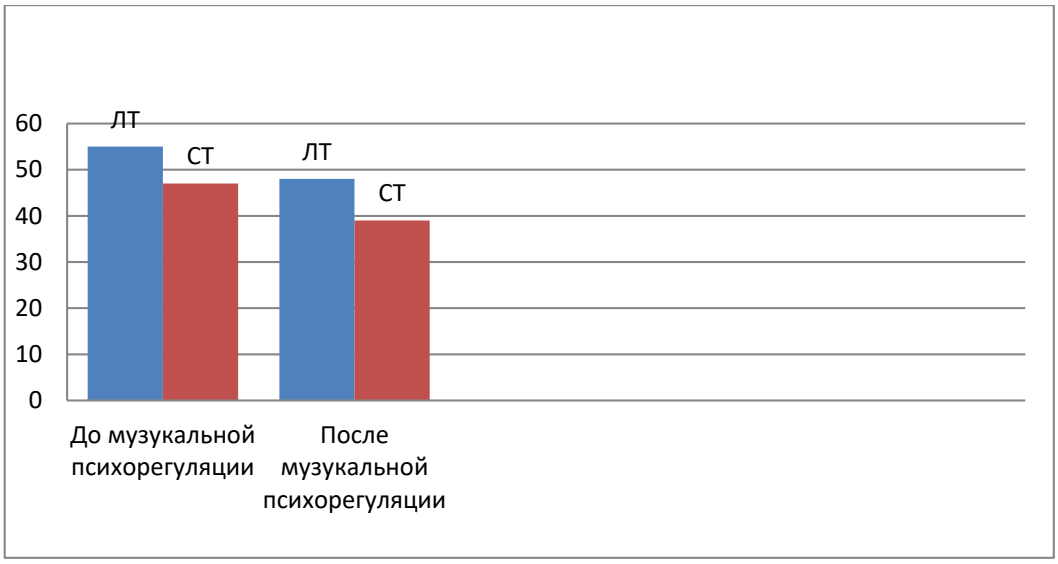

Рис.1 Результаты теста Спилбергера-Ханина у девушек.

У девушек результаты тестирования после двух сеансов музыкальной психорегуляции, показали снижение показателей личной тревожности с 55 баллов до 48 баллов, которая приближается к умеренному уровню личной тревожности, ситуативной тревожности снижения с 47 до 41 балла. Снижение показателей психоэмоционального напряжения свидетельствует о положительном эффекте музыкальной психорегуляции.

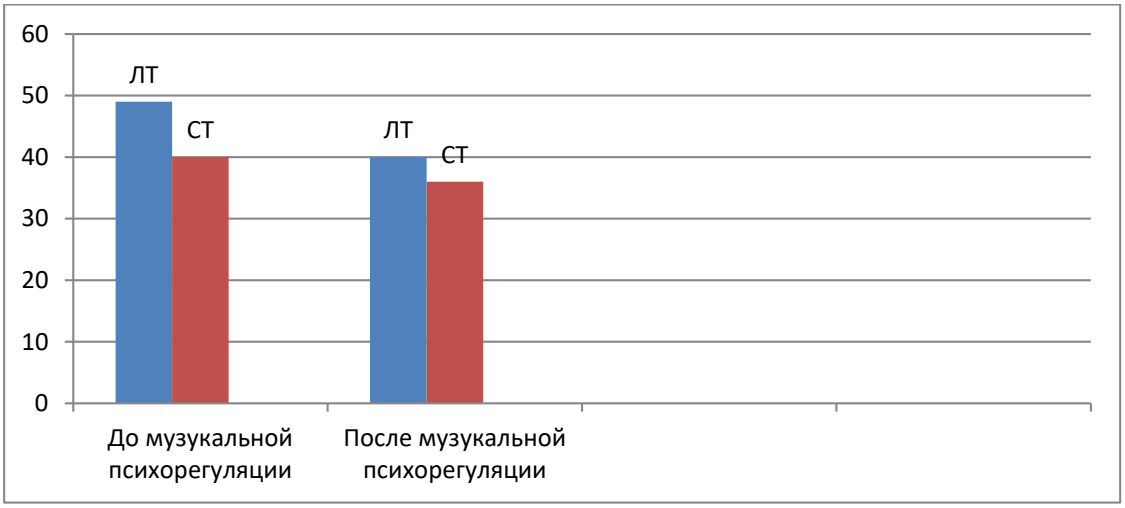

Рис.2 Результаты теста Спилбергера-Ханина у юношей.

Результаты тестирования после двух сеансов музыкальной психорегуляции у юношей показали снижение уровня личной тревожности и с 49 баллов до 40 баллов, ситуативной тревожности с 40 баллов до 36 баллов. Снижение показателей у юношей психоэмоционального напряжения подтверждает, что метод музыкальной психорегуляции является оптимальным средством восстановления.

Выводы. Из полученных данных тестирования можно сделать вывод, что метод музыкальной психорегуляции снижает уровень психоэмоционального напряжения. Это подтверждает то, что данный метод является оптимальным для восстановления психоэмоционального состояния. Снижение показателей личной и ситуативной тревожности свидетельствует о том, что метод музыкальной психорегуляции нужно продолжить для снижения уровня тревожности до умеренного или низкого состояния.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Федотов Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм. Учебное пособие / СПб., СПбГАФК им. П.Ф.Лесгафта., 2001. 292 с.

2.Огородова, Татьяна Вячеславовна. 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

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ КУРОРТЫ – НОВЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА И РЕБИАЛИТАЦИИ

ECOLOGICAL RESORTS - A NEW APPROACH IN THE ORGANIZATION OF RECREATION AND REHABILITATION

Соколова Е.И. , к.г.н, доцент,
«Крымский университет культуры,
искусств и туризма», г. Симферополь

Sokolova E.I. PhD, Associate Professor
Crimean University of culture,
arts and tourism, Simferopol

Аннотация.

Проанализировано состояние туризма с геополитической точки зрения, рассмотрен экологический вид туризма, как наиболее востребованный на современном этапе. Вероятность создания в Крыму первого экологического курорта. Роль государства в сохранении окружающей среды и развитии курортной сферы Республики Крым.

Annotation.

The state of tourism is analyzed, from the geopolitical point of view, and the ecological type of tourism is considered as the most popular at the present stage. The creation the first ecological resort in Crimea is highly probable. The role of the state in preserving the environment and developing the resort sphere of the Republic of Crimea.

Ключевые слова. Туристские ресурсы, экологические курорты, рекреация, клиентура, «доброжелательный рынок», мультипликативный эффект, туристский рынок.

Keywords. Tourist resources, ecological resorts, recreation, clientele, «friendly market", multiplier effect, tourist market.

Введение. Сегодня, как никогда ранее, геополитика диктует изменения во всех сферах жизни планеты и человечества. Это становится настолько явным даже простому обывателю, что специалисты вынуждены отслеживать малейшие перемены в мире и успевать реагировать на них, чтобы встраиваться в изменяющийся мир, использовать создавшееся положение в пользу своего государства.

Это касается и всех сфер экономики, чья грамотная, гибкая политика может превращать негативные посылы в новый виток развития производства. Мировое противостояние ведущих государств за сферы влияния во всех отраслях экономики приводят к тому, что та или иная страна либо вынуждена согласиться с ролью, которая ей навязывается извне, либо находить

возможность не только выжить в создавшейся ситуации, но и успешно использовать её для своего экономического рывка.

В последние годы кардинально поменялся и образ жизни человечества, люди стали по-другому относиться к труду, отдыху, комфорту, развлечениям. Мир стал другим. Ускорение времени, напряжённый ритм существования требуют от человека больших физических и эмоциональных затрат, которые приходится восполнять за счёт целого ряда действий. Однако, ценность жизни и ценности самой жизни по-прежнему остаются главными для каждого живущего в современном мире.

Одной из таких ценностей и является отдых. А правильно организованный отдых позволяет не только восстановить затраченные силы, но и получить всплеск положительных эмоций, которые делают человека счастливым.

Цель исследования. Санкции в отношении России, после присоединения Крыма, поставили Республику в двоякое положение. С одной стороны Крым оказался в некоей изоляции, существуют трудности с передвижением за пределы полуострова, финансово-кредитная система не может удовлетворить потребности населения, нарушены привычные связи и т.д. Но с другой стороны эта изоляция может стать именно тем двигателем, который ей так необходим. Присоединение Республики к России, на первый взгляд, обеспечили ей «доброжелательный рынок», солидную клиентуру, ведь страна занимает 1/6 территории планеты. Известно, что российский турист поднял экономику очень многих стран, таких как Турция, Египет и др. И, казалось бы, санкции, которые выставлены Западом против России, должны перенаправить российский турпоток в Крым.

Но мы все знаем, что этого не произошло. И знаем, почему. Из-за несоответствия цены-качества. Огромный природный и культурный потенциал, которым владеет полуостров, не реализуется из-за плохого сервиса, высоких неоправданных цен, неумения работников туризма предоставлять качественные услуги. Сезонность этого бизнеса приводит к тому, что в летний период нанимаются работники с низким уровнем профессиональной культуры. Явно недостаточна роль государства в планировании и продвижения туризма как двигателя крымской экономики, который заключается в его мультипликативном эффекте. И также нет осознания у населения полуострова, что каждый его житель - работник сферы туризма.

Строительство Крымского моста даёт шанс развитию новых видов туризма. Ранее, территория Ленинского района и города Керчи находилась в тупиковой зоне, куда массовый турист не доезжал, все стремились на Южное побережье Крыма. И понятно почему. Во-первых, далеко, а во-вторых, здесь абсолютно не развита инфраструктура. Но теперь, когда тупик превратился во вход на полуостров, а отсутствие плохой инфраструктуры позволит

создать её на уровне лучших мировых стандартов, нужно по-другому взглянуть на территорию, которая по богатству природных ископаемых полуострова стоит на первом месте и владеет 96% всех его природных ресурсов.

Результаты исследования. Понимание значимости этой части Крыма для развития курортно-рекреационной деятельности было явно ещё в годы Советского Союза. Так, на выездной сессии Научного совета по проблемам биосферы Академии наук СССР в октябре 1982 г. в Ялте, рассматривался вопрос о рациональном использовании и охране курортных ресурсов Крыма.

Многие из докладов были посвящены проблемам освоения Азовского побережья, в частности, Арабатской стрелки, в которых указывалось на необходимость использования богатых природных ресурсов Приазовья. Сотрудниками КрымИИИпроекта даже была разработана схема районной планировки Азовского побережья Крыма, курортов «Сивашский» и «Каменский». А затем, силами авторского коллектива архитектурно-планировочной мастерской Головного научно-исследовательского и проектного института «КрымНИИпроект» был разработан и сам проект. Одесский институт курортологии (1976 г.), учитывая природно-климатические факторы и утвержденное медицинское зонирование побережья Сиваша и Азовского моря, заключил, что, в частности, курорт «Каменский» входит в Южно-Сивашскую медицинскую подзону.

В зоне имеются термальные йодные хлоридно-натриевые минеральные воды и лечебные иловые грязи Южных Сивашей. Ими были даны рекомендации для строительства здесь оздоровительных учреждений, санаториев ревматологического, артрологического, неврологического профиля. Был разработан даже «Проект детальной планировки курорта «Каменский» Крымской области» на основании тематического плана работ, выполненных в 1985 году для Гродненского ордена «Дружбы Народов» производственного объединения «Азот» им. Притыцкого (№802 от 04.03.1985г.) и задания на проектирование, согласованного Отделом по делам строительства и архитектуры Крымоблисполкома и утвержденного Всесоюзным объединением азотной промышленности «Союзазот».

В 1992 году Всесоюзный научный центр медицинской реабилитации и физической терапии выдал заключение по «Медицинскому показанию к наружному применению хлоридных натриевых вод (по раствору соли оз. Сиваш), где сказано, что «Хлоридные натриевые воды рекомендуются для бальнеотерапии – лечения заболеваний органов кровообращения, нервной системы, опорно-двигательного аппарата, а также гинекологических заболеваний». Колоссальный природно-рекреационный ресурс, включающий в себя Чёрное и Азовское моря, солёное озеро Сиваш, входящее в 4-ку уникальных источников гидроминерального сырья планеты, грязевые вулканы,

грязевое озеро Чокрак, Северо-Сивашское месторождение термальных йодобромных вод – всё это прекрасная база для создания высококлассного экологического курорта. На Арабатской стрелке и рядом с ней имеются почти неисчерпаемые запасы лечебной грязи, рапы и минеральных вод, которые практически не используются.

По всем показателям лучшими в Крыму считаются пляжи степной части полуострова, включая Арабатскую Стрелку. Для побережья Азовского моря характерны чистота воздуха, отсутствие в нём пыли, его ионизация. Прибрежная полоса – это естественный ингаляторий для лечения многих заболеваний органов дыхания. Степи по Арабатской стрелке существуют в первозданном виде более 860 лет, на которых произрастает 5 видов трав, которые сохранились на планете лишь на Арабатской стрелке. На Арабатской стрелке несколько заказников общегосударственного, национального значения, очень интересен государственный заказник «Арабатский» с участком целинной тюльпанной степи.

Всемирным банком был разработан проект создания ландшафтного парка о. Сиваш в рамках проекта «Сохранение биоразнообразия в Азовско - Черноморском экологическом коридоре». Через Сиваш проходит один из наиболее оживленных пролетных путей птиц. Из них, более 100 видов птиц, занесены в Красную книгу Украины, 27 видов – в Международный Красный Список. Всё, что необходимо для создания экологического курорта, подсказано самой природой. Имеющиеся туристические ресурсы Арабатской Стрелки позволяют развивать также различные виды активного, оздоровительного видов туризма.

Необходима воля государства и грамотный проект создания нового курорта, который будет разработан с учётом сохранения окружающей среды и использования энергосберегающих технологий, а также, с высоким уровнем комфортности.

Выводы. Появление высококлассного экологического курорта сможет не только удовлетворить потребности в оздоровлении населения прежде всего России, но и отсечёт часть потока отдыхающих, который хлынет после открытия Крымского моста на Южное побережье. А оно уже сейчас не справляется с количеством отдыхающих и не может предоставить адекватные услуги по тем ценам, которые выставляют организации сферы туризма в сезон. Создание экологического курорта предполагает полную годичную загруженность, так как не только летний отдых, купание на море, а круглогодичные услуги оздоровления смогут держать цены, соответствующие качеству услуг, уйдёт вынужденная потребность за 3-4 месяца зарабатывать сумму, способную прокормить семью в течении 12 месяцев. Тогда можно будет говорить о качестве туристского продукта. И добиться этого можно лишь при наличии государственной поддержки, ведь главная задача государства не работать на выездной туризм, а делать конкретные шаги для

развития внутреннего туризма. Хватит поддерживать экономику Турции, Египта, Англии и других стран, где основной поток туристов из России. Не пора ли посмотреть более пристально на наши, российские возможности, и используя мировые санкции сделать рывок в развитии внутреннего российского туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. http://kraevedenie.net/2015/06/05/kurortnye-resursy-arabatskoj-strelki-ix-osvoenie-v-sovetskoe-vremya-i-proekty-kurortov-salgirskij-i-arabatskij-1982/
2. http://adminland.ru/crimea/books/2689ii97/part04.htm

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ И ТРЕНИРОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ

PROBLEMS AND PECULIARITIES OF PHYSICAL RECREATION AND TRAINING OF YOUTH

Сорокина Е.В., студент 4 курса,
факультет физической культуры и спорта,
направление подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»
Зевреева З.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»,
Таврическая академия, г. Симферополь

E.V.Sorokina, student 4 course,
faculty of physical culture and sports,
the direction of training "Recreation and sports and health tourism"
Z.N. Zevreeva,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
TaurideAcademy, Simferopol

Аннотация

Физическая рекреация и физическая тренированность занимают центральное место в структуре рекреационной деятельности, поскольку физическая рекреация и физическая тренированность используются во всех учреждениях по оздоровлению и восстановлению физических и моральных сил человека, таких как санатории, пансионаты, пансионаты с лечением, профилактории, дома отдыха.

Annotation

Physical recreation and physical fitness occupy a central place in the structure of recreational activities, as physical recreation and physical fitness are used in all institutions for improving and restoring the physical and moral strengths of people, such as sanatoriums, boarding houses, boarding houses with treatment, dispensaries, rest homes.

Ключевые слова:физическая рекреация, физическая тренированность, физические качества, молодежь.

Key words: physical recreation, physical fitness, physical qualities, youth.

Введение. Физическая рекреация и тренированность способствуют укреплению физического, психического, социального, профессионального здоровья молодого человека[1].

Важной проблемой для молодого человека является сохранение физической и умственной работоспособности, противодействие психическому утомлению в течение рабочего дня или учебы. Одним из важнейших средств ее решения является смена характера деятельности, отвлечение от ее профессиональных видов и форм, переключение на другие виды деятельности[3].

Регулярные занятия физической рекреацией, при помощи физических упражнений,способны качественно улучшить общее состояние человека, а также положительно повлиять на иммунитет. Использование физических упражнений возможно и в комплексе с рекреативными занятиями, а также эффектами физической рекреации. Это поспособствует повышению двигательной активности и физической работоспособности, а также максимально быстрому оздоровлению и восстановлению физических, духовных и эмоциональных сил молодого человека[2].

Специальное воздействие физических упражнений на организм человека с целью развития определенных качеств должно быть согласовано с естественным ходом возрастного развития организма. Следовательно, для каждой возрастной группы стоит составлять и придерживаться определенного комплекса физических упражнений.

Автор Коледа, В. А.,предложил следующую классификацию возрастных групп, основанную на физиологических характеристиках и признаках[4].

Для возрастной группы молодежь (18-29 лет) характерно:

-полная устойчивость всех функций организма;

- сформированность опорно-двигательного аппарата и способность к физическим нагрузкам и длительной работе;

- замедление процессов роста;

- увеличение массы тела.

Из этого следует, что молодые люди,не имеющие отклонения в состоянии здоровья, полностью сформированы как физиологически, так и психи-

чески. Однако уровень тренированности отражается в переносимости длительных тренировок и способности выполнения высокоинтенсивных заданий со значительными физическими нагрузками.

Цель исследования. Изучить проблемы и особенности физической рекреации и тренированности на примере возрастной группы 18-29 лет.

Результаты исследования.

Для определения уровня физической подготовленности молодежной возрастной группы (18-29 лет), нами использовались тестовые задания на выявление физических качеств, а именно: скорость, выносливость, сила, гибкость и ловкость. Участниками выступали шесть человек, из них три девушки и три юноши в данной возрастной группе.

Результаты тестовых нормативов возрастной группы молодежь (18 - 29 лет) приведены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты тестовых нормативов физических качеств возрастной группы молодежь 20-24 года

2 группа – молодежь (20-24 года)			
№	Норма	Результат	Отклонения
1	2	3	4
Скорость			
1. 2. 3. 4. 5. 6.	 +4.4 -4.7 	4.8 с 4.5 с 4.1 с 3.5 с 4.3 с 4.1 с	-1 -1 +3 +9 +1 +3
Выносливость			
1. 2. 3. 4. 5. 6.	 +55 -51 	66 раз 64 раз 56 раз 55 раз 50 раз 66 раз	+11 +9 +1 0 -1 +9
Гибкость			
1. 2. 3. 4. 5. 6.	 +14 -9 	16 см 24 см 10 см 18 см 14 см 8 см	+2 +10 -1 +4 0 -1

Ловкость			
1.		26 раз	+10
2.		16 раз	0
3.	+16	14 раз	-2
4.	-13	20 раз	+4
5.		14 раз	-2
6.		10 раз	-3
Сила			
1.		22 раз	+9
2.		18 раз	+5
3.	+13	7 раз	-4
4.	-11	13 раз	0
5.		5 раз	-6
6.		9 раз	-2

Из полученных результатов можно сделать вывод, что парни и девушки находятся в хорошей физической форме, так как отклонения от нормы незначительные. С каждым из тестов на выявление физических качеств: скорости, выносливости, гибкости, ловкости и силы, возрастная группа – молодежь (18-29 лет) справилась на результат «отлично» и «хорошо». Это говорит о том, что парни и девушки полностью готовы к занятиям по физической рекреации.

Выводы. Анализ проблем и особенностей физической рекреации и тренированности молодежи показал, что при разработке комплекса занятий физической рекреацией стоит учитывать все проблемы данной возрастной группы.

Зная все проблемы молодого возраста и исключая их, можно добиться поставленных целей и эффектов физической рекреации, позволяющих повысить физические качества молодого человека, а именно: выносливость, силу, скорость, ловкость, гибкость.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виноградов, Г. П. Теоретические и методические основы физической рекреации (На прим. занятий с отягощениями)/Г.П. Виноградов.- СПб., 1998.–475 с.

2. Выдрин, В.М. Физическая рекреация – вид физической культуры / В.М. Выдрин //Культура физическая и здоровье. 2004. № 2. С. 136

3. Макеева, В.С., Тинькова З.С. Теория и методика физической рекреации. Основы оздоровительной физической культуры/В.С. Макеева, З.С. Тинькова. – Орёл:ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК», 2012. – 193с.

4. Коледа, В. А. Особенности физического воспитания школьников и студентов Гомельского района / В. А. Коледа, В. А. Медведев. - Гомель : Гомельский ЦНТДИ, 1999. - 214

УДК 796

ПЕЙНТБОЛ КАК СРЕДСТВО ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ

PAINTBALL AS A MEANS OF PHYSICAL RECREATION

Суковицына О.А.,
студентка 4 курса,
направления подготовки
«Рекреация
и спортивно-оздоровительный
туризм» факультета физической
культуры и спорта,
Таврической академии
«КФУ им. В.И.Вернадского»
Sukovitsyna O.A,
student 4 course,
the direction of training "Recreation
and
sports and health tourism"
faculty of physical culture and
sports,
Tauride Academy
V.I. Vernadsky Crimean
FederaUniversity

Аннотация

В статье представлен результат применения игры в пейнтбол как средства восстановления в процессе тренировочной деятельности у девушек и юношей 11-13 лет. Физическая рекреация – это использование любых видов двигательной активности (физические упражнения, игры, физический труд и др.) в целях физического развития и укрепления здоровья. Были рассмотрены теоретические и методические подходы в физической рекреации.

Annotation

The article presents the result of the use of paintball to restore in the training activities of girls and boys 11-13 years old. Physical recreation is the use of all types of motor activity (physical exercise, games, physical labor, etc.) in order of physical development and health promotion. Theoretical and methodological approaches in physical recreation were considered.

Ключевые слова: эффекты физической рекреации, учащиеся, Руфье, активный отдых, пейнтбол.

Key words: the effects of physical recreation, students, Rufe, activity, paintball.

Введение. При организации и проведении занятий с учащимися с использованием средств физической рекреации необходимо соблюдать основные положения принципа оздоровительной направленности. Основа физической рекреации - теория активного отдыха. Методическое обеспечение данной деятельности требует учитывать не только физические, но и психические нагрузки - умственную и нервно-эмоциональную напряженность труда, которая характеризуется степенью включения в работу высшей нервной деятельности и психических процессов.[2]

Цель исследования - выявить влияние эффекта физической рекреации как средства оптимального восстановления в процессе тренировочной деятельности учащихся 11-13 лет.

Результаты исследования. Исследование проводилось в г. Симферополь на базе «СДЮСШОР им В.И. Клименко по пулевой стрельбе», в котором приняли участие учащиеся в возрасте 11-13 лет, в составе 8 человек (2 девочки и 6 мальчиков).Период исследования с 12.03.2017г. по 12.05.2017г.

Для определения уровня физической тренированности была проведена проба Руфье (Таблица 1)

Таблица 1

Показатели функциональных проб физического состояния участников до проведения исследования

Участники	Результат	
	Руфье	ЧСС
Участник 1	12,5	90
Участник 2	7,5	88
Участник 3	10,1	79
Участник 4	9,1	75
Участник 5	8,6	81
Участник 6	7,5	78
Участник 7	8	75
Участник 8	11,5	84

Результаты функциональной пробы Руфье оцениваются как слабые и удовлетворительные.

Так же были проведены замеры бега на 1000м и сопоставлены результаты с нормативами, которые соответствуют возрасту участников (Таблица 2).

Таблица 2

Показатели бега на дистанцию 1000 метров до проведения исследования

Участники	Дистанция 1000м			
	Нормативы[1]			Результаты
	ОТЛ	ХОР	УД	
Участник 1	5,00 и меньше	5,05-7,00	7,01 сек	7 мин 23 сек
Участник 2	5,10 и меньше	5,11-7,10	7,11 сек	7 мин 18 сек
Участник 3	4,30 и меньше	4,31-6,30	6,30 сек	6 мин 37 сек
Участник 4	4,30 и меньше	4,31-6,30	6,30 сек	6 мин 44 сек
Участник 5	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	6 мин 19 сек
Участник 6	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	5 мин 54 сек
Участник 7	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	6 мин 01 сек
Участник 8	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	5 мин 13 сек

Полученные данные в ходе замеров показали отставание от основных нормативов, что в свою очередь говорит о недостатке физической активности участников исследования и необходимости восполнения физических сил затраченных в процессе монотонных тренировок.

Оценка результатов функционального состояния показала слабый и удовлетворительный уровень участников исследования.

После оценки физического состояния участники были включены в программу тренировок. Для улучшения функционального состояния и повышения показателей точности стрельбы обучающиеся принимали участие в игре пейнтбол с квестовым наполнением. Пейнтбол является подвижной игрой, в которой используются активные перемещения по полигону или лесной зоне, что частично способствует закаливанию организма и психоэмоциональной разгрузке участников. Игры проходили 2 раза в неделю. Участники выполняли квестовые задания, такие как: захват флагов, баз, удержание точек на время. Средние показатели продолжительности игры проходили 25-40 мин., в зависимости от квестов. Занятия проводились в лесной местности и в специально оборудованном полигоне.

После цикла рекреационных занятий были сняты замеры функционального состояния участников по пробе Руфье, а также показатели в беге на дистанцию 1000м.

Показатели функциональных проб после проведения рекреационных занятий представлены в таблице 3

Таблица 3

Показатели функциональных проб участников после проведения рекреационных занятий

Участники	Результат	
	Руфье	ЧСС
Участник 1	10,1	88
Участник 2	6,7	87
Участник 3	9,1	78
Участник 4	7,3	72
Участник 5	7,8	80
Участник 6	6,5	77
Участник 7	7	74
Участник 8	10,2	82

Проведя анализ полученных данных мы пришли к выводу, что использование игры пейнтбол как рекреационного занятия положительно повлияло на функциональное и психоэмоциональное состояние участников исследования. Результаты функциональной пробы Руфье оцениваются как удовлетворительные и хорошие.

Показатели участников в беге на дистанцию 1000 метров после проведения рекреационных занятий представлены в таблице 4

Таблица 4

Показатели участников в беге на дистанцию 1000 метров после проведения рекреационных занятий

Участники	Дистанция 1000м			
	Нормативы			Результаты
	ОТЛ	ХОР	УД	
Участник 1	5,00 и меньше	5,05-7,00	7,01 сек	5 мин 48 сек
Участник 2	5,10 и меньше	5,11-7,10	7,11 сек	5 мин 35 сек
Участник 3	4,30 и меньше	4,31-6,30	6,30 сек	5 мин 15 сек
Участник 4	4,30 и меньше	4,31-6,30	6,30 сек	4 мин 59 сек
Участник 5	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	4 мин 41 сек
Участник 6	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	4 мин 33 сек
Участник 7	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	4 мин 24 сек
Участник 8	4,20 и меньше	4,21-6,15	6,16 сек	4 мин 27 сек

В беге на 1000 метров участники пришли к соответствию нормативов присущим их возрасту. Для того чтобы получить эффект физической тренированности, целесообразно продолжить тренировки и наблюдение за физическим и психоэмоциональным состоянием участников. Так как, за такой

короткий промежуток, 2 месяца тренировок, мы добились улучшения функционального состояния.

Выводы. Проанализировав эффекты и результаты функциональных проб мы пришли к заключению, что использование подвижных игр рекреационной направленности положительно влияет на физическое состояние организма человека. В результате проведения исследования было отмечено, что у учащихся, регулярно занимающихся пейнтболом, наблюдалось улучшение всех изучаемых параметров уровня физической подготовленности. Игра в пейнтбол способствовала оптимизации психоэмоционального состояния занимающихся, что повышало эмоциональный фон занятий, которая, в свою очередь, позволила восстановится после монотонных тренировок, и улучшить спортивные показатели стрельбы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Виленский М.Я., Физическая культура. 5-7 классы / М.Я. Виленский, И.М. Туревский, Т.Ю. Торочкова. – М.: Просвещение, 2013. – 239с

2. Виноградов Г.П., Физическая рекреация: учебник для студентов высшего образования / Г.П. Виноградов, Е.А. Ивченко. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 240 с.

УДК 379.852

ПЕШЕХОДНЫЙ ТУРИЗМ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЁЖИ – ЗАЛОГ ВЫСОКОГО УРОВНЯ ИХ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ

PEDESTRIAN TOURISM IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL EDUCATION OF STUDENTS IS THE GUARANTEE OF A HIGH LEVEL OF PHYSICAL FITNESS

Феуерман В.В., к.пед.н., доцент
Киричук Н.Р., обучающаяся 4-ого курса
Киричук В.О., обучающийся 4-ого курса
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», Таврическая академия, г. Симферополь

Feuerman V.V., candidate of pedagogical Sciences.n., associate Professor
Kirichuk N.P., 4th year student
Kirichuk V.O., 4th year student
V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida Academy, Simferopol

Аннотация

Рассмотрен важнейший фактор эффективного повышения уровня физической подготовленности обучающихся старшего школьного возраста – регулярные занятия во внеурочное время, в системе дополнительного образования, пешеходным туризмом. Научно обоснована необходимость физкультурно-спортивного направления дополнительного образования в деле формирования должного уровня физической подготовленности обучающихся среднего и старшего школьного возраста.

Annotation

The most important factor of effective increase of level of physical readiness of students of the senior school age is considered – regular occupations in out-of-hours time, in system of additional education, pedestrian tourism. The necessity of physical culture and sports direction of additional education in the formation of the proper level of physical fitness of students of secondary and higher school age is scientifically substantiated.

Ключевые слова: дополнительное образование, средний школьный возраст, пешеходный туризм, школьный туризм, общая физическая подготовка.

Keywords: additional education, middle school age, pedestrian tourism, school tourism, General physical training.

Введение. Дополнительное образование детей является актуальным и необходимым звеном системы непрерывного образования, направленным на формирование и развитие творческих способностей детей, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном, физическом совершенствовании, организацию их свободного времени, воспитании патриотизма и бережного отношения к природе.

Что касается системы дополнительного образования, то нам следует обратиться к основным Федеральным законам, обеспечивающим право граждан на дополнительное образование, определяющим государственную политику и регулирующим отношения в области дополнительного образования.

В статье 75, настоящего Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации» говорится: «…Дополнительное образование детей и взрослых направлено на формирование и развитие творческих способностей детей и взрослых, удовлетворение их индивидуальных потребностей в интеллектуальном, нравственном и физическом совершенствовании, формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья, а также на организацию их свободного времени. Дополнительное образование детей обеспечивает их адаптацию к жизни в обществе, профессиональную ориентацию, а также выявление и поддержку детей, проявивших выдающиеся способности» [4, ст. 75].

Активные движения на свежем воздухе способствуют закаливанию организма и улучшают здоровье. Ходьба с грузом и дозированной нагрузкой укрепляет сердечно-сосудистую систему. Туризм способствует воспитанию любознательности, волевых качеств.

В своей работе В.М. Пакровский указывает: «Под школьным туризмом понимают туристско-краеведческую деятельность учащихся, выходящую за рамки учебных программ и организуемую школой и школьными учреждениями с целью обеспечения педагогически целесообразного использования их во внеурочное время.

Детско-юношеский туризм – средство гармоничного развития подростков и юношей, реализуемое в форме отдыха и общественно полезной деятельности» [3].

В своих работах Л.В. Беляков, А.Д. Ганюшкин и А.Л. Моисеенков, Усков А.С. утверждают, что: «… в туристском походе приходится преодолевать большие расстояния в течении длительного времени и со значительной физической нагрузкой, зависящей от сложности естественных препятствий, темпа передвижения, метеорологических условий, веса рюкзака. В результате организм утомляется и создается возможность появления ошибок при преодолении опасных или сложных участков маршрута. Следовательно, запас прочности и безопасность туриста во многом зависят от его выносливости»[1,2].

Наше исследование проводилось в период с сентября 2017 года по март 2018 года. Практическая его часть – педагогический эксперимент, была организована на базе Государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования Республики Крым «Центр детско-юношеского туризма и краеведения», город Симферополь.

Цель исследования – определить степень корреляции пешеходного туризма на уровень физической подготовленности обучающихся старшего школьного возраста в системе дополнительного образования.

В исследовании приняли участие обучающиеся 9-10-х классов, МБОУ «Зеленогорская школа». Всего в ходе исследования приняли участие 20 обучающихся 15-16 лет. Все обучающиеся относились к основной медицинской группе, а так же, после проведения предварительного тестирования на предмет определения уровня общей физической подготовленности, были разделены на две группы – основную и контрольную, примерно, одинакового уровня исследуемого показателя.

В контрольную группу вошли 10 обучающихся, которые посещали уроки физической культуры, по общепринятой программе для общеобразовательных учебных заведений, а во внеурочное время никаких дополнительных занятий не посещали. В основную группу вошли 10 обучающихся, посещавшие уроки физической культуры по общепринятой программе для общеобразовательных учебных заведений, и дополнительно занимавшиеся в творческом объединении «Пешеходный туризм». Занятия проводились дважды в неделю по три академических часа. Для повышения уровня, исследуемого показателя, в формирующем педагогическом эксперименте, был сформирован комплекс физических упражнений, который участники исследования, дополнительно к стандартной программе учебно-тренировочных

занятий, выполняли в течении всего периода проведения нашего исследования – шесть месяцев учебно-тренировочных занятий в Государственном бюджетном образовательном учреждении дополнительного образования Республики Крым «Центр детско-юношеского туризма и краеведения».

Тестирование по контрольным упражнениям, направленным на определение уровня развития общей выносливости, силы мышц верхнего плечевого пояса, силовой выносливости и скоростных способностей, проводилось в начале педагогического эксперимента и по его окончании.

Результаты исследования. Полученные в исследовании параметрические данные анализировались по классическому методу математической и статистической обработки цифрового материала. В трёх контрольных упражнениях из четырёх была получена достоверная разница средних арифметических величин ($P<0,05$, $P<0,001$), что подтверждает выдвинутую, в начале исследования, рабочую гипотезу утверждающую, что регулярные занятия пешеходным туризмом, в системе дополнительного образования, оказывают положительное влияние на формирование должного уровень физической подготовленности обучающихся старшего школьного возраста.

Выводы. Анализ и обобщение использованных литературных и электронных источников, в нашем исследовании, на предмет формирование должного уровень физической подготовленности обучающихся среднего и старшего школьного возраста, средствами пешеходного туризма, в системе дополнительного образования, позволил обосновать тему, проведённого исследования. Проведённый педагогический эксперимент, подтвердил выдвинутую рабочую гипотезу исследования, достоверными результатами в контрольных тестовых упражнениях ($P<0,05$, $P<0,001$).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беляков, Л.В. Основы тренировки в ориентировании на местности. / Л.В. Беляков, А.Д. Ганюшкин, А.Л. Моисеенков. – Смоленск, 2000. – 172 с.

2. Усков А.С. Практика туристических путешествий. / А.С. Усков. – М.: СПб, Творческий центр «Геос», 2000. – 210 с.

3. Физиология человека: учебное пособие для студентов мед. ВУЗов. / под ред. В.М. Пакровского. – М.: Медицина, 2007. – 656 с.

4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012, №273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс] : http://www.consultant.ru/document/cons_doc.

СОДЕРЖАНИЕ

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

Вахрушев И.Б., Заславский Г. Автоматизация предоставления услуг общественного питания в туристической сфере республики Крым 3

Ибрагимов Э.Э., Литвиненко А.Е. Формирование ценностно – ориентированных аспектов управления туристским предприятием 6

Котова О.А. Инвент-туризм как перспективное направление туристской деятельности в российской федерации 10

Кухарская Е. Ю. Туризм как фактор экономического развития в Российской Федерации 14

Логвина Е.В. Формирование приоритетных направлений развития событийного туризма в России 18

Огудин В.Л. К вопросу о «Религиозном туризме» 22

Палий В.Л., Пашук С.М. Приднестровье как регион для благоприятного трансграничного развития рекреации и туризма 28

Семенченко И. В. Новые тенденции развития железнодорожного туризма 33

Ожегова Л.А., Сикач К.Ю., Сидорчук И.Б. Оценка актуальных возможностей рекреационного природопользования реки Салгир в черте города Симферополя 38

Тарасюк В.Д. Место организационной культуры в структуре гостиничного продукта 42

Тропина Е.А. Формирование сервисного пространства с целью оптимизации туристско-рекреационного комплекса Крыма 46

Яковенко И.М., Кухта М.А. Управление качеством услуг курортно-рекреационных организаций 49

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

Бубнов А. В. Особенности реализации кластерного подхода в условиях развития туризма в саратовской области 53

Дугаренко И.А., Куршутова Э.Т. Проблемы и перспективы эффективного использования параркреационных ресурсов Крыма 57

Лобас К.В. Анализ автотуристских кластеров в Российской Федерации ... 60

Рубцов В.А., Биктимиров Н.М., Байбаков Э.И., Булатова Г.Н. Туристские кластеры республики Татарстан (пространственный аспект) 64

СЕКЦИЯ 3.
ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РОССИЙСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Гурьянов Р.Д. Теоретические аспекты проектирования культурно-познавательного тура 69

Данченко В.Н. Технологическая модель проектирования спортивно-пешеходного тура 72

Мухамедова З.Х., Гундобина С.Х. Инновационная составляющая малого предпринимательства индустрии гостеприимства в экономике региона 77

Эмиров С.К. Инновационная конкурентоспособность в туристической деятельности 81

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

Ширманкина А.А., Эйдельман Б.М., Бунаков О.А., Башнанова А.С. Влияние геополитики на развитие туризма 86

Ибрагимов Э.Э., Бучкова М.Д., Урденко Е.А. Актуальность спортивного туризма в Российской Федерации 89

Ибрагимов Э.Э., Иванькова А.А., Питерова В.О. Состояние сферы туризма в Российской Федерации 92

Ибрагимов Э.Э., Сулима А.С Турция как объект исследования развития туристской индустрии 97

Сидорова Д.В., Коновалова А.В., Щербаченко А.В. Туристский сектор в России: современные реалии и приоритетные направления развития .. 101

Хаирова Э.А. Развитие международного туризма в Российской Федерации 105

Шабалина С.А., Максимова В.И. Современное состояние и перспективы развития туристских связей Китая и России 110

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

Адельсеитова Э.Б. Формирование мотивационной политики персонала предприятий сферы туризма: теоретический аспект 115

Гуров С.А. Соционика как инструмент подбора кадров в туристской отрасли 119

Страчкова Н.В., Куртвалиева Э.Ф. Факторы формирования кадрового потенциала туристской отрасли 122

Пушкарёва Е.В. Самообразование как способ повышения конкурентоспособности персонала в рекреационной сфере 128

СЕКЦИЯ 6.
КРЫМ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Аблязова С.А. Современные тенденции развития винного туризма в Крыму 131

Бугаец Т.Г., Степаненко Е.С. Тенденции развития туристской отрасли в Крыму 135

Бугаец Т.Г., Степченко Я. В. Анализ законодательства в туристкой сфере в российской федерации и республики Крым 139

Бугаец Т.Г. Культурно-природные ландшафты Крыма как объект культурного туризма 143

Ибрагимов Э.Э., Годелеева Э.А. Разнообразие культур народов Крыма как фактор развития туризма 146

Гребнев А.Н. Перспективы киберспорта как ресурса событийного туризма в Республике Крым 150

Дугаренко Н.Ю. Транспортная доступность как один из основных факторов, влияющих на туристическую сферу Крыма 153

Ибрагимов Э.Э., Марков Д.В., Меметова А.Р., Пукасев М. И. Состояние санаторно – курортного комплекса республики Крым 157

Ибрагимов Э.Э., Кириленко С.В. Проектирование культурно - познавательного тура «Величайшее наследие Крыма» в Республике Крым 161

Клименко И.Ю. Особенности формирования туристического имиджа Крыма 165

Ларченко Е.Ю. Гастрономический туризм в Крыму, перспективы развития 169

Мустафаева Э.И., Абдуллаев Р.А. Современное состояние и перспективы развития продовольственного обеспечения туристско-рекреационного комплекса республики Крым 173

Мухамедова З. Х., Ткаченко С.А. Способы популяризации спортивно-пешеходного туризма в Крыму 177

Павлюк С.А., Логвина Е.В. Географическая характеристика Бахчисарайского района, как территории для разработки нового проекта туристского комплекса 181

Пергат А.П. Особенности развития рыболовного туризма в Крыму 184

Соцкова Л.М. Перспективы развития экологического туризма на территории водосборного бассейна крымского озера Джарылгач 188

Страчкова Н.В., Лукьяненко Е.А. Потенциал усадебного туризма в Крыму 192

Ибрагимов Э.Э., Самойлова Е.А.. Трусова Т.А. Особенности развития экстремального туризма на примере республики Крым 197

Никонова Д.А., Цирульник В.И. Роль иностранных языков при подготовке специалистов в вузах Крыма в отрасли туризма 201

Чеглазова М.Е. Гастрономический туризм – изюминка культурно-познавательного туризма в Крыму 204

Чеглазова М.Е., Андриевская М.А. Развитие культуры гостеприимства в крымском регионе 208

Чеглазова М.Е., Арзуманян Л.М. Современное состояние культурно-познавательного туризма в Крыму 212

Чеглазова М.Е., Бажанова А.Д. Этнографическая составляющая туристской сферы Крыма 217

Чеглазова М.Е., Демина Е.С. Культурно-познавательный туризм – приоритетное направление развития туризма в Крыму 221

Чеглазова М.Е., Медведская И.К. Культурно-познавательный туризм – приоритетное направление развития туризма в Крыму 225

Чеглазова М.Е., Яцюк Д.А. Особенности развития и становления событийного туризма в Крыму 229

Яковенко И.М. Кавка Е.В. Эзотерический туризм в Крыму: факторы развития и тенденции 233

СЕКЦИЯ 7.
РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бурмака А.С. Понятие молодежный туризм и его существенные особенности 237

Влиляев С.Л. Активный туризм в Российской Федерации: подходы к понятию 240

Глушкова В. О. Религиозный туризм в Крыму, перспективы его дальнейшего развития 243

Давлетшина Р.А., Галимов Ш.Ш. Объекты религиозно-паломнического туризма в республике Татарстан 247

Данилевич В.В., Рожко М.В., Баутиста Эспиноза Хьюго Туристический маршрут выходного дня (Приволжье республики Татарстан) 251

Долганова М.В., Конина Ю.А. Перспективы развития промышленного туризма в Брянской области 255

Ибрагимов Э.Э., Долматова А.В. Перспективы развития и новые подходы к проектированию молодежных туров на внутреннем рынке России 259

Зиновьева А.А. Перспективы развития гостиничного бизнеса в г. Казань 264

Оборин М.С. Перспективы развития аграрного туризма в регионах России 268

Михеева Е.Е., Прохорова В.Д. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Заинском районе республики Татарстан 272

Распопова В.О., Сахнова Н.С., Сазонова Г.В. Типизация регионов южного федерального округа по возможности использования ресурсного потенциала для развития религиозного туризма 276

Ибрагимов Э.Э., Терновская М.Е. Проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма в России 280

Тропина Е.А., Мандрик Е.Л., Дубина В.Д. Перспективы развития экологического туризма на полуострове Камчатка 284

Тропина Е.А., Перескоков А.С., Якубов Т.С. Религиозный туризм и паломничество: особенности организации, проблемы и перспективы развития 288

Тюрин А. Н. Перспективы развития экологического туризма в системе особо охраняемых природных территорий Камчатского края 292

Церенова М.П. Туристско - рекреационные особенности Туапсинского района 296

СЕКЦИЯ 8.
ПРОБЛЕМЫ МЕЖКЛАСТЕРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАМКАХ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Миненкова В.В., Волкова Т.А. Северо-кавказский туристический кластер: история и динамика развития 300

СЕКЦИЯ 9.
ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Белкина С.В. Место индустрии туризма в формировании имиджевой политики региона 304

Вольхин Д.А. Проявленность асоциальных процессов в Крыму в российском информационном пространстве как риск развития туристско-рекреационной отрасли региона 308

Кубесова Г.Т. Основные тенденции развития туристской индустрии актюбинской области республики Казахстан 312

Меметова Н.Р. Особенности и специфические черты гастрономического туризма 316

Соловьев А.А. Современные методы рекламы в сети интернет для продвижения нишевого туристического продукта 319

Тропина Е.А., Бехтольд Н. В., Юрьева Л. Ю. Имидж туристских регионов 324

Швец А.Б., Швец Р.А. Представленность в интернет-пространстве крымского туристского продукта 327

СЕКЦИЯ 10.
РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОГО УРОВНЯ РЕСУРСОЗАВИСИМОСТИ

Аранчий Ю.А., Сайдалиева А.М. Аспекты рекламной деятельности предприятия как важнейшего элемента маркетинга 331

Воробец Т.И. Анализ факторов внешней и внутренней среды, влияющих на качество кадрового потенциала организации 337

Ганиева А.К. Причины роста спроса на рекреационно-оздоровительные услуги 341

Гончарова В.П., Ячменева В.М. Информационные системы как основа формирования единого информационного пространства на предприятии 345

Кадиров А.А., Воробец Т.И. Современные подходы определения конкурентных преимуществ предприятий 350

Камышева В.И., Денисюк М.С. Направления совершенствования технологий управления безопасностью труда..... 353

Пономаренко О.М., Воробец Т.И. Методы оценки конкурентоспособности..... 357

Фокина Т.А. Управление кадровой политикой торгового предприятия.... 360

Хлобданова Э.Р., Ячменева В.М. Предпосылки совершенствования инфраструктуры ресторанного бизнеса как элемента туристской дестинации 364

Ячменев Е.Ф., Нечипорук Е. Компетентности подход к оценке потенциала человеческих ресурсов 367

Ячменева В.М., Бешимов Р.А. Эколого-экономическая устойчивость особоохраняемых природных территорий как основа развития курортно-оздоровительного туризма в республике Крым..... 370

СЕКЦИЯ 11.
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРА МЕДИКО-САНАТОРНО- КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА, РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Горбаневич Е.В., Зевреева З.Н. Организация и методика проведения рекреационно-туристических мероприятий 374

Дрожжин И.А. Особенности реакции сердечно-сосудистой системы школьников, занимающихся спортивным ориентированием при физической нагрузке 378

Зевреева З.Н., Клемпарская М.Н. Особенности проявления индикаторов качества жизни (на примере рекреационной активности) 381

Козлова Ю.К. Подвижные игры как средство физической рекреации в условиях детского оздоровительного лагеря..... 385

Мельситова Е.Р. Нроблемы и перспективы развития санаторно-курортных комплексов сети Happy Seasons Hotel Group в Крыму 389

Миронов М, А., Зевреева З.Н. Музыкальная психорегуляция как средство снятия психического напряжения и восстановления в подготовке туристов-спортсменов..... 394

Соколова Е.И. Экологические курорты – новый подход в организации отдыха и ребиалитации 398

Сорокина Е.В. Проблемы и особенности физической рекреации и тренированности молодежи 402

Суковицына О.А. Пейнтбол как средство физической рекреации..... 406

Феуерман В.В., Киричук Н.Р., Киричук В.О. Пешеходный туризм в системе дополнительного образования учащейся молодёжи – залог высокого уровня их физической подготовленности..... 410

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Материалы
I Всероссийской с международным участием научной конференции

26-27 апреля 2018 года

г. Алушта

в авторской редакции

Формат 60х84/16. Усл. печ. л. 24,41. Тираж 50 экз.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».
295034, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-а/2,
тел.: +7 978 71 72 901, e-mail: it.arial@yandex.ru, www.arial.3652.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии ИП Бражникова Д.А.
295053, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Оленчука, 63,
тел. +7 978 71 72 902, e-mail: braznikov@mail.ru