

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ
КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ
РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

**Материалы
VIII Международной научно-практической конференции**

г. Краснодар, 25 октября 2020 г.

**Краснодар
2020**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Материалы
VIII Международной научно-практической конференции

г. Краснодар, 25 октября 2020 г.

Краснодар
2020

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433
Т 878

Редакционная коллегия:

М.Ю. Беликов (отв. редактор), Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова,
Н.А. Комаревцева, В.В. Миненкова,
И.А. Романова, М.Ф. Ходыкина,
А.В. Коновалова, В.В. Анисимова

Т 878 Туристско-рекреационный комплекс в системе
регионального развития: материалы VIII Междунар. науч.-практ.
конф. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – 276 с. – 500 экз.
ISBN 978-5-8209-1816-2

В издании отражены результаты поиска оптимальных путей развития туризма и повышения эффективности функционирования туристско-рекреационного комплекса.

Внимание ученых концентрируется на исследовании объектов и процессов туризма: управлении туристско-рекреационным комплексом территории, географии туризма и туристско-рекреационного потенциала территорий, их устойчивом развитии, на структуре туристского рынка, его динамике и инструментах воздействия, роли экскурсионного обслуживания, инновационных процессов в сфере рекреации и туризма.

Адресуется специалистам-практикам, преподавателям учебных заведений, аспирантам, студентам, магистрантам и всем, кто заинтересован в развитии туристско-рекреационного комплекса в регионах.

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433

ISBN 978-5-8209-1816-2

© Кубанский государственный
университет, 2020

ПРЕДИСЛОВИЕ

Ежегодная международная научно-практическая конференция: «Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития» нашла широкую поддержку среди организаций различного уровня. В этом году конференция проводится впервые в дистанционном режиме. Круг обсуждаемых вопросов отражается в туристской стратегии регионов России и зарубежных стран, в деятельности организаций и предприятий индустрии туризма. В материалах представлены реалии этого года, сложного для туристской отрасли.

Конференция проводилась Кубанским государственным университетом совместно с Абхазским государственным университетом, Географическим обществом Абхазии, Колледжем права, экономики и управления (г. Краснодар), Ассоциацией выпускников географических факультетов, Молодежным клубом РГО в г. Краснодаре при поддержке Федерального агентства по туризму РФ, Государственного комитета по курортам и туризму Республики Абхазия, Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края с целью определения современных тенденций развития туристско-рекреационного комплекса, его роли для регионов с учетом приоритетности инновационных подходов в экономике, развития международного и внутреннего туризма, а также принципов устойчивого развития и рационального природопользования.

Актуальность темы, обозначенной в названии конференции, определяется необходимостью обобщения опыта ученых и практиков в вопросах развития туризма и рекреации, исходя из концепции устойчивого развития территорий, формирования маркетинговой политики нового туристского продукта и его имиджа, обмена опытом в подготовке кадров в сфере туризма, сервиса и рекреации.

VIII Международная конференция, посвященная межгосударственным и региональным аспектам развития туристско-рекреационного комплекса, проводится в Краснодарском крае, главном курортно-рекреационном регионе России, на примере которого актуализируются обозначенные темы исследования.

Выражаем благодарность участникам конференции, желаем удачи, творческих успехов! Плодотворная работа конференции и вошедшие в данное издание материалы создают импульс прогрессивному развитию туристско-рекреационного комплекса регионов и государств.

*М.Ю. Беликов, директор Института географии,
геологии, туризма и сервиса Кубанского
государственного университета, заведующий
кафедрой международного туризма и менеджмента,
доктор географических наук, профессор, заслуженный
работник курортов Кубани*

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ТЕРРИТОРИИ

Е.В. Аюгина

СВЕРХТУРИЗМ И УРОКИ ПАНДЕМИИ

**Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова**

Аннотация: Несмотря на глубокий кризис, вызванный пандемией Covid-19, страны и регионы, специализирующиеся на туризме, стремятся к его восстановлению и оптимизации на принципах устойчивости и ответственности.

Ключевые слова: сверхтуризм, устойчивость, ответственный туризм, оптимизация.

Summary: Despite the deep crisis caused by the Covid-19 pandemic, the countries and regions specialising in tourism are aimed at its recovery and optimisation based on principles of resiliency and responsibility.

Key words: overtourism, resilience, responsible tourism, optimisation.

В условиях пандемии COVID-19 и практически полной остановки туристских поездок в мире в 2020 г. говорить о сверхтуризме кажется странным. Но сложилась именно такая ситуация, которая описывается словами «Не было бы счастья, да несчастье помогло». Жизненно важная необходимость соблюдения социального дистанцирования и других ограничений усиливает внимание к вопросам допустимой нагрузки и устойчивого развития наиболее популярных туристских дестинаций, нарушение которых и вызывало ситуации сверхтуризма и туризмофобии.

Хотя необходимость устойчивого развития туризма обсуждается уже не первое десятилетие, до сих пор основные вопросы остаются по сути нерешенными. Это относится как к ограничению туристской нагрузки на дестинации, которая бы не оказывала разрушительного

воздействия на их природу и общество, так и к определению индикаторов их устойчивости [Mihalic T., 2020]. До последнего времени подавляющее большинство проектов по развитию туризма были ориентированы на непрерывный рост числа поездок и поступлений, что плохо согласовывалось с декларируемым стремлением к устойчивости и снижению негативных последствий такого роста. Ситуации сверхтуризма как раз и являются яркими примерами неустойчивого развития туризма.

Одним из важнейших уроков нынешнего кризиса в туризме должно стать понимание невозможности возврата к прежнему пути его развития и необходимости существенных и решительных изменений туристского развития как отдельных дестинаций, так и мира в целом [Lew A., 2020]. Нравится это или нет, но мир сейчас поставлен перед необходимостью искать баланс между преимуществами (в первую очередь, экономическими), которые дает развитие туризма, и теми проблемами, которые это массовое и часто неконтролируемое развитие создало. И хотя на первый план в условиях пандемии вышли вопросы здоровья и личной безопасности туристов и жителей, цели обеспечения экономической, экологической и социально-политической устойчивости развития туризма и местных сообществ сохраняют свое значение.

В условиях пандемии ранее чрезвычайно востребованные и переполненные туристами дестинации столкнулись с резким падением доходов и начали искать пути, которые бы могли помочь им восполнить потери, но соблюдать установленные ограничения и не допустить возврата к сверхтуризму [De Bellaigue C., 2020]. Новый путь развития туризма, по мнению специалистов, должен стать социально-ориентированным, рассматриваться в контексте общества, в котором он развивается, и использоваться для расширения прав, возможностей и благополучия местных сообществ [Higgins-Desbiolles F., 2020]. Растет число туристских направлений, которые начали сосредотачиваться на увеличении поступлений в расчете на одну поездку, расширении сезона, изменении туристской специализации, а не на увеличении количества туристских прибытий.

Венеция – один из наиболее ярких примеров сверхтуризма. По

данным национального бюро статистики Istat, в 2019 г. в городе побывало около 10,2 млн туристов и свыше 20 млн посетителей в рамках однодневных поездок. Для снижения негативных последствий сверхтуризма в последние годы итальянскими учеными разрабатывались варианты допустимой туристской нагрузки с учетом специфики местного туризма; туристской администрацией города вводились все новые ограничения и налоги для снижения туристского потока.

Пандемия COVID-19 дала дополнительные аргументы противникам массового туризма в Венеции в целом и круизного туризма в особенности. Безусловно, отказа от развития Венеции как туристской дестинации быть не может, но возникший кризис дает возможность переосмыслить пути ее развития, сделать туризм действительно устойчивым и при этом выгодным для городской инфраструктуры и местных жителей.

В качестве наиболее желанных для города туристов теперь рассматриваются немногочисленные индивидуальные путешественники с высоким уровнем доходов, прибывающие на более длительный срок, хорошо понимающие цели своей поездки именно в этот город, готовые тратить большие средства и вносить свой вклад в его благосостояние. Особое внимание обращается на то, что в Венеции действует два университета – Ка-Фоскари и архитектурный университет UIAV, которые ежегодно принимают значительное количество студентов, заинтересованных в обучении именно в Венеции. Образовательный туризм планируется дополнить развитием деловой активности международных культурных учреждений и другими видами высокодоходной деятельности, не наносящей ущерба, а способствующей сохранению исторического наследия города.

Новая Зеландия и Исландия – хотя и очень разные, но схожие по имеющимся проблемам сверхтуризма дестинации – в своих планах восстановления туризма делают все больший акцент на качество туристских услуг и ответственность туристов, их потребляющих. Разработанные туристскими администрациями независимые оценки качества и экологической сертификации Qualmark и Vakinn созданы для повышения качества, безопасности, экологической и социальной

ответственности туристов и поставщиков туристских услуг. В обеих странах еще до пандемии были приняты необычные обязательства о соблюдении правил поведения, которое добровольно берут на себя туристы – Icelandic Pledge и Tiaki Promise, которые нацелены на устойчивое и социально-ориентированное развитие туризма с учетом национальной специфики и минимизацию его негативных последствий.

Стоит отметить, что обе страны относятся к числу небольших, но весьма дорогостоящих туристских направлений, что позволяет им не стремиться к увеличению числа прибытий, а сконцентрироваться на их оптимизации. Оптимизация развития туризма и вводимые, как в рамках борьбы со сверхтуризмом, так и для выполнения требований, наложенных пандемией, ограничения зависят от конкретных особенностей дестинаций, таких как виды туризма, стадия развития, экологические и социальные особенности развития туризма, распределение посетителей во времени и пространстве [Gössling et al, 2016]. Для этого особое внимание должно уделяться изучению специфики рынков, особенностям изменения мотивации и поведения туристов, а также внедрению принципов устойчивого, безопасного и ответственного туризма. И уже много туристов готовы платить больше за такой опыт и выполнять предъявляемые дополнительные требования.

Однако такие действия доступны не всем дестинациям в равной мере: кризис в туризме в результате пандемии оказывает такое сильное воздействие на некоторые полностью зависящие от развития туризма дестинации, что внимания к обеспечению устойчивости туризма и решению проблем сверхтуризма в них нет, есть только цель выжить любой ценой. Есть только стремление вернуться к экономическим результатам прежнего «нормального» развития без учета каких-либо экологических или социальных требований и ограничений.

Нужно признать, что изменения в мировом туризме в результате пандемии будут неравномерными во времени и пространстве. В то время как некоторые страны уже пересматривают пути развития своей туристской индустрии и концентрируют внимание на более устойчивых и безопасных формах туризма, вводя определенные

ограничения, в других туризм будут пытаться развивать по-прежнему, при этом «наступая на те же грабли» негативных последствий, в том числе и сверхтуризма. Учет происходящих изменений имеет очень большое значение и для нашей страны, где в ходе переориентации туристских потоков на внутренний туризм и развития новых туристских дестинаций могут возникнуть схожие ситуации.

Несмотря на тяжелый кризис, пандемия дает туристской индустрии и дестинациям возможности трансформации и выбора нового пути развития. Необходимо извлечь правильные уроки из пройденных ситуаций и сделать преобразование туризма на принципах устойчивости и ответственности осознанным выбором для сохранения и дальнейшего развития его огромных возможностей.

Список использованных источников

1. *De Bellaigue C.* The end of tourism? // The Guardian. 18.06.2020. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2020/jun/18/end-of-tourism-coronavirus-pandemic-travel-industry?>

2. *Gössling S., Ring A., Dwyer L., Andersson A.-C. & Hall C.M.* (2016). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism // *Journal of Sustainable Tourism*, 24:4, 527–548, DOI: 10.1080/09669582.2015.1085869.

3. *Higgins-Desbiolles F.* Why we need to think about «socialising tourism» after Covid? // *Tourism Ticker*. 04.09.2020. URL: <https://www.tourismticker.com/2020/09/04/why-we-need-to-think-about-socialising-tourism-after-covid/>.

4. *Lew A., Cheer J., Haywood M., Brouder P. & Salazar N.* (2020) Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020 // *Tourism Geographies*, 22(3), 455–466, DOI: 10.1080/14616688.2020.1770326.

5. *Mihalic T.* (2020) Conceptualising overtourism: A sustainability approach // *Annals of Tourism Research*, Vol. 84, 103025. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103025.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ: ЛУЧШИЕ МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ

**Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова**

Аннотация: Статья посвящена общим принципам и особенностям разработки стратегий развития туризма. Содержится характеристика стратегического управления туристской дестинацией на разных стадиях ее жизненного цикла и применительно к разным типам территорий.

Ключевые слова: туризм, стратегический менеджмент, маркетинг туристских территорий, жизненный цикл туристской дестинации.

Summary: The article deals with the General principles and features of elaboration of tourism development strategies. It describes the strategic management of a tourist destination at different stages of life cycle and in relation to different types of territories.

Key words: tourism, strategic management, marketing of tourism destinations, tourism area life cycle.

Стратегия является фундаментом и одновременно инструментом управления и развития туристской дестинации. Разрабатываемые государством долгосрочные стратегии определяют приоритетные направления развития туризма и представляют собой систему идей и мер государственного управления, нацеленных на создание условий для туристской деятельности, укрепления конкурентоспособности туристских дестинаций. Стратегия служит основой для разработки мероприятий комплексных программ развития туризма на среднесрочную перспективу, долгосрочных целевых программ развития туризма регионального и муниципального уровней, перспективных и краткосрочных прогнозов, бюджетов и законодательных инициатив в сфере туризма.

Не существует и быть не может эталонной стратегии развития для всех туристских дестинаций. Тем не менее прослеживается тенденция к их сближению, во многом определяемая процессами глобализации. Современное стратегическое управление туристскими дестинациями строится на общих принципах целенаправленности, комплексности, системности, эффективности, учета баланса интересов, партнерства, легитимности, этапности и др. Сближаются и формулировки стратегических целей, в которые закладывается повышение конкурентоспособности туристской дестинации и ее устойчивое развитие.

Эффективность стратегии определяется степенью ее соответствия стадии в жизненном цикле туристской дестинации. В этой связи заслуживает внимания опыт разработки стратегии развития туризма странами и регионами, только открывающимися как туристские дестинации (пример Королевства Саудовская Аравия), реализующими потенциал роста (Турция), зрелыми (Великобритания) и проблемными (регион Барселоны) туристскими направлениями.

Королевство Саудовская Аравия, несмотря на серьезные ограничения, налагаемые исламом, в последнее время повернулось лицом к туризму с целью отдыха [Аигина Е.В., 2011] и рассматривает его в контексте диверсификации экономики и улучшения имиджа страны на мировой арене. Его туристская стратегия, вписанная в Национальный план развития, носит несколько декларативный характер, но свидетельствует о знании и готовности следовать современным подходам в области маркетинга туристских дестинаций.

Стратегия активно растущей туристской дестинации Турции являет пример строго последовательного выведения национального турпродукта на мировой рынок и захват новых рынков сбыта благодаря крупным инвестициям в туристскую инфраструктуру и агрессивному маркетингу [Tourism..., 2007].

Маркетинговая стратегия Великобритании «Представляя золотое наследие» (*Delivering a Golden Legacy*) отличается системностью, глубиной и обстоятельностью проработки с точки зрения теории и методологии стратегического менеджмента, широтой использованного методического аппарата (SWOT-анализ,

макроэкономическая модель компании Oxford Economics и др.), постоянной актуализацией, гибкостью и последовательностью движения вперед, реалистичностью и др., то есть всеми характеристиками, которые в конечном счете свидетельствуют о зрелости туристской дестинации. В ней поставлены следующие стратегические цели:

- укрепление имиджа страны на мировой арене,
- увеличение продаж турпродуктов через ведущие отправляющие туроператорские и турагентские компании на ключевых рынках,
- расширение предложения турпродуктов,
- улучшение доступности Великобритании, как визовой, так и транспортной посредством развития маршрутной сети авиасообщения, прежде всего с развивающимися странами [Delivering..., p. 8].

Наконец, перезревшая, «сверхтуристская» дестинация, как регион Барселоны, требует всесторонне обоснованной стратегии управления с целью поддержания ее конкурентоспособности. Один из главных вызовов, брошенных городскому менеджменту, состоит в наличии острых территориальных контрастов и дисбалансов вследствие чрезмерного сосредоточения туристского спроса, и предложения всего лишь в нескольких районах Барселоны. Перераспределение туристских потоков, а, следовательно, выгод от туристской деятельности в пользу нецентральных районов было включено в число важных направлений деятельности муниципалитета.

Туристская стратегия Барселоны основана на глубоком осмыслении диалектики городского и туристского развития. Принцип межведомственного взаимодействия и координации наилучшим образом согласуется с концепцией туризма, включенного в городскую систему, и отвечает современным представлениям о комплексном характере туристской деятельности. Основанная на нем интеграционная модель менеджмента туристской дестинации являлась новаторской в международном масштабе [City..., 2010].

Подробно о стратегическом управлении туристскими дестинациями в мире в новом учебнике А.Ю. Александровой, Е.В. Аигиной «Стратегии развития туризма в странах и регионах мира» (М.: КноРус).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Аугина Е.В.* Саудовская Аравия: рождение новой туристской дестинации // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования – Труды VI Международной научно-практической конференции. Балтийская академия туризма и предпринимательства. СПб., 2011.

2. City of Barcelona Strategic Tourism Plan Diagnosis and strategic proposal // Ajuntament de Barcelona and Barcelona Turisme, 2010. URL: www.turismebcn2015.cat.

3. Delivering a Golden Legacy. A growth strategy for inbound tourism to Britain from 2012 to 2020. URL: https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/Britain_Growth_%20Strategy%20_inbound_Golden_Legacy_2012_to_2020.pdf.

4. Tourism Strategy of Turkey – 2023 / Ministry of Culture & Tourism. Ankara, 2007. URL: http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/43537,turkeytourismstrategy2023pdf.pdf?0&_tag1=796689BB12A540BE0672E65E48D10C07D6DAE291.

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ В ОЦЕНКЕ ПРОБЛЕМ ОВЕРТУРИЗМА ДЛЯ ПРИНИМАЮЩИХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ)

Сочинский государственный университет

Аннотация: статья посвящена некоторым оценкам овертуризма, приведена приблизительная классификация подходов к характеристике этого явления, рассмотрены условия возникновения овертуризма в сочинской туристской дестинации.

Ключевые слова: овертуризм, риск, оценка, подход, дестинация, показатель.

Summary: the article is devoted to some assessments of overtourism. An approximate classification of approaches to the characterization of this phenomenon is given. The conditions for the occurrence of overtourism in the Sochi tourist destination are considered.

Key words: overtourism, risk, assessment, approach, destination, indicator.

Глобализация, с которой связывают переход экономики в последней трети XX в. на новый уровень развития, охватила практически все сферы современной жизни, в том числе – туризма, который становится одной из форм превращения мира в единое целое. Открытость – один из факторов бурного роста мирового туризма за последние десятилетия. Число путешественников на планете ежегодно увеличивается, прогнозируемый к 2020 г. показатель количества туристских прибытий в 1,4 млрд чел. – был достигнут уже в 2018 г.

Небывалые темпы роста туризма в мире стали принимать угрожающие масштабы. Проблемы, порождаемые этим процессом, получившие название овертуризма, в последние годы становятся предметом изучения и обмена мнениями экспертов и представителей профессионального туристского сообщества (Саммит министров туризма ЮНВТО, 2017 г., Лондон; ITB – выставка-ярмарка в г. Берлин, 2018–2019 гг.), активно обсуждаются в СМИ и в научных публикациях.

Цель настоящей статьи – изучить оценку феномена овертуризма в работах экспертов и проанализировать его риски для сочинской туристской дестинации.

Всемирная организация туризма (2018 г.) считает овертуризм таким воздействием туризма на дестинацию или ее части, которое чрезмерно влияет на качество жизни населения и/или качество восприятия ее посетителями. Однако из-за сложности и многогранности указанного феномена сформулировать одно всеобъемлющее определение, по-видимому, невозможно. Поэтому, для наиболее полного понимания этого явления необходимо рассмотреть, как характеризуют его эксперты, руководствуясь различными подходами. Разграничение последних достаточно условное.

На наш взгляд, приоритетным в оценке овертуризма может быть региональный подход, аккумулирующий остальные. Он основан на описании обстановки, которая складывается в ряде дестинаций из-за чрезмерного наплыва туристов, например, в Барселоне, Исландии, Венеции, парке Гуэля и т.д. Ситуацию в дестинации, когда посетителей слишком много, Г. Гудвин считает овертуризмом. Значительное ухудшение своих впечатлений чувствуют сами туристы. Местные жители также понимают, что снижение качества их жизни происходит из-за чрезмерного наплыва посетителей. В работе «From overtourism to sustainability» М. Веннер делает акцент на разрушительном потенциале, который заложен в ежегодном росте турпотока, и его последствиях для дестинаций – это значительный вред природному или культурному наследию, спекуляции с недвижимостью, удорожание жизни местного населения [Чигарев А.М., 2019].

Социальным подходом в оценке овертуризма можно назвать точку зрения А. Постма, который отмечает его отрицательное воздействие именно на население дестинаций и обращает внимание на конфликтные столкновения жителей с туристами. В исследованиях К. Коенс и других авторов также подчеркивается негативное влияние чрезмерного туризма на принимающие сообщества и природную среду. О распространении туризма на городские кварталы и трансформации жизни населения говорит и С. Милано. D. Perkumiene указывает на то, что права населения менее защищены, чем права приезжих.

Количественный подход – это использование таких параметров в оценке овертуризма, как плотность туристской территории, отношение числа туристов к числу жителей, доля негативных отзывов на TripAdvisor и ряд других показателей, предложенных в трех зарубежных исследованиях:

1. McKinsey & Company & World Travel & Tourism Council «Coping with success. Managing overcrowding in tourism destinations», 2017 г. (далее – «McKinsey»);

2. Peeters, P. et. al. «Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses», 2018 г. (далее – «Peeters»);

3. ÖHV & Roland Berger «Protecting your city from overtourism. European city tourism study 2018» (далее – «ÖHV»).

Сегодня внутренний туризм – самый общедоступный в России. По сравнению с 2014 г. его популярность выросла почти в 3 раза. По данным сервиса «Яндекс. Путешествия» количество запросов об отдыхе в стране в июне 2019 г. составило больше половины их общего числа, причем на первом месте в этом списке, обогнав города Москва, Санкт-Петербург и Анапа, находится «курортная» (или «южная», или «спортивная») столица России – г. Сочи.

Учитывая все вышесказанное, а также общемировую тенденцию роста турпотока, предполагаемое с января 2021 г. введение электронных виз для въезда иностранцев в Россию, представляется целесообразным изучить возможность возникновения проблем овертуризма в сочинской туристской дестинации.

Число туристов, прибывающих на отдых в г. Сочи, ежегодно увеличивается: 5,2 млн – в 2016 г., 6,5 млн – в 2019 г. Жизнь горожан в высокий летний сезон становится некомфортной из-за шума почти круглосуточно работающих развлекательных учреждений, переполненного общественного транспорта, вырастающего в разы количества пробок, загрязнения воздуха, в том числе, туристами-автовладельцами (в конце августа 2019 г. перегруженность дороги на выезде из г. Сочи составила 678,5%). Количество мусора, собранного на улицах города, увеличивается в 1,5–2 раза; в периодически возникающих проблемах с его вывозом жители склонны обвинять не только ответственных за это лиц, но и приезжих. Цены в сочинских магазинах сравнимы с московскими (в отличие от зарплат); довольно дорогие рынки.

Растет стоимость курортной недвижимости. Прирост на вторичном рынке жилья за 2019 г. составил 29,65% (все квартиры подорожали на 25,85%), за 5 лет подорожание составило 41,2%; сегодня цена одного м² жилья составляет 120,9 тыс. руб. Спрос на аренду носит сезонный характер – пик приходится на июнь – сентябрь (в мае 2019 г. рост составил 13,2%). За 2019 г. на 28,92% подорожали торговые площади. По стоимости продажи и аренды квартир г. Сочи занимает третье место в России после городов Москва и Санкт-Петербург.

Качество жизни отдельных категорий населения, особенно тех, которые не в состоянии улучшить свои жилищные условия, снижается. Из-за дорогой аренды, проработав недолгое время, закрываются небольшие магазины, кафе, рестораны и т.п., усложняя непростую ситуацию с трудоустройством в городе, особенно с учетом зимнего сокращения персонала в санаториях и отелях. Все перечисленное вызывает недовольство местных жителей. То есть, с позиций регионального и разрушительного подходов можно говорить о том, что для появления проблем овертуризма в сочинской туристской дестинации имеются некоторые объективные предпосылки.

Социальный подход, очевидно, является не менее значимым в оценке проблем, порождаемых ростом турпотока. Сочинцы понимают, что туристы имеют по сравнению с ними определенные преимущества. Например, свободный доступ к морю в некоторых микрорайонах для горожан закрыт пляжами санаториев и отелей, составляющими почти 60% всего сочинского побережья. В январе – апреле 2019 г. авторами было изучено отношение к туристам жителей города. Социологический опрос, проведенный методом случайной выборки среди 2390 сочинцев, показал, что, хотя, они относятся к приезжим, в основном, неплохо – 56% никогда не имели с туристами конфликтов, наличие последних у 44% респондентов указывает на некоторую напряженность в их отношениях с гостями курорта [Ветитнев А.М. и др., 2019]. Это также свидетельствует о возможности возникновения проблем овертуризма в г. Сочи.

Количественный подход стал еще одним способом оценки риска развития овертуризма в сочинской туристской дестинации. Мы считаем, что показатель «плотность туристской территории», не может определять риск овертуризма на курорте, так как туризм здесь развит, в основном, в прибрежных районах и Красной Поляне, составляющих не столь значительную часть территории города (Табл. 1).

Исходя из того, что, по мнению авторов исследования Peeters, риск овертуризма становится высоким, если расстояние дестинаций от аэропортов и круизных портов менее 30 и 15 км соответственно, можно сделать вывод – для г. Сочи он максимален (и аэропорт, и морской порт находятся практически в городе).

В исследовании ÖHV рекомендуется также обращать внимание на количество спортивных соревнований, фестивалей, форумов, концертов, конференций и т.п. Около 100 таких мероприятий, проводимых ежегодно в г.Сочи, свидетельствуют о большой популярности города и тенденции к развитию здесь овертуризма.

Таким образом, учитывая проблемы, создаваемые ростом турпотока, и, основываясь на комплексном использовании всех

перечисленных подходов, можно предположить, что риск овертуризма в сочинской дестинации может быть достаточно реальным.

Табл. 1 – Оценка риска овертуризма в сочинской туристской дестинации (составлена авторами)

Показатель, единица измерения	Показатель риска (рекомендации McKinsey)					Показатель риска (в сочинской туристской дестинации)				Оценка риска
	очень низкий	низкий	средний	высокий	очень высокий	2017	2018	2019	среднее значение	
Рост числа прибытий, %/год	<2,0	2,0-3,9	4,0-6,1	6,2-7,7	>7,7	15,4	7,8	0,5	7,9	Очень высокий
Отношение числа туристов к числу жителей	<1,0	1,0-1,7	1,8-2,7	2,8-5,3	>5,3	14,6	15,2	14,7	14,8	Очень высокий
Доля негативных отзывов на TripAdvisor, %	<1,1	1,1-1,4	1,5-1,9	2,0-2,8	>2,8	2,2 (по состоянию на 01.03.2020 г.)				Высокий
Плотность туристской территории, число туристов/км ²	<75000	75000-200000	200001-475000	475001-930000	>930000	1702	1835	1843	1793,3	Низкий

Овертуризм – это глобальная проблема сегодняшнего дня. Специалисты считают, что в будущем она только усугубится. Поэтому необходим дальнейший анализ этого явления, планирование и активная совместная деятельность власти, бизнеса и общества, которая позволит если не избежать, то существенно ослабить его негативные социальные, экономические и экологические последствия.

Список использованных источников

1. *Ветитнев А.М., Чигарев Д.В.* Отношение жителей к туристам как показатель проблем овертуризма и туризмофобии для туристских дестинаций (на примере города-курорта Сочи) // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2019. Т.13. №4.

2. *Чигарев Д.В.* Туризмофобия и овертуризм – главные тревел-тренды 2018 г. // *Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития: Мат. VII Междунар. науч.-практ. конф.* Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019.

**МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В ТУРИЗМЕ
НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА
«ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО БОСПОРСКОГО ЦАРСТВА»**

Кубанский государственный университет

Аннотация: в данной статье рассматриваются современные аспекты межрегионального развития туризма, сформулированы основные благоприятные социально-экономические изменения на основе межрегионального взаимодействия в туристской сфере.

Ключевые слова: межрегиональная интеграция, внутренний туризм, въездной туризм, природно-географический ресурс, культурно-исторический потенциал, социально-экономическое развитие регионов.

Summary: This article considers modern aspects of interregional tourism development. It formulates the central favorable socioeconomic changes based on interregional interaction in the tourism sector.

Key words: interregional integration, domestic tourism, incoming tourism, natural and geographical resource, cultural and historical potential, socioeconomic development of the regions.

Одной из ключевых тенденцией современного развития экономики является межрегиональная интеграция. Использование межрегионального подхода лежит в русле мировых тенденций межстрановой интеграции для взаимного роста конкурентоспособности объединяющихся стран. Так, в рамках региональной межправительственной организации АСЕАН планируется введение единой туристической визы во все страны Юго-Восточной Азии, продвижение этих стран как единого туристического направления, предложение комбинированных туров, например, маршрута «Таиланд–Лаос» [Головин С...]. Подобные межстрановые турмаршруты – тематический, гастрономический, фестивальны́й – действуют в странах Европы.

На сегодняшний день межрегиональный туризм в России развит недостаточно. Это объясняется тем, что на протяжении последних десятилетий выездные туристские потоки из России превышали по численности внутренние и въездные с более благоприятным соотношением цены и качества зарубежного отдыха относительно отечественного.

Усиление конкуренции международных туристских центров и рост туристских потоков внутри страны подвигает регионы РФ к объединению. При этом каждый регион РФ обладает рядом преимуществ, отличается уникальным климатом, природно-географическими ресурсами, культурно-историческим потенциалом и иными факторами, способными послужить основанием для эффективного развития туристской отрасли не только на региональном, но и на межрегиональном уровне. Поэтому вопрос совершенствования межрегиональной интеграции субъектов РФ в области туристско-рекреационных услуг является актуальным.

С помощью развития межрегиональной интеграции в сфере туризма возможны следующие благоприятные изменения:

1. Создание успешных взаимовыгодных и укрепляющих целостность государства проектов приведет от конкуренции к региональному сотрудничеству;

2. Привлечение инвестиций в сферу туризма будет способствовать значительному улучшению туристской инфраструктуры, увеличению турпотока, улучшению качества жизни населения регионов;

3. Создание в ряде регионов межрегиональных турмаршрутов раскроет их природный и культурно-исторический потенциал, в регионах-участниках будет развиваться детский, экологический, социальный туризм.

Процессы глобализации и региональной интеграции на Азово-Черноморском побережье России проявляются в стремительном развитии не только курортно-туристской сферы, но и транспортных предприятий, обеспечивающих международные перевозки. Деятельность многих региональных интеграционных группировок в области туризма ограничивается мерами по стимулированию трансграничных перемещений путешествующих лиц, а также по привлечению иностранных туристов из других регионов, при этом крайне недостаточное внимание уделяется развитию внутрирегионального туризма [Миненкова В.В., 2016].

Одним из примеров межрегионального сотрудничества является межрегиональный туристский проект «Золотое кольцо Боспорского царства». Проект реализуется с 2018 г. и впервые позиционирует Россию на международной арене и внутри страны как один из уникальных центров античной культуры и цивилизации в мире. Проект создан на основе общей исторической и культурной идентичности современного Юга России (обусловленной античной колонизацией северного Причерноморья) в границах Краснодарского края, Ростовской области, Республики Крым и города Севастополя.

Прототипом туристического маршрута стал фестиваль Античное наследие России, прошедший в 5 городах Краснодарского края летом 2018 г. в рамках перекрестного года туризма «Россия–Греция» [Миненкова В.В. и др., 2019].

В межрегиональный туристский маршрут «Золотое кольцо Боспорского царства» включены 12 современных населённых пунктов, в границах которых в древние времена существовали античные города-полисы: Анапа (Горгиппия), Геленджик (Торик), Новороссийск (Батта), Тамань (Фанагория, Гермонасса), Сочи (Ампсолида), Керчь (Пантикапей), Феодосия (Феодосия), Евпатория (Керкинитида), Симферополь (Неаполь Скифский), Недвиговка (Танаис), Севастополь (Херсонес Таврический). В маршрут входят более 35 площадок для посещения туристами (музеи, археологические раскопы, объекты туристского показа античной тематики, интерактивные площадки, шоу-парки, объекты виноделия). Помимо туристского маршрута, проект «Золотое кольцо Боспорского царства» включает в себя широкий спектр деловых, событийных, культурно-массовых мероприятий (форумы, конференции, фестивали, выставки).

В рамках Проекта созданы подпроекты: первый межрегиональный яхтенный турмаршрут «Паруса Боспора», связывающий Краснодарский край и Республику Крым; туристический маршрут «Винные дороги Боспорского царства», объединяющий более 30 объектов виноделия четырех регионов; экологический проект «Природа древнего Боспора», состоящий из 260 туристских троп и маршрутов в пределах Сочинского национального парка, государственных заповедников «Утриш», «Ялтинский горно-лесной», «Казантирский», «Опукский» [Золотое...].

Официальное закрепление межрегионального сотрудничества состоялось посредством подписания ряда соглашений. В сентябре 2018 г. в г. Москве заключено соглашение о реализации совместного межрегионального туристского проекта «Золотое кольцо Боспорского царства» между главами профильных министерств и ведомств Краснодарского края, Ростовской области, Республики Крым, города федерального значения Севастополь, Краснодарским региональным отделением Русского географического общества. На Российском инвестиционном форуме в г. Сочи в 2019 г. под патронатом Председателя Правительства РФ подписано 6-стороннее межрегиональное соглашение между губернаторами (главами) Краснодарского края, Республики Крым, Ростовской области, города Севастополь, руководителем Федерального агентства по туризму (Ростуризм) и первым вице-президентом Русского географического общества. На заседании Попечительского совета РГО в апреле 2019 г. Президент РФ (Председатель Попечительского совета РГО) отметил

проект «Золотое кольцо Боспорского царства» как один из наиболее важных туристских проектов, способных показать Россию миру во всем ее многообразии [Русское...].

В целом, межрегиональный туристский проект «Золотое кольцо Боспорского царства» направлен на развитие внутреннего и въездного туризма, продвижение историко-культурного, природного наследия и туристско-рекреационного потенциала Юга России. Проект в полной мере отвечает приоритетным задачам Стратегии социально-экономического развития регионов Юга России и государства в целом [О стратегии...]. Несмотря на географические и культурно-исторические особенности, туристско-рекреационный потенциал каждой территории, южные регионы объединяет одна цель – укрепление и объединение имеющихся ресурсов. Подводя итоги реализации проекта за 2019 г., следует отметить его динамичность и растущую популярность среди российских и иностранных туристов, деятелей культуры, истории, археологии, потенциальных инвесторов, туроператоров, СМИ.

В 2019 г. впервые было проведено единое открытие курортного сезона на Юге России в формате туристического фестиваля «Золотое кольцо Боспорского царства». Объекты туристского показа в рамках Проекта «Золотое кольцо Боспорского царства» в 2019 г. посетили 1 750 500 чел., в том числе туристы из Австрии, Словении, Германии, Китая, Японии и других стран [Золотое...].

По опросам туристов, проведенных сервисом бронирования TVIL.RU осенью 2019 г., «Золотое кольцо Боспорского царства» признан самым интересным межрегиональным туристическим маршрутом. Федеральное агентство по туризму включило Проект в 10 приоритетных турмаршрутов, ориентированных на въездной туризм [Федеральное...].

В 2019 г. Проект отмечен Национальной премией в области географии, экологии, сохранения и популяризации природного и историко-культурного наследия России «Хрустальный компас», Премией National Geographic Traveler's Award (за вклад в развитие культурно-познавательного туризма в России и на международном уровне), Гран-при Премией Федерального агентства по туризму Russian Open Event Expo (за проведение туристического фестиваля-открытия курортного сезона на Юге России «Золотое кольцо Боспорского царства»).

В 2019 г. снят документальный фильм «Путешествие по Золотому кольцу Боспорского царства», в 2020 г. готовится к изданию «Путеводитель по Золотому кольцу Боспорского царства».

В 2020 г. проведён онлайн-форум «Античное наследие», приуроченный к 2500-летию образования Боспорского царства, в

котором приняли участие более 1500 участников из России, Греции, Италии, Турции, Болгарии и Гренады [Золотое...]. Как ожидается, дальнейшее развитие проекта «Золотое кольцо Боспорского царства» на территории южных регионов будет способствовать социально-экономическим факторам роста.

С изменением геополитического положения России серьезно меняются пространственные акценты экономического развития. Возникает потребность в трансформации деятельности портовых комплексов, в том числе на Черном и Азовском морях [Миненкова В.В. и др., 2015]. Проект имеет важное значение для социально-экономического развития южных регионов и государства в целом. Это продукт, который можно предложить на международном туристическом рынке. По оценкам экспертов, продвижение Проекта должно увеличить турпоток в ближайшие годы на 5–10 % [Федеральное...].

Список использованных источников

1. Головин С. Туризм объединяет. URL: <https://www.expert.ru/>.
2. Золотое кольцо Боспорского царства. URL: <https://www.russian-bospor.ru/>.
3. Миненкова В.В., Филобок А.А., Воронина В.В. Азово-Черноморское побережье России в структуре нового геополитического пространства в условиях глобализации // Полимасштабные системы «центр-периферия» в контексте глобализации и регионализации: теория и практика общественно-географических исследований. Симферополь, 2015.
4. Миненкова В.В. Влияние процессов региональной интеграции на туристский рынок Азово-Черноморского побережья России // Социально-экономическая география: теория, методология и практика преподавания. Т. 1. М., 2016.
5. Миненкова В.В., Филобок А.А., Потапова А.Е. Перспективы реализации туристского маршрута «Золотое кольцо Боспорского царства» // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2019.
6. О стратегии социально-экономического развития Российской Федерации. URL: <http://www.consultant.ru/>
7. Русское географическое общество. URL: <https://www.rgo.ru/>. О стратегии социально-экономического развития Российской Федерации. URL: <http://www.consultant.ru/>.
8. Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/>.

ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЯ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Кубанский государственный университет

Аннотация: Реализация проектов в туристско-рекреационном комплексе во многом зависит от инвестиционной привлекательности туристических объектов. Для привлечения отечественных и зарубежных инвестиций в туристско-рекреационный комплекс необходим ряд документов, законов, инструкций и постановлений.

Ключевые слова: проекты в туристско-рекреационном комплексе, инвестиционная привлекательность, источники финансирования.

Summary: The implementation of projects in the tourist and recreational complex largely depends on the investment attractiveness of tourist facilities. Attracting domestic and foreign investment in the tourist and recreational complex requires a number of documents, laws, instructions and regulations.

Key words: projects in the tourist and recreational complex, investment attractiveness, sources of financing.

Реализация проектов в туристско-рекреационном комплексе во многом зависит от инвестиционной привлекательности туристских объектов. Сегодня перспективы развития туристской индустрии, чаще всего, сводятся к оценке возможностей строительства новых гостиниц, относящихся к элементу туристской инфраструктуры. Исследование региональных программ развития туризма показывает, что от властей всех уровней - федерального, регионального, муниципального – ожидают предоставления широкого спектра льгот и режима наибольшего благоприятствования. Однако при этом возникает противоречие – с одной стороны, наличие высокорентабельной отрасли рекреации и туризма, а с другой стороны, требование особых льгот и дотаций. При этом следует учитывать, что привлечение

отечественных и зарубежных инвестиций в туристско-рекреационный комплекс требует наличия целого ряда документов, законов, инструкций и регламентов. Реализация туристских проектов в регионах России должна соответствовать Национальному стандарту Российской Федерации «ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» от 07.01.2011г. Для осуществления туристско-рекреационных проектов необходимо не только наличие инвесторов и финансовых источников, но и наличие целого ряда материалов и документов, таких как, Единого туристского кадастра; Генеральной схемы размещения туристских объектов, мощности и стоимостной оценки туристских ресурсов и др. Новые подходы к инвестиционному процессу в туризме базируются на следующих принципах: во-первых, проекты развития должны учитывать как внешнюю, так и внутреннюю территориальную среду развития туризма; во-вторых, проекты развития туризма должны быть взаимосвязаны с целями устойчивого развития регионов как системных образований; в-третьих, проекты развития должны быть нацелены на активизацию внешних связей и поиску как отечественных, так и зарубежных инвестиционных ресурсов; в-четвертых, реализуемые инвестиционные проекты должны быть комплексными и обеспечивать все жизнеобеспечивающие элементы туристской инфраструктуры; в-пятых, инвестиционные проекты в туризме должны давать значительный положительный синергетический и мультипликативный эффект в региональной и национальной экономике.

Проекты развития в туристско-рекреационном комплексе могут иметь различные формы и источники финансирования, например, государственные проекты с бюджетным инвестированием; проекты, осуществляемые гражданами, туристскими ассоциациями, негосударственными предприятиями; иностранное инвестирование в туристский бизнес; совместное инвестирование российских и иностранных граждан; проекты, осуществляемые с помощью инвестиционных компаний и фондов, то есть финансовых посредников. [Горечкая Е.О., 2011]

В настоящее время в России важнейшим инструментом для реализации проектов развития в туризме является подпрограмма «Туризм» государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». Основной задачей Подпрограммы «Туризм» является развитие туристских кластеров на основе предоставления субсидий на реализацию инвестиционных проектов с длительным сроком окупаемости. Кластерный подход является приоритетным в современном развитии туристско-рекреационного комплекса, поскольку позволяет развивать близкие и сопутствующие отрасли туристской инфраструктуры. Данный программно-целевой механизм позволяет оказывать комплексную государственную поддержку туристской индустрии. Кроме того, предусмотрены грантовые поддержки предпринимательских и общественных инициатив, способствующих развитию въездного и внутреннего туризма. Грантовая поддержка позволяет использовать лучший мировой опыт и систему управления в сфере туризма, стимулировать внедрение новых цифровых и информационных технологий, развивать технологии безбарьерного туризма, в том числе для малообеспеченных граждан.

По состоянию на октябрь 2020 года в Российской Федерации лучшими признаны 17 проектов, являющихся победителями Всероссийского конкурса на создание туристско-рекреационных кластеров и развитие экотуризма, проводимого Агентством стратегических инициатив. Наиболее интересными и перспективными признаны проекты по формированию туристско-рекреационных кластеров в Татарстане, Башкортостане, Бурятии, Хакасии, Приморском и Камчатском краях, Самарской, Новгородской, Тульской и Сахалинской областях. Проекты «Территория перспективного развития» планируются к реализации в Карелии, Калмыкии, Свердловской, Кемеровской, Рязанской и Смоленской областях. Все разработанные проекты сопровождаются экономически обоснованными планами и в последствии эти проекты представляются потенциальным инвесторам и экспертам из профильных ведомств и министерств. Лучшие проекты планируются к реализации в течение двух лет.

Таким образом, проекты развития в туристско-рекреационном комплексе сегодня нацелены, прежде всего на комплексное развитие в рамках кластерного подхода. В современных условиях важнейшим направлением развития российской экономики выступает туристско-рекреационная сфера, позволяющая развивать сопутствующие отрасли, инфраструктуру, обеспечивать дополнительный экономический рост, новые рабочие места, решать проблему самозанятости населения в регионах.

Список использованных источников

1. *Горецкая Е.О., Горецкий В.В.* Инвестиционная деятельность в рекреационной сфере Краснодарского края // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2011. № 1.

2. *Максимов Д.В., Беликов М.Ю, Миненкова В.В. и др.* Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край. Монография. Краснодар, 2016.

3. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А. и др.* Инвестиции в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края: оценка эффективности и территориальная дифференциация: монография. М., 2017.

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ
РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ
КОМПЛЕКСОВ ТЕРРИТОРИЙ С ПОМОЩЬЮ
ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ:
АРХИТЕКТУРА ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА**

Южный федеральный университет

Аннотация: Современные условия развития общества и переход экономики регионов к новому технологическому укладу, новым стандартам обеспечения качества жизни и предоставляемых услуг требуют, разработки и внедрения новой сбалансированной модели развития туристско-рекреационных комплексов территорий, а также, пересмотра подхода к управлению развитием туристско-рекреационных комплексов территорий на основе активного формирования и продвижения туристско-рекреационных кластеров как территорий роста и драйверов новаций, что невозможно без предварительного детального анализа прошлого зарубежного и отечественного опыта.

Ключевые слова: Архитектура туристского пространства. Туристско-рекреационные кластеры. Управление туристско-рекреационным комплексом территории. Инновационные технологические решения. Трансформация. Туризм 4.0.

Summary: Modern conditions for the development of society and the transition of the regional economy to a new technological structure, new standards for ensuring the quality of life and the services provided require the development and implementation of a new balanced model for the development of tourist and recreational complexes of territories, as well as a revision of the approach to managing the development of tourist and recreational complexes of territories in the basis of the active formation and promotion of tourist and recreational clusters as areas of growth and drivers of innovations, which is impossible without a preliminary detailed analysis of past foreign and domestic experience.

Key words: The architecture of the tourist space. Tourist and recreational clusters. Management of the tourist and recreational complex of the territory. Innovative technological solutions. Transformation. Tourism 4.0.

Архитектура туристского пространства (tourism space), безусловно, новая категория в рамках понятийного аппарата исследователей, изучающих сферу туризма с разными целями и задачами под разными углами зрения. Актуальность введения этого понятия обусловлено многогранностью понятия «туризм» и необходимостью использования системного подхода, адаптированного под отраслевую специфику этого межотраслевого комплекса, функционирующего в императивах политико-правового, экономического, технологического, информационного и социально-культурного пространств.

Использование понятия «архитектура» и его рассмотрение в качестве искусства проектирования представляется логической формой, позволяющей объединить вопросы исследования развития туризма как с точки зрения пространственно-временных аспектов (на международном, национальном или региональном уровне), так и с позиций материально организованной среды структуры хозяйства, удовлетворяющей туристско-рекреационные (а зачастую и духовную) потребности индивидуумов. Таким образом, происходит целостное представление композиционно-пространственной сущности туризма с учетом функциональных и идеологических свойств и характеристик.

Авторами предпринята попытка рассмотреть ретроспективу и эволюцию представлений об архитектуре туристского пространства и территориальном развитии туристских дестинаций через призму технологий управления (классических, современных и инновационных), используемых в отечественной и зарубежной науке. Несмотря на большое число научных работ по данной тематике, не все аспекты детально проработаны, особенно актуальность данного исследования возрастает с учетом роста потребности в трансформации подходов к управлению развитием перспективных туристско-рекреационных кластеров территорий с помощью инновационных технологических решений, цифровизации и платформизации на пути к достижению устойчивого развития туристско-рекреационного

комплекса страны, что обуславливает теоретическую значимость систематизации существующих исследований и необходимость когнитивной структуризации знаний.

Теоретической основой исследования являются концепции туристско-рекреационного проектирования и технологии управления с учетом временной эволюции, под которыми авторами рассматривается совокупность методов и инструментов пространственного планирования развития туристских дестинаций, включая научные работы о территориальной рекреационной системе (ТРС), о туристской системе, туристско-рекреационных кластерах, о современных моделях пространственной организации туризма (формировании мастер-планов), а также инновационных направлений территориального развития туризма в условиях глобальной цифровой трансформации и перехода на формат Туризм 4.0 («Умный туристский город» («Smart» tourist city).

Методологический подход к исследованию данной проблемы основывается на когнитивной методологии, заключающийся в когнитивной структуризации (познавательной-целевой) предметной области исследования, основанной на графическом и теоретико-множественном описании систем.

Временная эволюция выступает важнейшим аспектом данного исследования, поэтому в результате проведенного анализа научных работ зарубежных и отечественных авторов в ходе дальнейшего исследования будет разработана условная ретроспективная модель развития архитектуры туристского пространства, включающая три этапа, отражающих состояние научных исследований по данной проблеме «вчера», «сегодня» и «завтра». В рамках каждого этапа авторами будут представлены результаты исследования, включающие детальный анализ ключевых теорий, основных положений и подходов, а также когнитивную структуризацию элементов архитектуры туристского пространства с идентификацией детерминант, доминант и резистентных факторов территориальной организации туризма на данном этапе в императивах социально-экономической системы территории.

Представленные результаты исследования могут быть направлены на совершенствование подхода к управлению развитием туристско-рекреационных комплексов территорий в части разработки,

формирования инновационной стратегии развития и комплексного обоснования прогнозного инструментария развития туризма и оптимизации архитектуры туристского пространства в будущем (на этапе «завтра»).

Список использованных источников

1. *Жертовская Е.В., Якименко М.В.* Возможности и перспективы использования технологий smart city для развития туризма территории // *Фундаментальные исследования.* 2018. № 2.

2. *Жертовская Е.В., Якименко М.В.* Разработка когнитивной модели развития туристско-рекреационного комплекса территории, ориентированного на устойчивое и инновационное развитие: кластерный подход // *Туризм: право и экономика.* 2019. № 4.

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

**Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
Таврическая академия (СП)**

Аннотация: В статье рассматриваются особенности подготовки специалистов для туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов в соответствии с профессиональными стандартами.

Ключевые слова: тренировки, занятия, рекреационные услуги.

Summary: The article discusses the features of specialist training for tourism, recreation and sanatorium complexes in accordance with professional standards.

Key words: training, classes, recreational services.

В настоящее время в развитии санаторно-курортного и туристского комплексов отмечаются трансформации, затрагивающие процессы диверсификации туристского и санаторно-курортного продуктов. На данный период на территории действует конгломерат учреждений и организаций, предоставляющих блоки комплектации разнообразных туристских, оздоровительных, рекреационных услуг. Наиболее распространенными из них являются:

1) гостиницы санаторного типа. Специализируются на предоставлении:

- индивидуального размещения. Номера укомплектованы халатом, тапочками и др. средствами;
- полной диагностикой физического состояния;
- предложением курса полноценного лечения в течение 21–24 дней;
- СПА-услуги;
- разработка специальных диет;
- комплекса физических упражнений, с включением рекреационных средств: пешие и велосипедные прогулки, теннис, гольф, ПВД и др.

Инфраструктура включает привлекательные региональные объекты: территории с парками, внешние и внутренние бассейны,

пляжные акватории.

2) отели со СПА-комплексами. Основными преимуществами являются:

- местоположение (бальнеокурортные территории в сочетании с термоминеральными источниками);
- лечебные, оздоровительные, косметические услуги;
- водная терапия;
- высококвалифицированный медицинский персонал;
- интенсивный курс для релаксации, снятия стресса, программы снижения веса;
- фитнес-услуги, виды физических упражнений, в т.ч. аквааэробика, йога, дыхательные упражнения и т.п.

Отели со СПА-комплексами классифицируются в качестве объекта размещения высшей категории, что отражается в ценовой политике комплексов.

3) СПА-курорты. Функционируют как в рекреационной зоне, так и в крупных городах. Программы пребывания предусматривают предложения достаточно интенсивного курса восстановления психолого-эмоционального состояния, дыхательную гимнастику и т.п. Предлагаемые программы полностью учитывают туристские, рекреационные ожидания рекреантов/туристов. Комплексы составляются согласно результатам проведенных ранее опросов, анкетирования, бесед и собеседований. В этой связи программы более динамичные и характеризуются постоянным совершенствованием комплектаций услуг. В этой связи кадровый состав характеризуется довольно высоким уровнем профессионализма, креативностью и т.п. [Барчуков И.С., 2015].

Подготовка специалистов должны учитывать специфику динамичных изменений в данной сфере; получение туристско-рекреационных впечатлений; рост туристских ожиданий; профессиональные стандарты в области физической культуры и спорта, сервиса; оказания услуг населению (торговля, техническое обслуживание и пр.), в т.ч. инструктора-проводника.

Наиболее весомыми являются профессиональные стандарты:

- инструктор-методист (05.005 – организационно-методическая деятельность в области физической культуры и спорта). Вид профессиональной деятельности: организация и проведение занятий по физическому воспитанию, оказание практической и методической помощи по вопросам физической подготовки. Обобщенная трудовая

функция: планирование, организация и проведение занятий по физическому воспитанию, тренировочных занятий по утвержденным программам [Профессиональный стандарт, 2014].

– инструктор-проводник (33.023 – деятельность по подготовке, сопровождению, обслуживанию и обеспечению безопасности туристов при прохождении туристских маршрутов). Вид профессиональной деятельности: подготовка, сопровождение, обслуживание и обеспечение безопасности туристов при организации и прохождении некатегорированных и категорированных туристских маршрутов в природной среде. Обобщенные трудовые функции: сопровождение туристов при занятиях пешеходным туризмом и трекингом, альпинизмом и горным туризмом, лыжами и сноубордом на неподготовленных склонах, водным, велосипедным, конным, спелеотуризмом, туризмом на транспортных средствах (автотуризм, мототуризм, квадروتуризм, снегоходный туризм), при прохождении маршрутов на горных лыжах или сноуборде на подготовленных склонах [Профессиональный стандарт, 2017].

– педагог дополнительного образования детей и взрослых (01.003 – педагогическая деятельность в дополнительном образовании детей и взрослых). Вид профессиональной деятельности: организация деятельности обучающихся по усвоению знаний, формированию умений и компетенций; создание педагогических условий для формирования и развития творческих способностей, удовлетворения потребностей в интеллектуальном, нравственном и физическом совершенствовании, укреплении здоровья, организации свободного времени, профессиональной ориентации; обеспечение достижения обучающимися результатов освоения дополнительных общеобразовательных программ. Обобщенные трудовые функции: преподавание по дополнительным общеобразовательным программам, организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных общеобразовательных программ [Профессиональный стандарт, 2018].

При составлении программ пребывания следует учитывать единые и характерные черты туристско-рекреационной сферы. Пребывание рекреантов можно подразделить на три этапа:

1. Адаптация (начальный период). В этот период применяется щадящий режим и лечебные процедуры в полном объеме не предоставляются. Период совпадает с дообследованием рекреанта и обычно не превышает 2–3 дней.

2. Основной лечебный период. Реализуется лечебный комплекс (18–20 дней).

3. Заключительный период (2–3 дня). Вводится щадящий режим. Рекреанты отдыхают после завершения лечебного цикла.

Располагая информацией об особенностях пребывания рекреантов составляется расписание занятий. Каждое занятие сопровождается составлением плана-графика занятия (тренировки). Подобные программы возможно использовать так же в деятельности гостиниц с оздоровительными услугами. Однако, такие гостиницы должны иметь благоустроенную территорию с парком и цветниками, внутренний и внешний бассейны.

Таким образом, в регионе широко представлены климатические, приморские, переходные типы курортов. Возрастают ожидания туристов/рекреантов на совмещение активного отдыха с эффективным восстановлением и оздоровлением. Подобные учреждения, организации организуются в рекреационных зонах, в крупных мегаполисах, в гостиницах, предназначенных для делового, конгрессного туризма.

Список использованных источников

1. *Барчуков И.С.* Санаторно-курортное дело. Москва, 2015. URL: <http://znanium.com/catalog/product/882550>.

4. Профессиональный стандарт «Инструктор-методист», 2014. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/05.005-instruktor-metodist.html>.

5. Профессиональный стандарт «Инструктор-проводник», 2017. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/33.023instruktorprovodnik.html>.

6. Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», 2018. URL: <https://classinform.ru/profstandarty/01.003-pedagog-dopolnitelnogo-obrazovaniia-detei-i-vzroslykh.html>.

*И.А. Романова, Ю.И. Карпова,
В.В. Анисимова, М.Ф. Ходыкина*

ПРОБЛЕМЫ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА СЕТЕВЫХ РЕСТОРАНОВ Г. КРАСНОДАРА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Кубанский государственный университет

Аннотация: в статье проводится анализ проблем сетевых ресторанов в г. Краснодаре во время карантина и после отмены ограничительных мер, даются прогнозы и рекомендации по преодолению кризисных явлений в отрасли.

Ключевые слова: проблемы рынка общественного питания, сетевые рестораны, пандемия, карантин, фаст-фуд.

Summary: the article analyses the problems of chain restaurants in Krasnodar during quarantine and after the abolition of restrictive measures, gives forecasts and recommendations for overcoming crisis phenomena in the industry.

Key words: problems of the catering market, chain restaurants, pandemic, quarantine, fast food.

Ресторанный бизнес в России развивался очень хорошими темпами до 2014 г. Далее показатели открытия новых точек как сетевых, так и несетевых ресторанов стали снижаться, но выручка продолжала сохраняться на высоком уровне. После кризиса 2018 г. выручка в ресторанах среднего и высокого ценового сегмента упала на 30%, а рынок фаст-фуда, кофеен и баров напротив показал рост до 18% [Как изменится..., 2020]. Такая ситуация сохранялась до начала в России пандемии COVID-19.

В отрасли до пандемии успешно работали более 125 тыс. точек общественного питания, из них 86 тыс. – рестораны, кафе и бары, всего было трудоустроено 1,5 млн чел. Во время карантина выручка ресторанов и кафе упала до 80%. Предполагается, что суммарная выручка на рынке общественного питания к концу 2020 г. сократится на 40%.

Как показала ситуация, наиболее устойчивым в период пандемии оказался именно сетевой сегмент общепита, это ресторанный фаст-фуд

и кофейни. И тот и другой сегменты продавали еду и напитки на вынос и работали с онлайн заказами и доставкой. Однако это не принесло большой прибыли, так как в среднем объем продаж снизился более чем на 50%, однако это помогло держаться на плаву, в то время, когда другие точки питания не работали совсем.

В Краснодарском крае сложившийся в последние 7 лет формат заведений регионального общепита явно имеет два полюса притяжения: «шашлычный» и «клубно-дизайнерский». При этом внутренняя конкуренция в регионе между игроками всегда была достаточно плотной.

Рынок общественного питания в регионе – один из немногих, в котором преобладают местные предприятия, особенно это касается среднего и премиум-сегмента. Федеральные и транснациональные игроки пока имеют свою нишу только в сегменте сетевых ресторанов фаст-фуда. Скромные успехи столичных ресторанных сетей среднего и премиум сегмента, говорят о том, что подобные форматы заведений основаны на достаточно усредненных оценках рынка и потенциального потребителя, не учитывающих менталитет и основные предпочтения местного клиента, на которые опираются региональные точки питания.

Например, Холдинг «Росинтер», который медленно развивает в Краснодарском сеть итальянских ресторанов среднего ценового сегмента «IL Патио». В крае работает всего 10 ресторанов сети 4 из них в г. Краснодаре, по одному в городах Сочи, Анапа, Геленджик Новороссийск и два в Туапсинском районе [ПАО «Росинтер.., 2020]. Половина ресторанов сети «IL Патио» открыты по франшизе, в том числе краснодарские. По данным журнала Forbes за 2018 г., бренд «IL Патио» вошел в группу с объемом инвестиций от 5 до 25 млн руб. и занял 3 место среди самых выгодных франшиз России [Винтер Х., 2020]. Однако основную прибыль «Росинтеру» в регионе приносят рестораны быстрого питания KFC, которые работали и период карантина.

Все краснодарские рестораны сети «IL Патио», расположены в торгово-развлекательных центрах, которые были полностью закрыты с конца марта 2020 г. и если ТРК открыли в начале августа 2020 г., то рестораны не работают до сих пор и не могут осуществлять никакой деятельности. Сотрудников, которые работали менее одного года сократили, остальных отправили в отпуск без содержания. Целевая аудитория ресторанов – в основном (80%) семьи с детьми,

совершающие покупки в ТРК. Постоянных клиентов примерно 70%. К ним относились и сотрудники ТРК, которые приходили на ланч ежедневно. Средняя загрузка залов в будни от 40 до 60%, в выходные до 100%. Сейчас, карантинные меры сохраняются от чего убытки несут не только владельцы ресторанных франшиз, но и владельцы ТРК, которые вынуждены смириться с простым «дорогих» площадей, а также сотрудники и посетители торговых центров, вынужденные «перекусывать на коленке» фаст-фудом.

Совершенно другая картина наблюдается в сети ресторанов KFC, которых в городе 14. Даже те точки, которые находились в ТРК могли продавать еду на вынос, в период строгого карантина, не говоря уже об остальных заведениях.

По предварительному анализу рынка ресторанного бизнеса в России, проведенному агентством RBC, можно сказать, что в ближайшие два года говорить об открытии новых точек питания, тем более ресторанов, не имеет смысла. Поэтому развитие ресторанного бизнеса в стране будет направлено на восстановление прежних позиций [Как изменится..., 2020]. Та же тенденция справедлива и для ресторанного рынка г. Краснодара.

21 апреля 2020 г. Роспотребнадзор выпустил список с требованиями по работе предприятий общественного питания. Рекомендации, состоят из четырех этапов. Рестораторы называют первые два этапа неприемлемыми для отрасли (работа только на доставку или на вынос, могут открыться рестораны, у которых площадь торговых залов не превышает 50 м²) [Рекомендации..., 2020], так как при таких рекомендациях невозможно начать работу фудкортов и ресторанов в торговых центрах.

В период карантина огромного увеличения в заказах на дом ресторанов KFC, не было, так как многие люди остались без работы, и заказывать еду стало дорого. На первом этапе открытия спрос на доставку от выручки ресторанов составил всего 10–15%.

Но самый большой вопрос встал именно на втором, переходном этапе. Средний зал ресторанов «IL Патио» более 100 м². Значит, краснодарские рестораны сети смогут открыться только на третьем или четвертом этапах выхода из карантина, а это уже катастрофично, ведь все это время у ресторанов есть ежемесячные обязательства по выплатам налогов и аренды. Руководство ТРК в период карантина не снизило ресторанам «IL Патио» сумму арендных платежей, сделав

послабления только с момента открытия торговых центров, поэтому у владельцев уже накопились долги, которые продолжают расти.

Если говорить о той части рекомендаций Роспотребнадзора, которая касается непосредственно безопасного взаимодействия гостя и персонала ресторана, то они только увеличат стоимость блюд в ресторанах, так как выполнение предписанных Роспотребнадзором санитарных требований [Рекомендации..., 2020] ляжет на гостя. Конечно есть вариант перерасчета себестоимости блюд в сторону удешевления, но не факт, что это понравится гостям.

По вопросу открытия ресторанов сети «IL Патио» после снятия ограничительных мер, можно сделать следующие прогнозы:

1. Если торговым центрам г. Краснодара разрешать открыть точки питания к декабрю, выручка ресторанов к новому году составит примерно 20% от среднемесячной докризисной в 2019 г., а к марту 2021 г. достигнет 50%. Но это все при условии, что рестораны вообще смогут открыться после столь длительного перерыва.

2. Ставки аренды площадей в ТРК на какое-то время после открытия ресторанов будут уменьшены или по крайней мере останутся на прежнем уровне. Но даже если арендодатель освободит ресторатора на время от арендной платы, это не гарантирует того, что ресторан откроется, поэтому владельцы ТРК должны понимать, что снижение ставок аренды, даже на длительный период, необходимая мера, если арендодатель хочет вернуться к прежнему уровню собственных доходов хотя бы через год.

3. Около 20% ресторанов сети «IL Патио» в регионах могут не открыться после кризиса, или закрыться через 2–3 месяца после снятия ограничительных мер [Винтер Х., 2020]. Для краснодарских ресторанов сети этот прогноз также актуален, поскольку никто не создавал подушку безопасности для использования в кризис, уже понятно, что далеко не все магазины в торговых центрах откроются после карантина, соответственно количество сотрудников сократится, как и выручка точек питания, кроме того у людей не нет денег, чтобы массово посещать торговые центры, и тем более обедать в ресторане.

4. Чтобы не потерять гостя, мы рекомендуем владельцам краснодарских ресторанов сети «IL Патио» применить следующие меры:

- ввести скидки на заказ еды на вынос;

- ввести промокации на самые востребованные позиции меню (в сети это – пицца);
- пересмотреть меню в сторону сокращения позиций (особенно дорогих);
- убрать из блюд по возможности дорогие ингредиенты или заменить их на более дешевые аналоги;
- организовать доставку готовой еды и полуфабрикатов совместно с сервисами «Деливери клуб и Яндекс еда», так как после отмены карантина часть населения, которые стали пользоваться данной услугой, будут продолжать пользоваться услугой доставки;
- руководству ресторанов стоит подумать о накоплении депозита на случай чрезвычайных ситуаций, чего ранее делать не приходилось. Возможно следует оформить страховку от непредвиденного закрытия ресторана.

5. В некоторой степени будут пересмотрены договора с сотрудниками, так как владельцам бизнеса сферы общественного питания было невыгодно содержать персонал на время закрытия заведений, и штат пришлось сокращать. Теперь в таких случаях работодатели хотят обезопасить себя и пропишут соответствующие пункты в договорах.

Очевидно, что сетевой ресторанный бизнес России после окончания пандемии коронавируса уже не будет прежним, рестораторам понадобится минимум 2 года, чтобы восстановиться и вернуться к нормальному функционированию и выручке.

Список использованных источников

1. *Винтер Х.* Половина ресторанов не откроется после карантина»: почему рекомендации Роспотребнадзора не помогут рынку выйти из кризиса. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/399371-polovina-restoranov-ne-otkroetsya-posle-karantina>, 2020.

2. Как изменится мир общественного питания. URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/agro24-kompanii-nachinayut-vykhodit-iz-rezhima-karantina-kak-izmenitsya-mir-obshchestvennogo-pitaniya>, 2020.

3. ПАО «Росинтер Ресторантс Холдинг». URL: <http://www.rosinter.ru/company>, 2020.

4. Рекомендации Роспотребнадзора по открытию ресторанов в 2020 г. URL: <https://www.interfax-russia.ru/main>.

ВЛИЯНИЕ КАРАНТИННЫХ МЕР В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТСКИЙ СПРОС РОССИЯН

Кубанский государственный университет

Аннотация: в период карантина 2020 г. в России было проведено онлайн анкетирование россиян на тему: «Туризм в условиях карантина». Целью анкетирования было выяснение общественного мнения о доходах в условиях пандемии и о планировании туристских поездок после отмены карантинных мер.

Ключевые слова: карантин, внутренний туризм, пандемия, география туристских путешествий.

Summary: during the quarantine of 2020, an online questionnaire of Russians was conducted in Russia on the topic: «Tourism in quarantine». The purpose of the questionnaire was to find out public opinion about income in the pandemic and about planning tourist trips after the abolition of quarantine measures.

Key words: quarantine, domestic tourism, pandemic, geography of tourist travel.

Введение карантина весной 2020 г. в мире и в России сильно ударило по сфере туризма: практически полностью прекратился туристский обмен между странами, пострадали и предприятия туристической индустрии, и туристы, которые не смогли вернуться в свои страны, или не смогли воспользоваться оплаченными турпакетами.

В связи со сложившейся из-за COVID-19 обстановкой в период карантина авторами было проведено онлайн анкетирование россиян (период проведения май – июнь 2020 г.) на тему: «Туризм в условиях карантина». Целью анкетирования было выяснение общественного мнения о доходах в условиях пандемии и о планировании туристских поездок после отмены карантинных мер. Анкетирование было анонимным, респонденты отвечали на 10 вопросов, касающихся демографических характеристик личности респондента, географии его путешествий, а также влияния карантина на туристские перемещения россиян.

В анкетировании приняли участие 584 респондента из 48 городов и регионов России. Обработка результатов анкетирования выглядит следующим образом.

Возраст респондентов варьировался от 18 до 58 лет. Основную часть респондентов составили люди в возрасте 30–39 лет (39,3%), далее идет возрастная категория 20–29 лет (27,4%). Респонденты в возрасте до 20 лет составили 21,5%, меньше всего оказалось респондентов в возрасте 40–49 лет и старше (11,8%). Такая градация вполне объяснима, чем старше человек, тем меньше он доверяет онлайн опросам и участвует в них.

В опросе принимали участие 68% женщин и 32% мужчин. Из них 63,1% респондентов состоят в зарегистрированном браке, 36,9% соответственно не состоят (включая тех, кто в разводе).

Большинство опрошенных проживает в г. Краснодаре, Краснодарском крае и Республике Адыгея (32,6%), в меньшей степени жители Ростовской области (13,7%), г. Москвы (9,8%) и г. Санкт-Петербурга (7,8%). Более 1% респондентов указали следующие города постоянного проживания: Ставрополь, Пятигорск, Астрахань, Воронеж, Самара, Саратов, Абакан и Южно-Сахалинск. Обширную географию респондентов объясняет онлайн форма проведения опроса.

Респонденты с высшим образованием составили 44%, с неоконченным высшим образованием – 26%, среднее специальное образование указали 22% опрошиваемых, среднее образование – 8%.

По социальному положению среди опрошенных преобладают сотрудники частных компаний (36%), служащие государственных учреждений (24%) и студенты (15%); по 4% приходится на руководителей предприятий; сотрудников туристских предприятий; военнослужащих и сотрудников МВД; безработных и домохозяек. На другие должности приходится оставшиеся 9%. Что полной мере соотносится с показателями образования и возраста опрошенных.

Важно было определить, с какой частотой респонденты путешествовали до введения карантина. Результаты оказались ожидаемыми: 45,1% опрошенных путешествовали один раз в год; 2–3 раза в год путешествовали 13,7%, менее одного раза в год – 25,5%; по мере возможности 15,7%. Соответственно 40% ответивших на вопросы и до введения карантина не могли позволить себе регулярные туристские поездки даже по России, что подтверждается данными Росстата о низком уровне подвижности населения страны. 60,4% опрошенных предпочитали отдыхать в России, соответственно 39,6%

– за границей. Подавляющее большинство респондентов, которые указали, что предпочитают отдыхать в России, до карантина выбрали отдых в Краснодарском крае – 53%, в Ставропольском крае – 15%, в Республике Крым – 12% и Ленинградской области 4%. Остальные 12% опрошенных указали в качестве места отдыха регион постоянного проживания или соседний регион. Из 39,6% выбирающих отдых за границей 48% указали Турцию, Грецию, Испанию, Таиланд и Вьетнам, как наиболее предпочтительные туристские дестинации для пляжно-купального отдыха, 29% указали Францию, Италию, Германию, Швейцарию и Австрию как страны для экскурсионных туров и горнолыжного туризма. 18% респондентов указали в качестве туристских дестинаций страны СНГ, и ближнего зарубежья, оставшиеся 5% указали другие страны.

С введением карантина многие предприятия приостановили свою деятельность, часть перешла на удаленную работу, часть прекратила деятельность на неопределенный срок. О трудовой деятельности респондентов во время карантина были получены следующие данные: очно работали на предприятии во время карантина 24% опрошенных, удаленно работали 43%, не работали (деятельность предприятия приостановлена) – 33% опрошенных.

В подтверждении ответов на предыдущий вопрос, по результатам анкетирования у большинства населения РФ изменились доходы сторону уменьшения. У большинства респондентов 47,1% доходы снизились, у 31,1% доходы полностью пропали, у 17,6% доходы не изменились, и только у 4,2% респондентов доходы во время карантина выросли (аптеки, служба доставки). То есть только 20% опрошенных могли позволить себе планирование туристских поездок, в отличие от 60%, в докарантинный период.

Как показал опрос у 18,9% респондентов были приобретены туры за рубеж до введения карантина. Из них 30% опрошенных перенесли поездку на вторую половину 2020 г. без увеличения цены, 25% вернули деньги за путевку в полном объеме (до введения Постановления Правительства РФ от 20.07.2020 г. №1073), 20% вернули деньги только за проживание и экскурсионные услуги (без перелета), 15% респондентов оставили деньги на депозите туроператора, 10% деньги не вернули.

На вопрос от том, были ли приобретены туры по России на весну или лето 2020 г. только 5,7% опрошенных ответили утвердительно, остальные 94,3% не приобретали туры по России. Все, кто перенес

сроки тура по России на более поздний период ответили, что поездку перенесли без увеличения цены.

Исходя из предыдущего вопроса был проведен анализ планов респондентов на путешествия после окончания карантина. Большинство опрошенных не планировали летний или осенний отдых в связи с отсутствием денежных средств (62,9%), часть – планировали поехать в экскурсионный тур по России (13,6%), другая часть – планировала поехать в экскурсионный тур за рубеж (7,8%), и только 5,8% опрошенных планировали отдых на зарубежном морском курорте, оставшиеся 9,9% респондентов не планировали выезжать, так как опасаются коронавируса. В целом около 30% опрошенных планировали летний отдых, не смотря на карантин и снижение доходов. Из них 42% планировали отдых с выездом за пределы региона проживания. Стоит также обратить внимание на двукратное увеличение количества респондентов (от количества уже купивших туры по РФ) готовых отправиться в путешествие по стране после отмены карантина (13,6% против 5,7%).

В России после отмены карантина респонденты предпочли бы отдых в следующих городах и регионах:

- г. Сочи – 41%;
- Республика Крым – 14%;
- регионы Сибири и Дальнего Востока РФ – 13%;
- г. Геленджик – 9%;
- г. Кисловодск – 9%;
- г. Анапа – 7%;
- г. Санкт-Петербург – 4%;
- г. Москва – 3%.

Следует отметить явное изменение географии туристских путешествий по России в сторону увеличения интереса к регионам Сибири и дальнего Востока, в отличие от докарантинного периода.

По результатам данного анкетирования можно сделать вывод, о том, что несмотря на снижение доходов респондентов в период карантина, и очевидного снижения туристского потока россиян за границу, произошло двукратное увеличения внутреннего туристского потока, что уже подтвердилось, судя по статданными Ростуризма за последние 3 месяца. Также анкета «Туризм в условиях карантина» помогла выявить предпочтительные места отдыха респондентов, а также их планы в путешествиях на ближайший год.

МОДЕРНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

ООО «Центр «Логос»

Аннотация: Одним из направлений диверсификации российского турпродукта стало развитие сельского (аграрного) туризма. Развитие и модернизация сельского туризма наряду с этнографическим, гастрономическим и экологическим туризмом является приоритетной задачей.

Ключевые слова: туризм, модернизация, диверсификация, стратегическое развитие туризма, сельский (аграрный) туризм, конкурентоспособность турпродукта.

Summary: Development and modernization of rural tourism along with ethnographic, gastronomic and ecological tourism is a priority.

Key words: Tourism, modernization, diversification, strategic development of tourism, rural (agricultural) tourism, competitiveness of tourism products.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) объявила 2020 г. Годом сельского и экологического туризма. По популярности этот вид путешествий уступает только традиционному пляжному отдыху. Причём такая тенденция наметилась ещё до начала пандемии COVID-19. Люди хотят быть ближе к природе, дышать чистым воздухом и питаться натуральными и экологически чистыми продуктами. До 2020 г. туризм в мире развивался высокими темпами. И ожидалось, что количество туристских прибытий и вклад туризма в национальные экономики будет продолжать расти. Однако пандемия внесла свои коррективы в составленные прогнозы.

Из доклада ЮНВТО (июнь 2020 г.) следует, что международные прибытия в первой половине года снизились на 97%, что отражает ситуацию с ограничениями на поездки по всему миру на фоне мер по сдерживанию распространения пандемии. В период с января по июнь 2020 наибольшее падение числа бронирований авиабилетов по регионам понесли Азиатско-Тихоокеанский регион (–105%), Америка (–96%), Европа (–94%), Африка и Ближний Восток (–81%).

Летом 2020 г. туризм в мире стал демонстрировать признаки постепенного и осторожного роста. Ожидается, что осенью 2020 г. турпотоки и международные прибытия отразят некоторый прирост.

Анализ российских туристских показателей в период до пандемии продемонстрировал, что вклад туризма в социально-экономическое развитие субъектов Российской Федерации рос быстрыми темпами за счет роста турпотока. Так, за пять лет внутренний турпоток в нашей стране вырос более чем в 2 раза и достиг по итогам 2018 г. 73,7 млн чел. (против 38 млн граждан в 2014 г.). Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения вырос почти в 1,5 раза и составил в 2018 г. почти 250 млрд руб. (против 175 млрд руб. в 2014 г.).

В Краснодарском крае сконцентрирована значительная часть российского номерного фонда средств размещения. Край десятилетиями ассоциировался с пляжным отдыхом и санаторно-курортным лечением. Отсюда и одно из основных ограничений по развитию туризма в регионе и привлечению турпотока – сезонность. В постолимпийский период южный регион стал ассоциироваться не только с теплыми морями, но и горнолыжными трассами и экстремальными развлечениями.

Увеличение турпотока на внутреннем туристском рынке, изменения на мировой туристской арене привели к тому, что туристские администрации субъектов РФ и национальный турбизнес были вынуждены задуматься о создании новых турпродуктов, о диверсификации и модернизации сферы туризма, о полной смене ракурса развития с учетом инновационных и революционных подходов.

Действующие средства размещения и объекты турпоказа в туристских регионах страны стали активно проводить политику модернизации и реконструкции, чтобы выиграть конкурентную борьбу за российского туриста, который являлся и является желанным гостем на мировых курортах. Так субъекты турбизнеса активно повышают категорию объектов туриндустрии, оснащают свои предприятия элементами благоустройства и специального оборудования для возможности обслуживания маломобильных граждан и граждан с ограниченными возможностями здоровья, активно используют современные способы продвижения и реализации туров.

Одним из направлений диверсификации российского турпродукта стало развитие сельского (аграрного) туризма. С начала 2000-х гг. сельский туризм в России развивался практически вне правового поля, в частности относился в нормативных документах к сельскохозяйственной деятельности, отсутствовала единая государственная политика по этому вопросу, отсутствовали профессионально подготовленные кадры, у обывателя не было сформировано представление об этом сегменте туррынка.

В стратегии до 2020 г. сельский туризм упоминался вскользь как природноориентированный вид туризма, наряду с рыболовным, охотничьим и экологическим. Зато в новой стратегии туристского развития в России до 2035 г. в первой же главе появляется ряд новых определений и понятий и в том числе «сельский туризм» (это такой вид туризма, при котором предлагается временное размещение туристов в сельской местности с целью отдыха и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения туристом материальной выгоды) [Распоряжение...].

Так как целевыми показателями развития туризма на период до 2035 года, установленными Правительством РФ, в документе стратегического развития туризма стали: усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма и отдыха, увеличение более чем в 2 раза внутреннего турпотока, а также увеличение более чем в 3 раза экспорта туристских услуг Российской Федерации, то развитие этнографического, гастрономического, сельского и экологического туризма стало приоритетной задачей.

Для реализации таких принципов реализации стратегии как: усиление роли туризма в патриотическом воспитании молодежи, обеспечение межкультурной коммуникации и международного взаимодействия при развитии сферы туризма, кроме того для формирования и развития российского турпродукта с учетом культурного, природного и этнического разнообразия, а также минимизации негативного воздействия на окружающую среду, отлично подходит такой сегмент туристского рынка как сельский (аграрный) туризм.

Ожидается, что до конца 2020 г. Государственная Дума может принять закон, который создаст правовую основу для стремительно развивающейся сферы аграрного туризма. В краевом законе «О туристской деятельности...» понятие «сельский (аграрный) туризм» появилось только в 2014 г. В новой редакции закона ему было дано следующее определение: это вид туризма, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и сельскохозяйственных ресурсов сельских территорий, в целях отдыха, а также с целью ознакомления с сельскохозяйственным производством и участием в сельскохозяйственной деятельности» [Закон...].

И, несмотря на молодой возраст, сельский (аграрный) туризм в регионе начал быстро набирать обороты. За несколько лет в крае создано более 100 объектов агротуризма. Это многопрофильные предприятия: экофермы, пасеки, сыроварни, винодельни, страусиные фермы и этноцентры. Туристам предлагаются винные и чайные туры, охота и рыбалка, конные прогулки.

Значительную координационную и поддерживающую роль в развитии сельского туризма в Краснодарском крае сыграла региональная власть. С 2017 г. Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия края реализуется образовательный проект «Школа Агротуризма», где представители бизнеса изучают успешный опыт по организации функционирования объектов агротуризма. Также в краевом министерстве была утверждена «Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на период 2017–2020 годы», цель которой – создать экономические, правовые и организационные условия для развития этого сегмента туррынка.

В 2017 г. при поддержке властей на Кубани была создана Ассоциация агротуризма. Основной целью которой является развитие и популяризация аграрного туризма в России, а также координация предпринимательской деятельности в этой сфере. Кроме того, Ассоциация занимается формированием реестра предприятий аграрного туризма и разработкой комплексных туров. Следует признать, что в настоящее время активность ассоциации недостаточно высока для интенсификации процесса развития этого вида туризма в регионе.

В 2018 г. Проект развития агротуризма в Краснодарском крае стал победителем в номинации Всероссийского конкурса лучших практик и инициатив социально-экономического развития регионов России [Концепция...]. В течение последних лет региональное министерство по туризму активно поддерживает субъектов агротуризма, предоставляя гранты из краевого бюджета на развитие. И если три года назад речь шла об общей сумме 100 тыс. рублей, то в 2020 г. лучшие объекты аграрного туризма края были удостоены грантов на общую сумму более 1 млн руб. в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

В настоящее время сельский (аграрный) туризм на Кубани не только источник дополнительного дохода для производителей сельхозпродукции, но и самостоятельное направление развития туристской индустрии. Однако в целом, доля сельских туристов в общем объеме турпотока в крае остается сравнительно низкой – около 3%.

При этом очевидно, что развитие агротуризма способно повысить занятость местного населения в экономически малоразвитых районах, увеличить доход местных бюджетов, обеспечить сохранение национальной культуры и обычаев, а также будет стимулировать развитие личных подсобных хозяйств и улучшение инфраструктуры в сельских местностях.

Для развития и модернизации сельского (аграрного) туризма необходимо реализовать следующие меры: совершенствование нормативной базы в сфере сельского туризма; разработка федеральных и региональных программ развития сельского туризма в соответствии с единой концепцией развития сельского (аграрного) туризма на федеральном уровне; обеспечение системной подготовки кадров для сельского туризма, совершенствование образовательных стандартов и образовательных программ, в том числе программ повышения квалификации и стажировок; повышение качества сервиса на объектах агротуризма; создание современной и эффективной системы продвижения турпродукта сельского туризма на внутреннем и международном туристских рынках, в том числе на базе информационных ресурсов и цифровых сервисов; формирование качественного туристского предложения с учетом запросов современного туристского рынка, в том числе создание межрегиональных туров, продажа единых билетов для посещения нескольких объектов; поддержка деятельности мастеров народных художественных промыслов, формирующих привлекательность туристских дестинаций.

В мире растет интерес к культурно-познавательному и природноориентированному туризму, в том числе этнографическому, гастрономическому и аграрному туризму, что делает Российскую Федерацию в целом, и Краснодарский край в частности, перспективными и привлекательными для турпотоков российских и иностранных гостей.

Список использованных источников

1. Волкова Т.А., Миненкова В.В., Максимов Д.В. и др. Сельский (аграрный) туризм: ретроспективный анализ и современное развитие в Краснодарском крае // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. №132.

2. Волкова Т.А., Пономаренко А.А., Беликов М.Ю. и др. Инвестиционный потенциал территории Краснодарского края для развития сельского (аграрного) туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2017. №3(43).

3. Закон Краснодарского края от 25 октября 2005 года № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае» (с изменениями на 11 ноября 2019 года). URL: <http://base.garant.ru/23919202/>

4. Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017-2020 годы. Проект. URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/informatsiya/prioritetnye-napravleniya-turizma/agroturizm/kontseptsiya-razvitiya-agroturizma>.

5. *Миненкова В.В.* Сельский туризм: сущность и направления развития // Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: материалы Всероссийской научнопрактической конференции. Краснодар, 2017..

6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/.

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ

Ю.О. Абдулрахман

ВЛИЯНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СОЗДАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ИРАКСКОГО КУРДИСТАНА

Волгоградский государственный университет

Аннотация: За последние тридцать лет экологический туризм получил широкое распространение во многих странах мира, в частности и в Иракского Курдистана. можно предположить, что экологический туризм может способствовать формированию позитивного образа региона.

Ключевые слова: экотуризм, Иракский Курдистан, туристский образ.

Summary: Over the past thirty years, ecological tourism has become widespread in many countries of the world, in particular in Iraqi Kurdistan. it can be assumed that ecological tourism can contribute to the formation of a positive image of the region.

Key words: ecotourism, Iraqi Kurdistan, tourist image.

За последние тридцать лет экологический туризм получил широкое распространение во многих странах мира, в частности и в Иракского Курдистана. Развитие экологического туризма является одним из наиболее эффективных способов охраны природы, так как оно неразрывно связано с формированием экологической культуры и экологического мышления.

Иракский Курдистан, относительно безопасная и стабильная территория, имеет огромные возможности для развития экологический туризма деятельности. Иракский Курдистан делает свои первые и уверенные шаги в направлении цивилизованного туризма. И

свидетельством тому является принятая правительственная программа по формированию туристского имиджа Курдистана. Разработаны также многочисленные перспективные программы по развитию экологический туризма в районах Иракского Курдистана [Best-trips-Erbil...].

Это место из-за своих привлекательных факторов становится центром туризма. Туристские места отличаются свойствами, по которым в них задерживается турист. Эти причины являются составляющими туристского имиджа:

- географическое положение;
- экологические факторы;
- климатические условия;
- историко-культурное наследие;
- геологические особенности.

Иракский Курдистан находится между 32°42' и 37°22' с.ш., 41°25' и 46°15' в.д. и расположен на севере Ирака. Территория включает в себя четыре основных региона: Дахук, Эрбиль, Сулеймания и Халабджа. Иракский Курдистан граничит на севере с Турцией, на востоке с Ираном и на западе с Сирией. Территория области 40 тыс. км², население около 8,35 млн чел. [Kurdistan...]. Территория включает нижний Загрос и верхнюю Месопотамию. Это предопределяет её большое экологическое, биологическое и ландшафтное разнообразие.

Самая низкая отметка в Иракском Курдистане – равнина Кфрий (Plain Kfri) (140 м), а самая высокая точка – пик Хальгурд (3607 м). Общая длина горной цепи более 2500 км от Иракского Курдистана до южной части Персидского залива в Иране (Ормузский пролив).

Водные ресурсы в Курдистане характеризуются наличием многочисленных рек, ручьев и грунтовых вод. Высокогорные области, окружающие Иракский Курдистан, такие, как горы Таурус в Турции и Загрос на территории Ирана, являются естественными верховьями для главных рек региона, таких как Хабур (Khabur), Большой и Малый Заб (Great and Little Zab), Узайм (Udhaym) и Сирван (Sirwan). Все эти притоки впадают в реку Тигр которая протекает на юге Иракского Курдистана. Кроме того, существуют озера и водохранилища такие,

как Докан (Dokan), Дарбандихан (Derbandikhan) и Дахук (Dohuk) (Рис. 1).

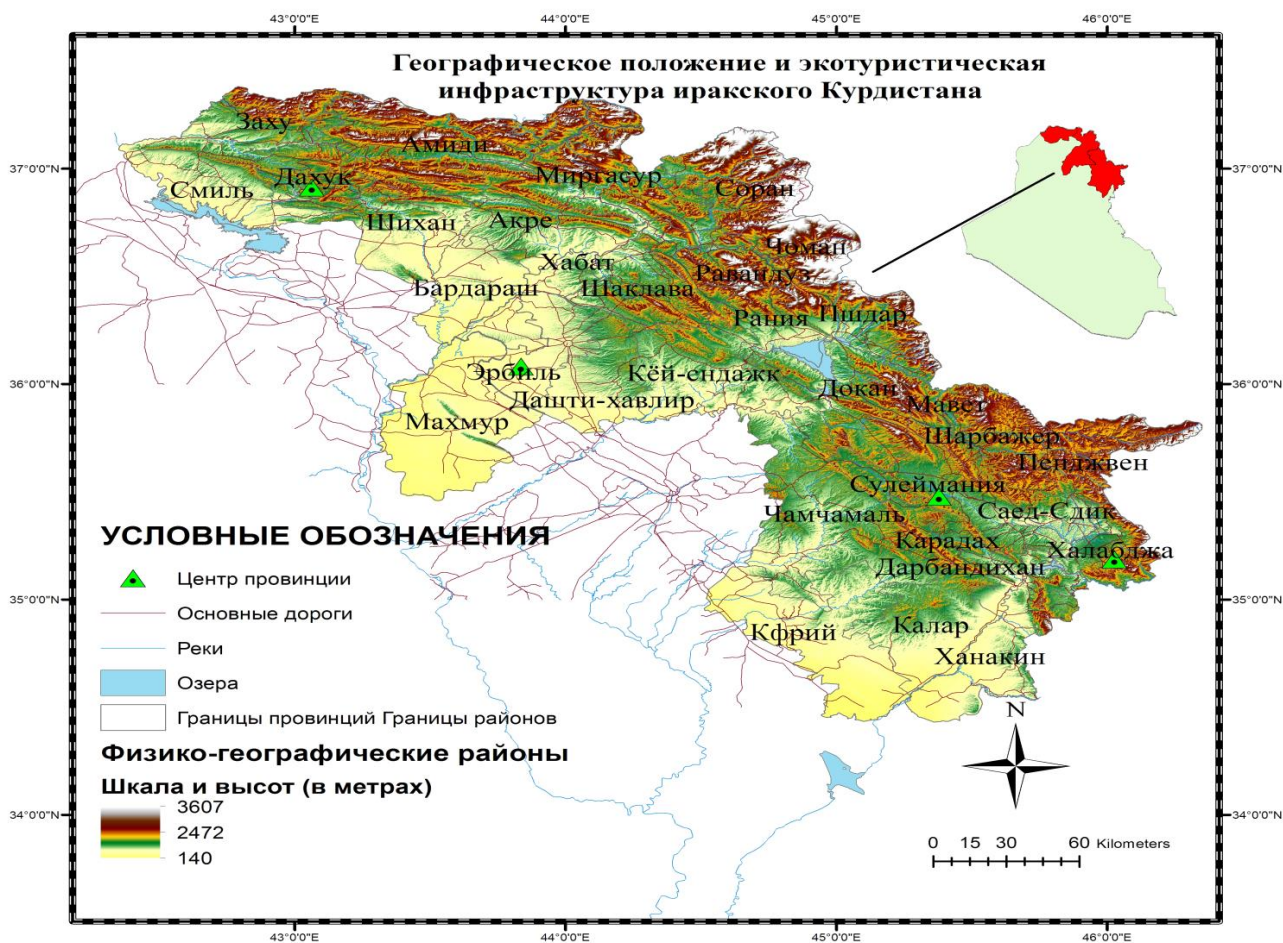


Рис. 1 – Физико-географическая карта региона Иракского Курдистана

Климат Иракского Курдистана намного отличается от остальной части Ирака. Здесь температуры воздуха более низкие, осадков больше [Kurdistan...]. Летом туристы могут посетить район Шаклава, который находится между двух гор, Сафин и Сорк, с уникальными геологическими объектами, такими, как водопады. Инфраструктура размещения является одним из главных компонентов состояния и развития туристской отрасли территории.

В 2019 г. около 3,7 млн чел. посетили Курдистан, что на 30,2% больше по сравнению с 2018 г. Хотя имело место значительное увеличение пассажиропотока в главных аэропортах Курдистана, по-прежнему поток прибывающих в Курдистан формируется в основном за счет автомобильного транспорта [Kurdistan...]. Город Эрбиль является одним из крупнейших транспортных узлов в Иракском Курдистане и связан с Турцией, Ираном и Ближним Востоком.

Количество людей, прибывающих на территории Курдистана приезжают работать или отдыхать, их количество постоянно растет, что в свою очередь способствует росту потенциала туризма Курдистана привлекает наибольшую долю туристов в Курдистане (62%), в 2019 г. Посетители приезжают в регион Эрбиль в основном из центральных и южных городов Ирака. Иранцы на втором месте, турки занимают третье место, а далее посетители из Ливана и стран Персидского залива [Абдулрахман Ю.О...]. Это подтверждает статистика: внутренний туризм составляет 47 %, 32 % туристов из арабских стран, и 21 % туристов из других зарубежных стран [Erbil...].

Кроме того, можно предположить, что экологический туризм может способствовать формированию позитивного образа региона. Места обитания и произрастания ценных, малочисленных, редких видов животных и растений уникальные формы рельефа и связанные с ним природные ландшафты горы, каньоны, группы пещер и геологические обнажения, имеющие особую научную ценность выходы редких минералов, горных пород, полезных ископаемых и термальные и минеральные водные источники, местонахождение лечебных грязей, имеющие историко-мемориальное значение, холмы и дрмогут, использоваться для брендинга регионального экологического наследия Курдистана.

Подготовка кадров с высшим образованием в области сервиса и туризма в регионе Эрбиль ведется государственным университетом Салах-эд-Дин и Институтом Шаклава, в которых с 2007 г. ведётся обучение по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» С 2011 г. открыты бакалавриат и магистратура по специальности Туризм. В 2012–2019 гг. открылись лицеи, в которых число студентов доходит до 40 и обучаются они 5 лет.

В регионе более 500 отелей категории 3–5*. Число этих объектов постоянно растет и планируется на 2018-2019 гг. ввод в действие более 40 тыс. гостиничных номеров [Главное...].

Регион Иракского Курдистана имеет высокую степень обеспеченности природно-рекреационными ресурсами и, следовательно, высокий потенциал для развития туризма в целом и экологического туризма в частности. Также регион характеризуется

высокой встречаемостью историко-культурных объектов, связанных с различными аспектами жизнедеятельности человеческого общества, характерными для Иракского Курдистана в целом и региона Эрбиль в частности.

Список использованных источников

1. Best-trips-Erbil, Iraq. URL: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/best-trips-2014>.
2. Erbil Airport. URL: <https://erbilairport.com/>.
3. Kurdistan Geography & Climate. URL: <http://kurdistantour.net/>.
4. *Абдулрахман Ю.О.* Туристический потенциал Иракского Курдистана. Проект программы. URL: <http://geo.tversu.ru/science/scientific-works/tourism>.
5. Главное управление туризма Курдистана-Ирак. URL: <http://bot.gov.krd/do-business>.

*В.В. Анисимова, Ю.И. Карпова,
Т.А. Волкова, И.А. Романова*

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ КИНОТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кубанский государственный университет

Аннотация: Краснодарский край обладает достаточными возможностями для развития кинотуризма на своей территории, имеются все предпосылки для этого: инвестиционный регион, поддержка специальных видов туризма, рекреационный потенциал для развития изучаемого вида туризма, необходимая инфраструктура и кадровый потенциал. Развивая кинотуризм в регионе можно добиться как культурного, так и экономического положительного эффекта.

Ключевые слова: кинотуризм, кинолокации, киностудии и киноцентры, кинофестивали, Краснодарский край.

Summary: Krasnodar region has sufficient opportunities for the development of cinema tourism on its territory, there are all the prerequisites for this: an investment region, support for special types of tourism, recreational potential for the development of the studied type of tourism, the necessary infrastructure and human resources. Developing cinema tourism in the region can achieve both cultural and economic positive effects.

Key words: cinema tourism, film locations, film studios and film centers, film festivals, Krasnodar region.

Туризм в современном мире находит свое выражение в различных явлениях, связях и отношениях, что определяет необходимость его классификации, т.е. группировки по отдельным однородным признакам, зависящим от определенных практических целей. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на категории, типы и формы и виды – классификация по видам претерпевает постоянные изменения. С изменением потребностей туристов могут появляться новые специальные виды, и в то же время ряд специальных видов туризма могут постепенно становиться обычными и привычными.

Применительно к исследуемому виду туризма – кинотуризму, то часть ученых относят его к культурно-познавательному виду туризма, поскольку он соответствует характеристикам, представленным в определении этого вида туризма. Культурно-познавательный туризм – путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с

историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий [Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.]

Культурное самовыражение народа всегда представляет интерес для туристов; культура – фундаментальная основа процесса развития, сохранения и укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа.

Другая часть исследователей выделяет кинотуризм как самостоятельный специальный вид туризма, и рассматривает его как новое направление отдыха, позволяющее совершить путешествие по местам связанными с известными киногероями, съемок фильмов поскольку он обладает следующими признаками, выделенными А.В. Бабкиным:

- 1) немассовые, достаточно редкие виды туризма;
- 2) трудоемкие по созданию конечного турпродукта;
- 3) капиталоемкие виды туризма;
- 4) туры, сочетающие признаки различных видов туризма;
- 5) новые виды туризма, обусловленные вторичными потребностями человека;

б) виды туризма с использованием нетрадиционных источников финансирования [Бабкин, 2008].

По результатам анализа научной литературы, касающейся определения и описания кинотуризма, ясно, что изучаемый вид туризма на современном этапе развития является специальным, новым и перспективным [Анисимова В.В., 2020].

По мнению авторов, кинотуризм – подвид культурно-познавательного туризма, туристская деятельность, возникающая под влиянием кинопроизводства и киноиндустрии в целом. Термин «кинотуризм» (в англоязычных источниках «set-jetting») впервые был введен журналисткой Гретхен Келли в американскую прессу в журнале «New York Post», где дается следующее определение: «Кинотуризм – это путешествие в места, где снимаются фильмы» [Kelly G., 2008].

Также, в рамках теоретической характеристики, необходимо объяснить основные составляющие кинотуризма, такие как:

- кинофильмы как промоутер конкретных съемочных локаций;
- кинофестивали как неотъемлемая часть киноиндустрии и туризма;

– киностудии – служат объектами для туризма (достопримечательности и минимальная туристская инфраструктура).

Кинематограф в принципе является популяризатором туризма.

На наш взгляд, кинотуризм обладает большим потенциалом развития на территории РФ и в частности Краснодарского края поскольку:

– во-первых, в регионе уже имеются разнообразные кинолокации – их насчитывается более 200 (согласно официальному сайту по развитию кинематографа в Краснодарском крае – «Кинокомиссия Краснодарского края» <https://kinokray.ru>). Уже существующие кинолокации можно рассматривать как потенциальные объекты/места для привлечения заинтересованных туристов, а также их можно включать в туристские киномаршруты, таким образом создавая предпосылки развития кинотуризма в крае. Наиболее популярные кинолокации региона представлены на картосхеме (Рис. 1);

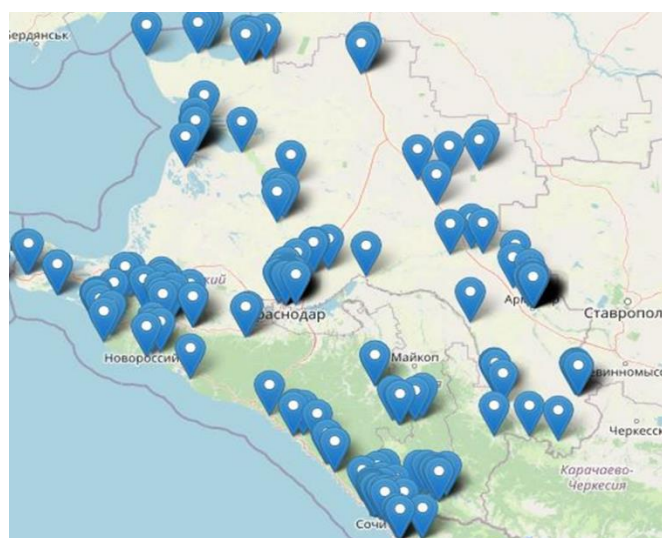


Рис. 1 – Наиболее популярные кинолокации Краснодарского края [Карта кинолокаций..., 2020]

– во-вторых, известно, что на территории края уже снято более 300 кинофильмов и этот факт подтверждает, что развитие кинотуризма имеет все перспективы в регионе, тем более что в последнее время в крае стали активно развивать и поддерживать специальные виды туризма;

– в-третьих, кинофестивали, проводимые в городах Краснодарского края, также популяризируют и развивают изучаемый вид туризма. В крае ежегодно проводятся известные кинофестивали, такие как:

- «Кинотавр» (с 1989 г., г. Сочи);
- «Киношок» (с 1991 г., г. Анапа);
- «Провинциальная Россия» (с 2013 г., г. Ейск);
- «Казачьи зори над Лабой» – кинофестиваль памяти Клары Лучко (с 2011 г., г. Курганинск);

– «Земля отцов – моя Земля» – народный кинофестиваль (с 2005 г., г. Усть-Лабинск);

– «Вечевой колокол» – православный кинофестиваль (с 1999 г., г. Краснодар) [Инфографика кинематографа..., 2020];

Таблица 1 – Перечень киностудий/киноцентров на территории Краснодарского края

№ п.	Название киностудии/ киноцентра	Место расположения	Официальный сайт/ почта
1	ООО «Черноморская киностудия»	г. Геленджик	http://gelfilm.ru/
2	ООО «Кинокомпания «Медведьфильм продакшн»	г. Краснодар, ст. Елизаветинская	https://medvedfilm-production.ru/
3	ООО «Кинокомпания ФА-ДИЕЗ»	г. Краснодар	https://fa-diez.pro/
4	ООО «Новороссийская киностудия «Новоросфильм»	г. Новороссийск	http://novorosfilm.ru/
5	ООО «Краснодарская киностудия имени Николая Минервина»	г. Краснодар	–
6	ООО «Краснодарская киностудия»	г. Краснодар	https://www.kubankino.ru/
7	ООО «Киностудия «Юнона экшн»	г. Краснодар	–
8	ООО «Кинокомпания «Кубань Премьера»	г. Краснодар	info@kubankino.ru
9	ООО «МЕДИА ГРУППА «АЙК» Кинокомпания НАУК	г. Краснодар	info@hayk.media
10	Студия «23 кадра»	г. Краснодар	kalinin.art.videos@gmail.com
11	«BigRedLab»	г. Краснодар	bigredlabteam@gmail.com
12	Ассоциация киностудий, кинокомпаний, продюсерских центров, кино-видео производителей Краснодарского края «Кинокрай»	г. Краснодар	–
13	Автономная некоммерческая организация «Краснодарская киностудия «ЛИСАРТ»	г. Краснодар	https://lisartstudios.ru/
14	ООО «ДисКолор»	г. Краснодар	valera.mel@mail.ru
15	ИП Габорец Р.П.	г. Краснодар	–
16	ООО «Сочи продакшн»	г. Сочи	–
17	ИП Коровайченко Подина Эдуардовна «Media Heads»	г. Краснодар	https://mediaheads.ru/
18	Союз кинематографистов Краснодарского края»	г. Краснодар	timkino@mail.ru
19	ИП Аракелян Станислав Разникович кинокомпания «NAZARFILM STUDIO»	г. Сочи	https://www.nazarfilm.ru/
20	Кинокомпания: Crazy Russians Film	г. Краснодар	https://kinokray.ru/crazyrussians.film
21	ООО Студия военно-исторического кино «Георгиевская лента»	г. Краснодар	https://georgievskayalenta.ru/

– в-четвертых, на территории Краснодарского края функционирует 21 киностудия/киноцентр (Табл. 1), которые

занимаются производством кинофильмов. Для рассматриваемого региона это значительное количество киностудий, которые также можно включить в туристскую инфраструктуру для развития кинотуризма.

Анализ уже имеющихся условий для развития кинотуризма, показывает, что Краснодарский край обладает значительным потенциалом для его развития. Такой вид туризма может стать популярным среди киноманов всей страны, в т.ч. жителей края, необходимо лишь создать условия для его дальнейшего функционирования, координация действий разработчиков и организаторам туров, реклама и государственная поддержка.

Для формирования нового успешного турпродукта в рамках изучаемого вида туризма необходимо опираться на известные киноленты, ставшие настоящими брендами, а также использовать современные технологии, творческие инновации, полагаясь на накопленный опыт, богатую историю и материальную базу. Кинотуризм может стать «поставщиком» новых услуг на туристском рынке и неотъемлемой частью современной туристской индустрии. Немаловажным является тот факт, что развитие рассматриваемого вида туризма окажет не только положительный экономический эффект, но и положительно скажется на повышении культурного восприятия регионов России.

Список использованных источников

1. *Анисимова В.В., Дзатиба С.А.* Кинотуризм: основные понятия и особенности // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. Ялта, 2020.

2. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

3. Инфографика кинематографа Краснодарского края. URL: <https://kuban.aif.ru>.

4. Карта кинолокаций на территории Краснодарского края . URL: <https://kinokray.ru/index.php/ru/lokatsij/>.

5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/98764e60a31ef3aca49041afdb01a4de626e8389/.

6. *Kelly G.* Set Jetting. URL: <http://nypost.com/2008/02/19/set-jetting-2/>.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ СФЕРА РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН

Кубанский государственный университет

Аннотация: Республика Дагестан является развивающимся и весьма перспективным в плане туристско-рекреационной деятельности регионом. В статье приводится обзор основных предпосылок и проблем развития туризма в республике.

Ключевые слова: Туризм, туристско-рекреационный комплекс, Республика Дагестан, Каспийское море, проблемы и перспективы.

Summary: The Republic of Dagestan is a developing and very promising region in terms of tourist and recreational activities. The article provides an overview of the main prerequisites and problems of tourism development in the Republic.

Key words: Tourism, tourist and recreational complex, Republic of Dagestan, Caspian sea, problems and prospects.

Дагестан является субъектом Российской Федерации. Расположен на Северном Кавказе на Каспийском побережье. Горы и предгорья Кавказа занимают юг республики; Прикаспийская низменность располагается на севере [Камалова Т.А., 2019; Мищенко А.А., 2014].

Республика Дагестан – один из регионов России, расположенный на берегу Каспийского моря. Песчаные пляжи протяженностью более 200 км, живописные хребты с пещерами и водопадами, древние города и деревни, местная кухня и традиционное кавказское гостеприимство – вот факторы, лежащие в основе развития курортов и туризма в Дагестане. Негативным фактором, ограничивающий туризм в регионе в течение длительного времени, была нестабильная ситуация с безопасностью, и близость к Чечне сказалась на ней. Основные направления отдыха: климатические курорты, горный туризм, посещение исторических достопримечательностей.

Климат в Дагестане варьируется в зависимости от районов. Основные климатические зоны: равнинная, горная и предгорная. На побережье Каспия умеренный климат, но с небольшим количеством

осадков. Погода осенью в прибрежных районах достаточно умеренная (+25 °С), особенно в сентябре, температура воды +23 °С, в горных районах холоднее (+22 °С). Октябрь и ноябрь уже прохладнее (+17 °С и +11 °С). Осадков мало (1–2 дня в месяц). Летом воздух прогревается до +28–+30 °С, а вода до +26 °С. Каспийское море очень теплое. Климат в Дагестане весной (с марта по апрель) прохладный, с большим количеством осадков (от +9 до +15 °С). Май уже достаточно теплый – средняя температура – +22 °С, много солнечных дней. Зимой в прибрежных и горных районах погода сильно отличается. У берегов Каспия – не ниже +3 °С, в предгорьях и горах – до –30 °С [Кузьминов В.Н., 2019]. Лучшее время для отдыха на берегу моря – июнь, июль, август и начало сентября. В июле и августе достаточно жарко (+30 °С) и стоит в дневное время держаться в тени, чтобы избежать перегрева. Города Дагестана зарекомендовали себя как достаточно комфортные и недорогие курортные зоны для проживания.

Дагестан – это край с уникальными природными ресурсами, богатым культурным наследием – на его относительно небольшой территории сконцентрированы многочисленные древнейшие памятники истории, культуры и архитектуры. В республике расположено более 8,7 тыс. памятников истории и культуры [Кузьминов В.Н., 2019].

Количество гостей в паломнических и религиозных сегментах растет, и горы (туризм) и экстремальный туризм (альпинизм, скалолазание) по-прежнему популярны в Докузпаринском, Гунибском, Хунзахском, Казбековском, Тляратинском, Левашинском и др. районах Республики Дагестан. Среди дагестанцев и гостей республики, популярны комбинированные виды туризма, такие как этнокультурной и экологический, экстремальный туризм и рыбалка становятся все более и более популярным. В перспективе есть возможности для развития таких видов туризма, как образовательный туризм, верховая езда, гостевой туризм, спелеотуризм и гастрономический туризм.

Развитие туризма имеет особое значение для регионов из-за того, что отрасль действует как качественная среда для малого бизнеса. Выделяются проблемные позиции, наличие которых усложняют вопросы развития туризма в регионе. В их числе качество предоставляемых туристских услуг, содержание экскурсионных маршрутов, обеспечением мер безопасности, профессионализмом

гидов и всех специалистов, работающих в туристической отрасли и т.д.

Формирование положительного облика Дагестана как туристического региона благоприятны для развития туризма; развитие внутреннего и въездного туризма, внедрение местного туристического продукта на национальном и международном туристических рынках было определено в качестве приоритетных направлений деятельности Министерства туризма Республики Дагестан. Для развития перспективной курортно-туристической отрасли экономики региона очень важным является сохранение социально-демографической и политической стабильности [Мищенко А.А., 2014; Мищенко А.А., 2012].

С ростом туристического потока и количества организаций, занимающихся туристическими услугами, возникают проблемы качества предоставляемых услуг, острая нехватка компетентных, профессиональных гидов, в том числе со знанием иностранных языков. Острой проблемой, в общем, является нехватка профессионализма персонала, работающего в индустрии туризма [Камалова Т.А., Рабаданалиева М.Р., 2019].

Список использованных источников

1. Камалова Т.А., Рабаданалиева М.Р. Особенности формирования туристической инфраструктуры в республике Дагестан // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. № 4 (102).

2. Кузьминов В.Н. Культурно-исторический потенциал Дагестана как фактор развития туризма // Вестник. Зодчий. 21 век. 4 (73). 2019.

3. Михайлева Н.Ю. Социально-экономические и экологические проблемы горных территорий Северного Кавказа. Владикавказ, 2013.

4. Мищенко А.А., Волкова Т.А. Альтернативные виды природопользования как фактор устойчивого развития горных территорий // Кавказ и Альпы в сравнительном аспекте. 2014.

5. Мищенко А.А., Волкова Т.А., Сороченко В.О., Задорожня В.В. Рекреационное природопользование как фактор устойчивого развития горных территорий // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2012. № 1.

Е.И. Захарченко, Н.Н. Рудомаха, Ю.И. Захарченко

**ИНЖЕНЕРНО-ГЕОФИЗИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
В УСЛОВИЯХ ГОРОДСКОЙ ЗАСТРОЙКИ
(НА ПРИМЕРЕ ТЕРРИТОРИИ СЕВЕРНОЙ ЧАСТИ
Г. КРАСНОДАРА)**

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье анализируются инженерно-геофизические изыскания в градостроительной сфере, проводимые в северной части Краснодара. Долговечность и безопасность строящихся зданий зависит от результатов и качества геолого-геофизических исследований. В результате проведенных инженерно-геофизических исследований по расчетным значениям показателей физических свойств грунтов для каждого из профилей выявлены геофизические слои и просадочные грунты.

Ключевые слова: инженерно-геофизические исследования, корреляционный метод преломленных волн, инженерно-геологические элементы, прочностные и деформационные свойства грунтов.

Summary: The paper analyzes engineering and geophysical surveys in urban development, conducted in the Northern part of Krasnodar. The durability and safety of buildings under construction depends on the results and quality of geological and geophysical research. As a result of the conducted engineering and geophysical research on the calculated values of indicators of physical properties of soils for each of the profiles, the geophysical layers and subsidence soils are identified.

Key words: engineering and geophysical research, correlation method of refracted waves, engineering and geological elements, strength and deformation properties of soils.

В наши дни значительно внимание уделяется инженерно-геологическим изысканиям, которые являются неотъемлемой частью строительной отрасли во всем мире. Именно от результатов геолого-геофизических исследования и качества проведенных работ зависит, в первую очередь, безопасность и долговечность возводимых строений, а как следствие и стоимость строительных работ. Мировая практика

показывает, что данная проблема остро ощущается в условиях городской застройки. Еще не так давно считалось, что часть территории, внутри города, была ограничена пригодными для возведения новых зданий и сооружений, то в наши дни, из-за нехватки площадей, они активно осваиваются и разрабатываются. С развитием научных подходов, техники и методики строительства зданий и сооружений, возникает задача в создании сложных инженерных конструкций. Для этого требуется наличие полной и проверенной информации, что позволит правильно выбрать фундамент и заложить нагрузки для будущего строения, а также подробно спрогнозировать развитие некоторых природных процессов в будущем. Инженерно-геофизические исследования являются обязательным этапом проектирования любого сооружения. Основной задачей инженерно-геофизических изысканий является определение свойств грунтов, расположение границ этих слоев, сейсмическое поведение местности и другие геофизические особенности исследуемого участка территории.

Участок изысканий расположен в северной части г. Краснодара и относится к потенциально подтопляемой. В геологическом строении площадки проектируемого строительства принимают участие породы четвертичной системы, представленные техногенным насыпным слоем (tQ_{IV}), почвенно-растительным слоем (eQ_{IV}) делювиальными суглинками (adQ_{III-IV}), аллювиальными глинами, супесями и песками (aQ_{II-III}). При проведении полевых работ и лабораторных исследований грунтов были выделены 18 инженерно-геологических элементов (ИГЭ), для каждого из них определялись: глубина залегания и мощность выделенного слоя, основные прочностные и деформационные свойства грунтов, коэффициенты фильтрации, а также категория грунтов по сейсмическим свойствам.

На рассматриваемом участке выполнены геофизические исследования корреляционным методом преломленных волн (КМПВ), отработано 2 профиля общей протяженностью 186 м, база приема составляла 94 м [Захарченко Е.И. и др., 2020]. Исследования методом КМПВ проводились для изучения верхней части разреза и расчленения ее по скоростным характеристикам [Руководство..., 1972].

При проведении инженерно-геофизических изысканий применялась телеметрическая сейсморазведочная система «ТЕЛСС-3», также использовались 48-канальная сейсморазведочная коса с

сейсмоприемниками для регистрации сейсмических сигналов. Возбуждение упругих колебаний производилось тампером.

Были определены следующие параметры системы наблюдений: 48 пунктов приема; 17 пунктов возбуждения; шаг между приемниками составлял 2 м; шаг между пунктами возбуждения – 6 м. Также были определены параметры регистрации: длина записи – 1024 мс; частота дискретизации – 1 мс.

Для улучшения соотношения сигнал/помеха применялось накапливание сейсмических импульсов; сейсмоприёмники были полностью заглублены в грунт. Дальнейшая борьба с помехами осуществлялась на этапе программной обработки полученных данных.

Обработка сейсморазведочных данных при проведении корреляционного метода преломленных волн проводилась с использованием программных систем «RadExPro Plus 3.5» и «Годограф». Глубинность сейсмических исследований при проведении изысканий на изучаемом участке составила не более 30 м. В этом интервале глубин анализировались волновые поля отраженных и преломленно-рефрагированных продольных и поперечных волн. В результате проведенных геофизических исследований было проведено расчленение геологического разреза по литологическому составу и определены скорости продольных и поперечных волн.

В таблице 1 приведены показатели свойств грунтов, рассчитанные по геофизическим профилям 1 и 2 в соответствии с СП 11-105-97 (часть 6). В результате обработки и интерпретации полученных геолого-геофизических данных выделено 7 геофизических слоев в 30-метровой толще.

На участке изысканий в северной части г. Краснодара предполагается строительство комплекса многоэтажных жилых домов – II уровня ответственности (ГОСТ 27751-88). На основании выполненных полевых, лабораторных исследований грунтов установлено: категория сложности инженерно-геологических условий площадки – третья (согласно СП 11-105-97 (часть I)). По физико-механическим свойствам на площадке выделено 18 ИГЭ. Подземные воды на период изысканий вскрыты скважинами на глубине 6,6–10,2 м от поверхности земли, установившийся уровень подземных вод 2,6–8,9 м, что соответствует абсолютным отметкам 27,22–29,95 м [Захарченко Е.И. и др., 2020].

Таблица 1 – Средние значения показателей свойств грунтов

№ геофизического слоя	№ ИГЭ	Геологические данные		Геофизические параметры						
		литологический состав	средняя плотность слоя естественной влажности, г/см ³	средняя скорость продольных волн по слою, м/с	средняя скорость поперечных волн по слою, м/с	отношение продольных и поперечных скоростей V_p/V_s	акустическая жесткость грунта, кг/(с ² *м ²)*1000	динамический коэффициент Пуассона, μ	модуль сдвига динамический, МПа	динамический модуль Юнга, МПа
геофизический профиль 1										
1	1, 2, 3, 5	суглинок твердый, просадочный, глина твердой консистенции	1,97	750	210	3,6	414	0,46	87	253
2	6	суглинок полутвердый	2,09	1900	280	6,8	585	0,49	164	488
3	14, 15	суглинок полутвердый, тугопластичный с пятнами ожелезнения	1,97	2100	290	7,2	571	0,49	166	494
4	9, 10, 14	супесь пластичная, песок мелкий водонасыщенный, суглинок полутвердый с пятнами ожелезнения	2,01	1950	340	5,7	656	0,48	232	690
5	15, 16	суглинок тугопластичный, суглинок мягкопластичный	1,96	2200	360	6,1	695	0,49	254	755
6	14	суглинок полутвердый с пятнами ожелезнения	1,96	2300	370	6,2	714	0,49	268	798
геофизический профиль 2										
1	2, 3	суглинок твердый	1,87	750	220	3,4	411	0,45	91	263
2	6, 7, 9	суглинок полутвердый, мягкопластичный, супесь пластичная	2,08	1600	260	6,2	541	0,49	141	418
3	10	песок мелкий, водонасыщенный	2,00	1950	270	7,2	540	0,49	146	435
4	14	суглинок твердый с пятнами ожелезнения	1,96	2000	290	6,9	560	0,49	165	491
5	15, 16, 17	суглинок тугопластичный, Суглинок мягкопластичный, Супесь пластичная	1,96	2100	330	6,4	637	0,49	213	635
6	14, 16	суглинок полутвердый, мягкопластичный, с пятнами ожелезнения	1,95	2300	360	6,4	695	0,49	253	752
7	14	преимущественно гравелистые плотные пески	1,96	2400	370	6,5	714	0,49	268	798

Площадка изысканий относится к потенциально подтопляемой (СП 11-105-97, часть II). Глубина промерзания грунтов составляет 0,40 м. Грунты ИГЭ–7, ИГЭ–10, ИГЭ–16–18 — относятся к третьей категории по сейсмическим свойствам. На площадке изысканий предполагается строительство жилых домов. Рекомендуемый тип фундамента – плитный. При выборе плитного варианта фундамента в качестве грунтов основания проектируемых сооружений могут служить грунты ИГЭ-3 [Захарченко Е.И. и др., 2020].

Инженерные геолого-геофизические исследования района будущей застройки имеют одно из важнейших значений в планировании дальнейшего строительства [Pavlenko O.V., 2003]. Проведенные исследования необходимы для определения надежности участка, выбранного под строительство. Выбор типа фундамента и дальнейшее проектирование строительства обязательно необходимо проводить на основании физико-химических, прочностных и деформационных свойств грунтов и гидрогеологическом режиме территории строительства зданий и сооружений.

Список использованных источников

1. *Захарченко Е.И., Рудомаха Н.Н., Захарченко Ю.И., Курочкин А.Г.* Инженерные геофизические исследования на территории г. Краснодара // Наука. Новое поколение. Успех. Краснодар, 2020.

2. *Павленко О.В.* Характеристики поглощения сейсмических волн в коре и верхней мантии северо-западной части Кавказа // Физика Земли. 2008. № 6.

3. Руководство по проведению инженерных изысканий ускоренными методами. М., 1972.

4. *Pavlenko O.V., Irikura K.* Estimation of nonlinear time-dependent soil behavior in strong ground motion based on vertical array data, Pure Appl. Geophys. 160 (2003).

ПОВЫШЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГИДРОРЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Кубанский государственный университет

Аннотация: показана необходимость повышения туристской привлекательности Краснодарского края посредством использования его гидро рекреационного потенциала. Приведена характеристика некоторых минеральных источников, озер, рек, водохранилищ. Представлен состав, свойства и направления благотворного воздействия на организм минеральных источников, вод и донных отложений соленых озер. Определены возможности восстановления и рекреации на пресных озерах, реках, водохранилищах. Охарактеризованы ограничения и перспективы использования гидро рекреационного потенциала Краснодарского края.

Ключевые слова: гидро рекреационный потенциал, гидрологические объекты, рекреация, экология, Краснодарский край.

Summary: the necessity of increasing the tourist attractiveness of the Krasnodar Territory through the use of its hydro-recreational potential is shown. The characteristic of some mineral springs, lakes, rivers and reservoirs is given. The composition, properties and directions of the beneficial effect on the body of mineral springs, waters and bottom sediments of salt lakes are presented. The possibilities of restoration and recreation on fresh lakes, rivers, and reservoirs are determined. The limitations and prospects of using the hydro-recreational potential of the Krasnodar Territory are characterized.

Key words: hydrorecreational potential, hydrological objects, recreation, ecology, Krasnodar region.

Рекреационный потенциал Краснодарского края определяется совокупностью климатических и природных факторов [Волкова Т.А. и др., 2015]. Одним из важнейших гидрологических ресурсов остается морская акватория, а привлекательной территорией для рекреации Азовско-Черноморская береговая линия. Однако в условиях

присоединения Крыма и доступности морского отдыха в зарубежных странах 42% гостиниц и 34,2% санаториев Краснодарского края зарегистрированы как убыточные (по данным 2017 г.). Следует отметить, что в период 2011–2017 гг. изменялись цели нахождения отдыхающих в здравницах Краснодарского края, так, численность отдыхающих с целью лечения упала с 55% до 42%, в то время как число заинтересованных в рекреации возросло с 39% до 55%. Данная тенденция требует переориентации инфраструктуры, обеспечивающей услуги лечения, к услугам SPA, досуга и спорта, опирающимся, в том числе, и на использование гидрорекреационного потенциала региона [Войнова Я.А., 2019].

Гидрорекреацию можно рассматривать как комплекс мероприятий для улучшения самочувствия и восстановления работоспособности утомлённого, но здорового индивида, в условиях или средствами водной среды. В этой связи для повышения туристкой привлекательности Краснодарского края и повышения востребованности жителями края рекреации на собственной территории, актуальным является исследование рекреационного потенциала совокупности гидрологических ресурсов, в частности минеральных и термальных источников, рек, озер и водохранилищ на рассматриваемой территории.

Традиционным для Краснодарского края является применения минеральных и термальных вод, как с целью лечения, так и с целью оздоровления. Состав и качество минеральных источников на территории края не уступают по оздоровительным свойствам другим российским и зарубежным источникам, послужившим основой для развития туристской инфраструктуры.

Например, в г. Анапа, задействованы 6 месторождений с 12 типами воды различной минерализации, что обеспечило развитие набора бальнеологических здравниц, а также создание зоны терренкура с общедоступными бюветами, где целебные свойства не уступают воде «Ессентуки». Так, минеральная вода Хадыженская является йодобромной и близка по свойствам к источникам курорта Карловы Вары в Чехии. Термальные источники Апшеронского р-на, имеющие кальциево-магниевый состав, используются для наполнения бассейнов с целью общей рекреации и восстановления подвижности суставов, снятия усталости и повышения жизненного тонуса.

Мировую известность имеют сероводородные источники Мацесты, используемые для восстановления после широкого спектра

перенесенных заболеваний и для их профилактики. Курортный г. Геленджик известен водой «Геленджикская 117», которая, благодаря насыщению фтором, помогает выведению тяжелых металлов. Уникальные минеральные воды четырех месторождений курорта Горячий Ключ используются в лечении в виде приема внутрь и в виде ванн, также имеется общедоступный бювет для употребления с целью оздоровления. Широкий спектр источников Ейского района представлен слабо- и сильноминерализованными водами: натриево-хлоридными, борными, сероводородными, йодобромными, а «Лабинская» вода, одноименного района, по минерализации и составу близка к водам курорта Баден-Баден (содержит бор, кремний, йод) и широко используется в восстановительных процедурах.

В Краснодарском крае сосредоточено более трехсот пресных и соленых озер, ряд из которых может использоваться для целей рекреации и оздоровления, а также для общей релаксации посредством рыбной ловли, лодочных прогулок, подводной охоты, плавания, терренкура, водных видов активного отдыха и пр., что способствует снятию нервного напряжения и повышению жизненного тонуса. Так, наиболее крупным является оз. Абрау, пригодное, как и большинство озер, для рекреации посредством созерцательного восприятия ландшафта.

Ряд озер имеет бесценный состав для оздоровления индивидов. Например, оз. Голубицкое богато иловыми отложениями в виде черной грязи, которая сформировалась в результате осаждения и гниения микроорганизмов, водорослей, рачков и др. Пелоиды оз. Голубицкого насыщены йодом, кальцием, сероводородом и прочими элементами и используются отдыхающими для нанесения на тело, вследствие полезности для восстановления опорно-двигательных функций.

Аналогичным сочетанием высокой минерализации вод и полезными донными отложениями отличаются оз. Соленое, Ханское и ряд других. Например, оз. Чембурское отличается иловыми глинами сульфидного типа, не уступающими глинам Мертвого моря. Сочетание гидрореkreации и активного туризма возможно на оз. Кардывач, на территории биосферного заповедника, где восстановление сил возможно не только за счет ландшафтных видов и совокупности природных ресурсов в ходе купания и терренкура, но и с применением экстремальных аттракционов над ущельем р. Мзымта, берущей начало из озера.

Крупнейшей рекой Краснодарского края является р. Кубань с право- и левобережными притоками, с более чем 14 тыс. рек, впадающих в нее. Рекреация на р. Кубань связана с использованием как водной акватории для безопасного купания и водных видов спорта, так пляжей и дюн вдоль береговой линии. В глубокозалегающих горизонтах вблизи р. Кубань присутствуют метановые термальные воды, имеющие целебные свойства [Комаревцева Н.А. и др., 2017]. На участках береговой линии р. Кубань располагаются специально создаваемые рекреационные парки, например, «Солнечный остров» (г. Краснодар), сочетающий гидрологические и растительные ресурсы с развлекательной инфраструктурой.

На территории края располагается ряд водохранилищ (Атакайские – верховое и низовое, Варнавинское, Краснодарское, Крюковское и др.). Живописность водохранилищ способствовала развитию туристской инфраструктуры на прилегающих территориях. Основным направлением рекреации являются пешеходные прогулки и рыбалка, в т.ч. зимняя.

Необходимо учитывать экологические ограничения развития гидрорекреационного потенциала Краснодарского края. Так, в сегодняшних условиях ряд гидрологических ресурсов обладают определенным уровнем загрязненности [О состоянии..., 2019], что негативно сказывается на качестве водных и смежных природных ресурсов. Кроме того, высокая волнообразная нагрузка со стороны местных и внешних туристских потоков также неблагоприятно влияет на экологию гидрологических ресурсов.

Дальнейшее расширение туристических потоков на территории Краснодарского края и одновременное повышение интенсивности использования гидрорекреационного потенциала жителями и гостями края возможно при реализации ряда мероприятий. Так, следует повышать качество и ассортимент услуг на рекреационных территориях с наличием гидрологических ресурсов, развивать новые виды туристско-рекреационных услуг, привлекать компетентных специалистов в сферу обслуживания и продвижения услуг, совершенствовать инфраструктуру и ценовую политику, снижать экологическую нагрузку на гидрологические ресурсы [Волкова Т.А. и др., 2015]. Требуется государственное обеспечение маркетинговых, тарифных, налоговых, транспортных, инфраструктурных решений для повышения привлекательности рекреационных зон Краснодарского края [Войнова Я.А., 2019].

Таким образом, в условиях присоединения Крыма и доступности морского отдыха в зарубежных странах, для повышения туристского потока в Краснодарский край в качестве гидрорекреационного потенциала следует рассматривать не только Азовско-Черноморскую береговую линию, но и территории с наличием таких гидрологических ресурсов, как минеральные и термальные источники, реки, озера и водохранилища.

Список использованных источников

1. *Войнова Я.А.* Текущее состояние курортно-туристского комплекса Краснодарского края и оценка перспектив его развития // Вестник Евразийской науки. URL: <https://esj.today/PDF/73ECVN119.pdf>.

2. *Волкова Т.А., Миненкова В.В., Максимов Д.В.* Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края в современных условиях: тенденции и перспективы развития // Инновационная наука. 2015. №8.

3. *Комаревцева Н.А., Карпенко П.Л., Пунько И.М.* Природные лечебные факторы курортов краснодарского края. // Приоритетные направления исследований в туризме Краснодарского края: первые 20 лет в науке – взгляд в будущее. Краснодар, 2017.

4. О состоянии природопользования и об охране окружающей среды Краснодарского края в 2018 г. Краснодар, 2019.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА ПО УРАЛУ

**Пермский государственный национальный
исследовательский университет**

Аннотация: межрегиональные туристские маршруты активно проектируются в России. Инициативы по формированию маршрутов поступают от различных групп регионов. Урал представляет собой географическое пространство, богатое на возможности проектирования межрегиональных маршрутов, но сделать программу, представляющую комплексно весь макрорегион, сложно. Маршрут целесообразно создать кольцевой, удобный как для общественного, так и для индивидуального транспорта. Путь должен проходить по большинству уральских субъектов РФ, связывать их главные города, аттрактивные природные, историко-культурные и социально-экономические объекты. Маршрут должен быть ориентирован на развитие массовых туристских потоков и формировать новую территориальную организацию туризма на Урале.

Ключевые слова: туризм, межрегиональные маршруты, маршрутное проектирование, Урал.

Summary: interregional tourist routes are actively designed in Russia. Initiatives to form routes come from various groups of regions. The Urals is a geographical space rich in the possibility of designing inter-regional routes, but it is difficult to create a program that comprehensively represents the entire macro-region. The route is advisable to create a ring shape, convenient for both public and individual transport. The path should go through most of the Ural regions, connect their main cities, attractive natural, historical, cultural and socio-economic objects. The route should be focused on the development of mass tourist flows and form a new territorial organization of tourism in the Urals.

Key words: tourism, interregional routes, route design, Ural.

Важность организации межрегиональных туристских маршрутов замечена федеральной властью России. Министерство культуры РФ поддержало эту деятельность и в 2016 г. разработало «Методическое руководство по формированию конкурентоспособных туристских маршрутов» [Методическое руководство..., 2017]. Межрегиональный маршрут определяется как тур, проходящий по территории двух и более субъектов РФ, продвигающий культурно-познавательные, исторические, спортивные объекты регионов, отличительными характеристиками которого являются узнаваемость, круглогодичность, регулярность, завершенность, соответствие стандартам услуг.

Межрегиональные маршруты были и раньше. Существовавшие и существующие популярные межрегиональные маршруты географически логичны по своим идеям [Зырянов А.И., Королев А.Ю., 2009]. Эти пути как бы задаются, предопределяются свойствами территории. Межрегиональность – характерное свойство туристских путешествий, это не новая тенденция. Почему же межрегиональные туристские маршруты сейчас особенно продвигаются на уровне федеральной власти в России? Этому есть много объективных причин. Маркетинговое продвижение небольших регионов эффективнее осуществлять не по отдельности, а по группам регионов, задавая одну общую тему. Удачно спроектированные межрегиональные туристские маршруты могут быть предпосылкой налаживания межрегиональных транспортных связей. Межрегиональный маршрут для смежных субъектов РФ может способствовать развитию их смежных периферий.

Какие действующие и проектируемые межрегиональные маршруты наиболее известны сегодня в России. Ряд из них основываются на **исторических путях**. Это *«Великий шелковый путь»*, *«Великий чайный путь»*, *«По пути Ермака»* *«Золотое кольцо Боспорского царства»* [Миненкова В.В. и др., 2019]. Многие маршруты имеют **тематическую концепцию**. Это проекты *«Русские усадьбы»*, *«Россия – родина космонавтики»*. Многие **речные круизные маршруты на теплоходах** в России являются межрегиональными. Один из таких маршрутов кольцевой – это *«Московская кругосветка»*.

Популярнейшим культурно-историческим маршрутом является *«Золотое кольцо»*. Маршрут связывает города к северо-востоку от Москвы, где архитектурные достопримечательности с XII в. позволяют почувствовать атмосферу княжеств Древней Руси. Этот маршрут является пока еще недостижимым образцом при любых попытках создания массовых межрегиональных маршрутов.

Федеральные округа проводят работу по совместному туристскому проектированию. Предложена идея автомобильного межрегионального маршрута в Центральном федеральном округе *«Дороги души державной»*, охватывающего одним путешествием многие города – региональные центры округа [Федулин А.А. и др. 2015]. Маршрут *«Золотое кольцо Сибири»* планируется как возможность познакомиться за одно путешествие с огромным сибирским макрорегионом [Калюжная Ю.Ю., 2018]. Регионы Дальнего Востока и Забайкалья разрабатывают и продвигают маршрут *«Большое Дальневосточное кольцо»*, Маршрут *«Серебряное ожерелье России»* соединяет все регионы Северо-Западного федерального округа.

Межрегиональные туристские маршруты – это современное востребованное направление. Это реакция туроперейтинга на сложность туристского брендинга регионов – субъектов РФ по отдельности. Это желание организовать массовые и широко известные маршруты с помощью подключения туристских ресурсов целой группы регионов [Зырянов А.И., Зырянова И.С., 2013].

Рассматривая крупные пространства России с позиции возможности организации межрегионального туристского маршрута, особенно выделяется Урал, где есть ресурсные и логистические основания. Попытаемся определить подходы к планированию межрегионального маршрута для знакомства с этим важнейшим макрорегионом России жителей нашей страны и иностранных гостей. Несмотря на природное богатство, ландшафтную красоту и хозяйственную насыщенность, Урал, возможно в силу внутриматерикового и внутригосударственного положения, в туристском отношении слабо востребован на международном и федеральном уровнях. Этому косвенно способствует разделение уральских по сути субъектов РФ разными федеральными округами,

чем значительно затушевывается обобщенная макрорегиональная узнаваемость.

Несмотря на то, что Урал имеет свои общие особенности и хорошо выраженный хозяйственный профиль, макрорегион пространственно разнообразен. Путешествие по отдельным территориям не дадут целостного впечатления о нем. Маршрут, объединяющий сразу несколько регионов Урала, будет более востребованым, нежели путешествия по одному-двум. Урал имеет широкую специализацию в сфере туризма, а не узкий профиль. Макрорегион выделяется одновременно городами и производствами, природными ландшафтами и историческими объектами. Обширная территория Урала, насыщенность туристскими объектами и хорошая транспортная связанность позволяет организовать межрегиональный экскурсионный маршрут, используя комфортабельные транспортные средства и средства размещения в стиле «Урал без трудностей».

К началу путешествия, которое целесообразно начинать от любого из пяти главных городов Урала (Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Оренбург, Уфа), можно добираться авиатранспортом. Выбор транспорта по Большому уральскому маршруту довольно широк. Предпочтительнее автобусные туры или автомобильные путешествия. На многих отрезках маршрута можно использовать авиасообщение и железнодорожные перемещения. Общие представления о форме и структуре маршрута могут быть выражены следующими позициями:

1. Кольцевая форма маршрута наиболее предпочтительна.
2. Маршрут проходит по большинству уральских субъектов РФ.
3. Маршрут представляет разные ландшафты Урала. Преодолеваются большие расстояния, особенно в меридиональном направлении.
4. Маршрут включает главные города уральских регионов, а по возможности и вторые по численности населения города, промышленные узлы и центры.
5. Маршрут соединяет наиболее значимые природные и историко-культурные экскурсионные объекты, этнически самобытные территории.

6. Маршрут планируется так, чтобы он мог начинаться в любом из главных городов уральских регионов, а может и в любом пункте на этом маршруте.

7. Маршрут должен быть обеспечен различными транспортными возможностями и перемещением в обоих направлениях.

8. Маршрут, первоначально линейный, должен постепенно формировать и радиальные ответвления, способствуя туристскому развитию не только мест на основном кольце, но и смежных территорий.

Список использованных источников

1. *Зырянов А.И., Зырянова И.С.* Технология планирования самостоятельного путешествия // Географический вестник, (25)2013.

2. *Зырянов А.И., Королев А.Ю.* Логика туристского путешествия и разработка эталонных маршрутов // Географический вестник, (2)2009.

3. *Калюжная Ю.Ю., Ваганова Е.В., Ковалевский Е.А.* Роль РГО в развитии туризма: создание межрегионального маршрута «Золотое кольцо Сибири» // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий. Томск, 2018.

4. Методическое руководство по формированию конкурентоспособных туристских маршрутов в России, рассчитанных на широкую аудиторию российских и зарубежных потребителей. URL: <https://turizmrn.ru/10-07-06-2017.pdf>.

5. *Миненкова В.В., Филобок А.А., Потапова А.Е.* Перспективы реализации туристского маршрута «Золотое кольцо Боспорского царства» // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития. Краснодар, 2019.

6. *Федулин А.А., Копылов Ю.В., Афанасьев О.Е.* Дороги души державной: проект развития автотранспортной инфраструктуры и придорожного сервиса в Центральном федеральном округе // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. Т.9.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПАРКОВЫХ ЗОН В ГОРОДАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ КАК РЕСУРС СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Аннотация: Наличие зеленых зон в городах России не является обязательным условием их успешного использования. Есть парки и скверы, которые полны народа, а есть зеленые территории, забытые посетителями. Как организовать постоянный приток посетителей в наши парки рассматривается в статье.

Ключевые слова: парк Краснодар, парк Дендрарий, парк-достопримечательность, архитектура, уникальность, проектирование, пространство.

Summary: The presence of green zones in Russian cities is not a prerequisite for their successful use. There are parks and squares that are full of people and there are green areas that are forgotten by visitors. The article deals with the issue of the success of existing parks on the example of two: the Krasnodar Park and Park «Arboretum» (Sochi).

Key words: Krasnodar Park, Park Arboretum, Park-attraction, architecture, uniqueness, design, space.

Краснодарский край – один из немногих регионов России, где обустройство парковых зон очень благодарная, приятная и финансово выгодная работа. Грамотно спланированные и проведенные работы довольно быстро дают отдачу в виде появления привлекательных объектов, которые подогревают интерес к парку и привлекает поток посетителей, которые прямо или косвенно начинают вкладывать свои денежные средства в дальнейшее развитие объекта.

Наверное, не для кого не станет открытием, что при упоминании пары словосочетаний «парк-достопримечательность» и «Краснодарский край», первое что всегда возникало в памяти это был «Дендрарий» в г. Сочи, и с недавних пор к нему присоединился парк «Краснодар» в одноименном городе. Хотя в г. Сочи есть Ривьера, Парк «Южные культуры», орнитологический парк, а в Краснодаре давно действующие Чистяковская роща, Парк «Солнечный остров» и

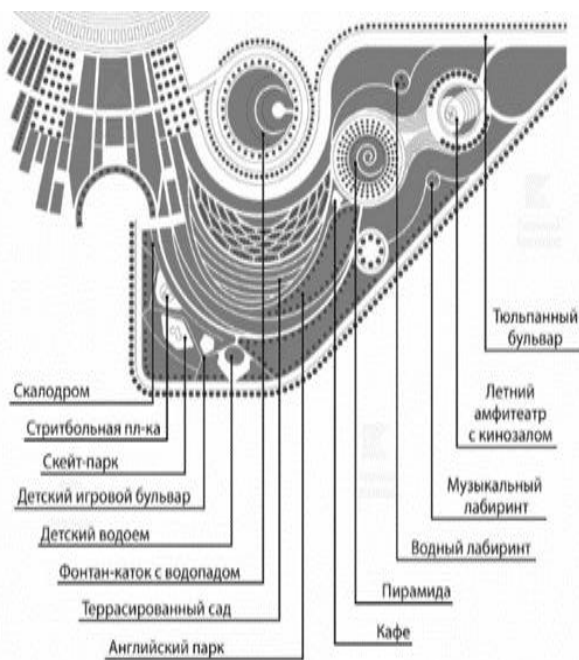
Городской сад. Ряд факторов определили интерес к посещению именно этих парков.

В то время, когда активно велась колонизация Черноморского побережья и многие обеспеченные люди приобретали участки вдоль моря, автор парка С.Н. Худеков, узнав от своего приятеля, редактора столичного журнала «Врач», К.С. Бахутова, о живописной природе российских субтропиков, не испугавшись страшной малярии и отсутствия благ цивилизации, отправился в путешествие и приобрел, не очень удачный с точки зрения вложения средств, участок земли – склон Лысой горы, пересеченный неглубоким и узким Гнилушинским ручьем. В этом месте он незамедлительно и приступил к выращиванию экзотических растений, выписывая их из самых известных питомников Европы, закупаая саженцы в Никитском ботаническом саду Крыма и питомниках Кавказа [История...]. Итак, первая причина успешности – это *наличие «идеи»*. В случае с «Дендрарием» выступила «идея экзотики», в случае с «Краснодаром» – идея «общности культуры спортивных фанатов». Местные жители помнят попытки создать подобное пространство в районе стадиона «Кубань», которые не венчались успехом. Даже близость естественного водоема оз. Карасун, не помогла реализовать идею организации людей, связанных одной идеей и одной командой.

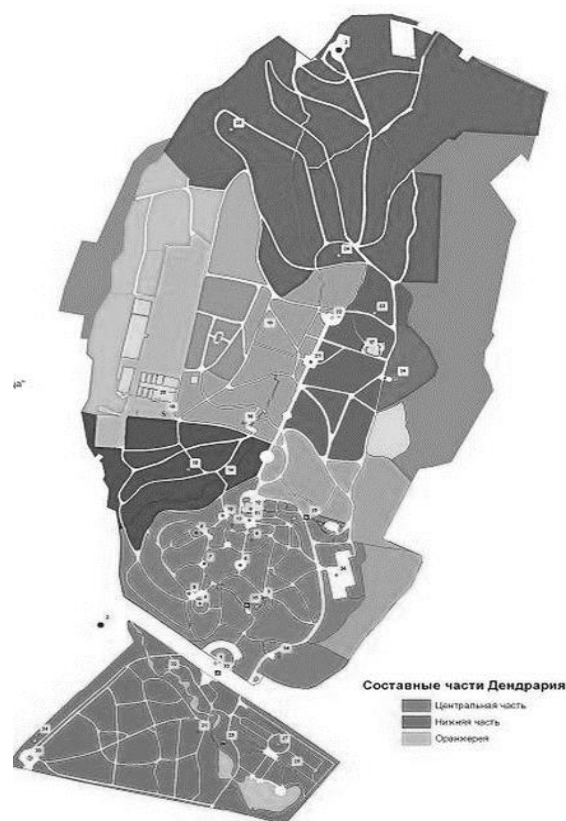
Второе, общее для обоих парков – *организация территории* и наличие пространства, что обеспечивает одновременное удовлетворение потребностей большого количества людей. Пространства много и оно имеет постоянное развитие.

Дендрарий делится на две неравные: верхняя (гористая, занимающая большую территорию) и нижняя (равнинная) части. Глядя на карту парка, просматривается четкое зонирование и деление по архитектурно-дендрологическим решениям: аллея магнолий, китайский дворик, роща секвойи, японский садик, аллея лжетсуги, мавританская беседка, грот, фонтан «Раковина», розарий и т.д. И все эти объекты парка переплетены между собой сетью дорожек и аллей (Рис. 1а). Итак, изначально выполнено зонирование территории, которое поддерживается до сих пор и учитывает интересы разных посетителей. Аналогично можно сказать и про парк «Краснодар» [Карта-схема...]. Пространство парка изобилует различными площадками для развлечения, активного и пассивного отдыха: скалодром, стритбольная площадка, скейт-парк, зоны отдыха для детей, зона кинотеатра, зона расположения вертикальных деревянных

столбов с рассеивателями воды (Рис. 1б), где заложен еще один якорь привлекательности обоих парков – «познавательность».



а) Парк «Краснодар»



б) Парк Дендрарий

Рис. 1 – Зонирование территории парков

В парке возле стадиона «Краснодар» огромное количество познавательных интересных для разных возрастов аттракций из разряда «делай и познавай». Например, на площадке со столбами есть качели, качаясь на которых можно увеличить напор в столбах с водой, в детских водных зонах, смонтировано оборудование, позволяющее изучать физические законы, а в музыкальной зоне отслеживать механизм «рождения» звука при переборе клавиш. Эта же концепция в г. Сочи реализована табличками с историями и описанием растений которые культивируются в этом парке. Конечно, каждый из рассматриваемых парков это парк *своего времени*, и понятно, что ранее все учение шло через зрение (отсюда все таблички с описанием истории, места произрастания, характеристик кустарников и деревьев), сейчас же все познание идет через тактильность или проведение опыта.

Выигрышной частью обоих парков является грамотное *использование водных объектов*. В сочинском парке это пруд с домиками для лебедей, что привлекает именно сюда огромное количество любителей понаблюдать за жизнью грациозных птиц, а также еще порядка десяти небольших «блюдеч», распределенных по всей территории и в Краснодаре - это пруд с карпами, разнотипные водопады и другие водные объекты, ожидающие посетителей в разных частях парка. Роль воды в жизни человека огромна, поэтому любой парк, обладающий такой «мокрой зоной», особенно в южных регионах, сразу получает бонусы.

Следующей общей выигрышной частью обоих парков являются *архитектурные акценты* – всевозможные фонтаны, скульптуры и другие малые архитектурные формы. Сочинский «Дендрарий» построен по франко-итальянским канонам террасных регулярных парков, в очень модном и популярном в то время в России стиле модерн, именуемый французами «ар нуво», а немцами «югендстиль». Романтичный, чувственный, декоративный стиль, смешивающий в единое целое несопоставимые предметы и явления. Его воплощением в скульптуре в г. Сочи занимались мастера А. Дюрен и П. Капелларо. Большая часть скульптур в парке выполнена по технологии дутого чугунного литья. Ансамбль «Утро», состоящий из скульптур «Мальчик со свирелью», «Петушок» и «Рыбак», а также одна из первых – «Танцовщица», что не удивительно для основателя парка – посвятившего значительную часть своей жизни балету. После расширения и национализации парка появился каменный фонтан «Сказка», появились оранжереи, станции канатной дороги, при строительстве Курортного проспекта произошло разделение парка, что безусловно внесло изменения в распределение транспортных потоков, но парк рос и развивался на всем протяжении своей жизни, сохраняя и преумножая свои богатства.

Уникальность – еще одна черта обоих парков. То, что есть в них, больше не повторяется ни в каких других, а иногда и больше нигде не воспроизводимо. Например, фонтан «Сказка» по сюжету сказок А.С. Пушкина выполнен по технологии белокаменного литья. Метод был разработан и применен на одном из подмосковных заводов. Сначала фигуры изготавливали из гипса, затем с них выполняли восковые копии и обливали специальным теплоизоляционным материалом, затем получали жидкий субстрат из каменных материалов (известняк, доломит, мергель) и при огромных температурах вливали

его в форму. Воск выплавлялся и его место занимал расплавленный камень. Для того чтоб скульптура не получилась прозрачной, она подвергалась обжигу.

В парке «Краснодар» такими уникальными акцентами являются конечно же бык – зеленый талисман футбольной команды, скульптура «Геолокация» и новая композиция, получившая название «Искусственная среда», которая представляет собой многофигурный барельеф из пластиковой сетки. В авторской истории барельефа говорится, что идея произведения заключается в нескольких вопросах: «Как объяснить искусственному разуму, что такое игра, и возможно ли передать машине чувства человека, причастного к ней?». По задумке, отображенные на барельефе персонажи собирают знания, загружают их на серверы и вступают во взаимодействие с машиной. Последняя по-своему интерпретирует понятие «игра» и делает своего создателя частью нового цифрового мира.

Анализируя эту сторону развития парков, можно сделать вывод, что главным отличительным признаком успешности этих парков является постоянная поддержка интереса посетителей к объектам парка, а человеку свойственно возвращаться туда, где было интересно и обещает быть еще интереснее и постоянный труд создателей над сохранением своих творений. В парке «Краснодар» особенно чувствительные деревья заключаются в стеклянные пузыри с подсветкой, в парке «Дендрарий» каждое дерево имеет свой паспорт ухода, по которому получает подкормку, укрытие и план развития.

В заключении можно сказать, что только комплексный подход, включающий в себя грамотную планировку парка, распределение водных объектов и малых архитектурных форм, постоянное привлечение к оформлению современных творцов и новых перспективных технологий, а также внимательное отношение к запросам посетителей и быстрое реагирование на изменение их предпочтений может послужить отличным базисом для развития современного паркового искусств в городе.

Список использованных источников

1. История возникновения и развития дендропарка в Сочи. URL: <https://www.culture.ru/institutes/12062/sochinskii-dendrarii>.
2. Карта-схема парка. URL: <http://park-galickogo.vgosti.info>.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН

Кубанский государственный университет

Аннотация: Природно-культурный потенциал Республики Дагестан является одним из главных факторов развития туристско-рекреационного комплекса в регионе. Туризм в республике сегодня – перспективная, стабильно развивающаяся отрасль. Для дальнейшего развития туризма в Дагестане необходимо решение ряда проблем.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, Северный Кавказ, туристско-рекреационный комплекс.

Summary: The natural and cultural potential of the Republic of Dagestan is one of the main factors in the development of the tourist and recreational complex in the region. Tourism in the Republic today is a promising, steadily developing industry. For further development of tourism in Dagestan it is necessary to solve a number of problems.

Key words: tourism, tourism development, North Caucasus, tourist and recreational complex.

Для любой страны прибрежная зона имеет огромное значение, дает большие преимущества и привлекает население к ведению интенсивной хозяйственной деятельности. Благодаря богатым ресурсам морские побережья исторически являются районами с высокой плотностью населения.

Каспийская прибрежная территория Северного Кавказа обладает богатым природным и культурным наследием, представляет собой единый туристско-рекреационный комплекс.

Помимо приморской зоны Дагестана практически вся территория республики предполагает возможность развития того или иного вида туризма. Уникальные художественные промыслы, неповторимая архитектура горных аулов, горные ландшафты, богатые минеральные источники, и прочие природные достопримечательности привлекают с

каждым годом все больше туристов. Многочисленные памятники архитектуры, культуры и истории также являются фактором привлечения потенциальных туристов в республику [Казалиева А.В., 2019].

В годы существования СССР туристическое направление в Республике Дагестан планомерно развивалось, строились и создавались базы отдыха, санатории, детские лагеря и т.п. Постановлением совета министров РСФСР от 10.02.1977 г. № 105 [Постановление...], побережье Каспийского моря Республики Дагестан было признано курортом всероссийского значения. Можно говорить, что в советский период в регионе велась работа по становлению устойчивого туризма и устойчивому развитию территории.

Распад Советского союза и последующий социально-экономический спад в стране, а особенно на Северном Кавказе, существенно уменьшили количество приезжающих в республику отдыхающих. Туризм как вид деятельности в Дагестане практически перестал существовать.

О возрождении туризма в регионе стали говорить только в 2010 г. в рамках концепции программы по созданию на Северном Кавказе туристического кластера. В Дагестане предполагалось создание горнолыжного всесезонного курорта Матлас, а также Приморского прибрежного кластера [Миненкова В.В., Волкова Т.А., 2018]. Однако к 2016 г. проект Матлас был приостановлен, т.к. по мнению многих экспертов реалистичность развития горнолыжных курортов в этом районе Кавказа весьма сомнительна.

Реализация программы развития Приморского прибрежного кластера в Республике Дагестан более успешна. Согласно данным Комитета по туризму Республики Дагестан, в 2019 г. количество обслуживаемых туристов выросло до 850 тыс. чел., т.е. в 4 раза превышает показатель 2010 г., что говорит о положительной динамике развития туристкой индустрии. Постепенно увеличивается количество гостиниц (с 88 в 2010 до 131 в 2019 гг.), продолжают функционировать 25 санаториев и 51 туристическая база. В республике всего 48 туристских предприятий, при общем количестве коллективных средств размещения 255 шт. Общее количество занятых в туристской

отрасли в 2019 г. достигло 10 тыс. чел. (против 6,5 тыс. в 2010 г.) (Табл. 1).

Табл. 1 – Динамика показателей развития туристской отрасли Республики Дагестан 2010–2019 гг. [Динамика...]

Показатели	Ед. изм.	2010 г.	2011 г.	2013 г.	2015 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Въездной и внутренний туристский поток	(тыс. чел.)	219,2	226,0	272,0	430,0	608,0	685,0	850,0
Количество коллективных средств размещения, в т.ч.	ед./к/м	162/ 1627 9	164/ 1644 9	175/ 17070	219/ 18199	246/ 19398	242/ 20770	255/ 21299
Гостиницы	ед.	88	90	101	116	131	125	131
Турбазы	ед.	51	51	51	52	52	52	52
Санатории	ед.	23	23	23	23	25	25	25
Гостевые Дома	ед.	-	-	-	28	38	40	47
Количество туристских предприятий		29	30	32	41	48	44	48
Объем платных туристских услуг: -услуги турагентов, туроператоров, услуги по бронированию и сопутствующие услуги	(млн руб.)			4609,6	2265,0	2417,9	2925,7	3133,4
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	(млн руб.)		237,3	590,0	1043,3	1554,3	2259,5	1913,1
Отчисления в бюджетную систему: «деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта»	(тыс. руб.)		160	359	302,5	378,7	391,0	290,1

Данные статистики развития туристской отрасли в СКФО свидетельствуют о максимальном туристском потоке в Ставропольский край, Дагестан, Кабардино-Балкарию и Карачаево-Черкессию. При этом в Республике Дагестан расположено лишь около 10% всех коллективных средств федерального округа, а удельный вес в общей численности размещенных лиц составляет около 9% [Миненкова В.В., 2018].

Объем платных туристических услуг в 2019 г. составил 3133 млн руб., объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения – 1913 млн рублей. При этом объем налоговых отчислений предприятий туристской отрасли в последние годы постепенно увеличивался.

Несмотря на существующий потенциал и положительные тенденции развития отрасли в последние 10 лет, туристический потенциал региона используется лишь на малую долю.

Причин, тормозящих развитие отрасли множество и среди основных – отрицательный имидж республики, сложившийся в 1990-х–начале 2000-х годов. Данный фактор главным образом отталкивает туристов и тормозит въездной туристический поток.

Другими причинами слабой развитости туристкой сферы является:

- неразвитость туристской инфраструктуры. Гостиницы находятся в плохом состоянии, в местах развития самобытных ремесел часто вообще нет коллективных мест размещения, в которых могли бы разместиться туристы с целью более глубокого знакомства с культурой местного населения. Часто посещение сел и аулов усложняется отсутствием дорог с твердым покрытием;

- низкий уровень сервисного обслуживания. Часто цены не соответствуют качеству предлагаемых услуг;

- проблема обеспечения безопасности в туристической сфере;

- одним из факторов, тормозящих развитие туризма, является отсутствие толерантности местного населения к туристам, обусловленное его менталитетом [Атаева Т.А., 2014].

Среди прочих факторов также можно отметить отсутствие необходимого финансирования, нехватка профессиональных кадров, слабая развитость рекламно-информационной деятельности в сфере туризма и т.д.

Преодолеть существующие проблемы в сфере туризма республики вполне возможно. Для этого необходимо увеличение инвестиционных вливаний, активная поддержка центральной и региональной властей, изменение отношения населения к отдыхающим и осознание важности для республики развития этой отрасли.

Надежду на дальнейшее развитие туристкой отрасли дает государственная программа Республики Дагестан «Развитие туристско-рекреационного комплекса и народных художественных комплексов в Республике Дагестан», утвержденная в середине 2019 г. Реализация программы запланирована на 2019-2025 гг. и предполагает

развитие туристско-рекреационного комплекса, повышение качества туристских услуг, развитие туристической инфраструктуры и т.д.

Список использованных источников

1. *Атаева Т.А.* Значение макрофакторов в развитии туризма в Республике Дагестан // Актуальные вопросы развития современного общества. Курск, 2014.

2. Динамика туристического потока Республики Дагестан. URL: <http://dagtourism.com/statistika>.

3. *Казалиева А.В., Миненкова В.В., Заднепровская Е.Л.* Туристско-рекреационный потенциал как фактор устойчивого развития территориальной организации населения республик Северного Кавказа // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития. Краснодар, 2019.

4. *Миненкова В.В.* Территориально-пространственная организация туристско-рекреационной отрасли Северного Кавказа // Современные тенденции пространственного развития и приоритеты общественной географии. Барнаул, 2018.

5. *Миненкова В.В., Волкова Т.А.* Северо-Кавказский туристический кластер: история и динамика развития // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Симферополь, 2018.

6. Постановление Совмина РСФСР от 10.02.1977 № 105 «Об отнесении побережья Каспийского моря в Дагестанской АССР к курортам республиканского значения. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=2033#09110744518775762>.

КАРТОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО

Кубанский государственный университет

Аннотация: в данной статье рассматривается опыт картографического анализа распределения объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Выявлены некоторые общие закономерности в распределении.

Ключевые слова: объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, картографический анализ.

Summary: this article discusses the experience of cartographic analysis of the distribution of UNESCO world heritage sites. Some General regularities in the distribution are revealed.

Key words: UNESCO world heritage sites, cartographic analysis.

Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО – это мировая история в материальном воплощении, которая требует внимания и бережного отношения. Огромную ценность для науки, туризма и будущих поколений представляет собой каждый отдельный объект и их совокупность в целом.

Нами были изучены научно-исследовательские работы, посвященные данной тематике. Наибольший интерес представляют «История развития и современные тенденции формирования списка Всемирного наследия ЮНЕСКО», выполненная Институтом социальной политики Национального исследовательского университета под руководством Н.В. Максаковского и «Разработка концепции и составление карты «Объекты Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО на территории России и других стран СНГ», выполненная Научно-исследовательским институтом культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва под руководством А.И. Ельчининова [Институт наследия..., 2017].

В первой работе, проведенной Н.В. Максаковским, исследовано развитие списка всемирного наследия ЮНЕСКО с момента его появления по 2017 г., когда число объектов в списке достигло 1073. Выявлены основные периоды: становление (1978–1993 гг.), активное

расширение (до середины 2000-х гг.), ограничение численного состава и качественная оптимизация (вплоть до 2017 г.). Особый акцент в работе сделан на текущем этапе, основные тенденции которого: снижение численного прироста, расширение типологического разнообразия и географического охвата, понижение уровня известности вновь включаемых объектов, появление новых культурных ландшафтов. В данной работе подробно рассмотрена теоретическая часть вопроса.

Вторая работа носит более прикладной характер. Ее конечным продуктом стали две электронные карты, в которых имеется возможность манипулировать слоями (включать и выключать слои), а именно, можно отключить все слои стран СНГ, оставив на экране монитора слой России и с ним работать. Также можно работать с отдельными странами. На карте специальными условными знаками для всех стран показаны объекты культурного и природного наследия.

Объекты культурного наследия, как правило, точечные, и они на карте показаны специальным единым условным знаком, принятом в ЮНЕСКО логотипом. Природные объекты, как правило, площадные, и поэтому показаны ареалами с выделением их границ, даны подписи природных объектов наследия.

В ходе нашего исследования были собраны и обобщены следующие показатели: площадь территории и численность населения стран, количество памятников в целом, количество природных памятников, количество культурных памятников, количество кандидатов в предварительном списке ЮНЕСКО и численность туристского потока по странам. Все показатели были внесены в таблицу (Табл. 1).

Табл. 1 – Фрагмент таблицы «Памятники ЮНЕСКО» (составлена авторами по [Институт..., 2019])

Страна	Площадь территории (км ²)	Всего объектов	Природные объекты	Культурные объекты	Численность населения (чел.)	Кандидаты	Туристский поток (млн чел.)
Австралия	7682300	19	16	3	23232413	3	11,00
Австрия	82445	10	1	9	8753413	12	29,46
Азербайджан	82629	2	0	2	9961396	10	2,45
Албания	27398	3	1	2	3029278	5	4,64

Создана серия из семи карт, показывающих размещение объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО в сочетании с указанными выше показателями:

1. Общее количество объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО по странам (Рис. 1);
2. Количество кандидатов в список Всемирного наследия (Рис. 2);
3. Количество природных объектов Всемирного наследия в расчёте на 1 млн населения;
4. Количество культурных объектов Всемирного наследия в расчёте на 1 млн населения;
5. Плотность природных объектов Всемирного наследия на 100 км²;
6. Плотность культурных объектов Всемирного наследия на 100 км²;
7. Количество объектов Всемирного наследия в расчёте на 1 млн туристов.

В процессе создания использовались хранилище шейп-файлов Map Cruzin [Map Cruzin..., 2020] и программа ArcGIS 10.4.

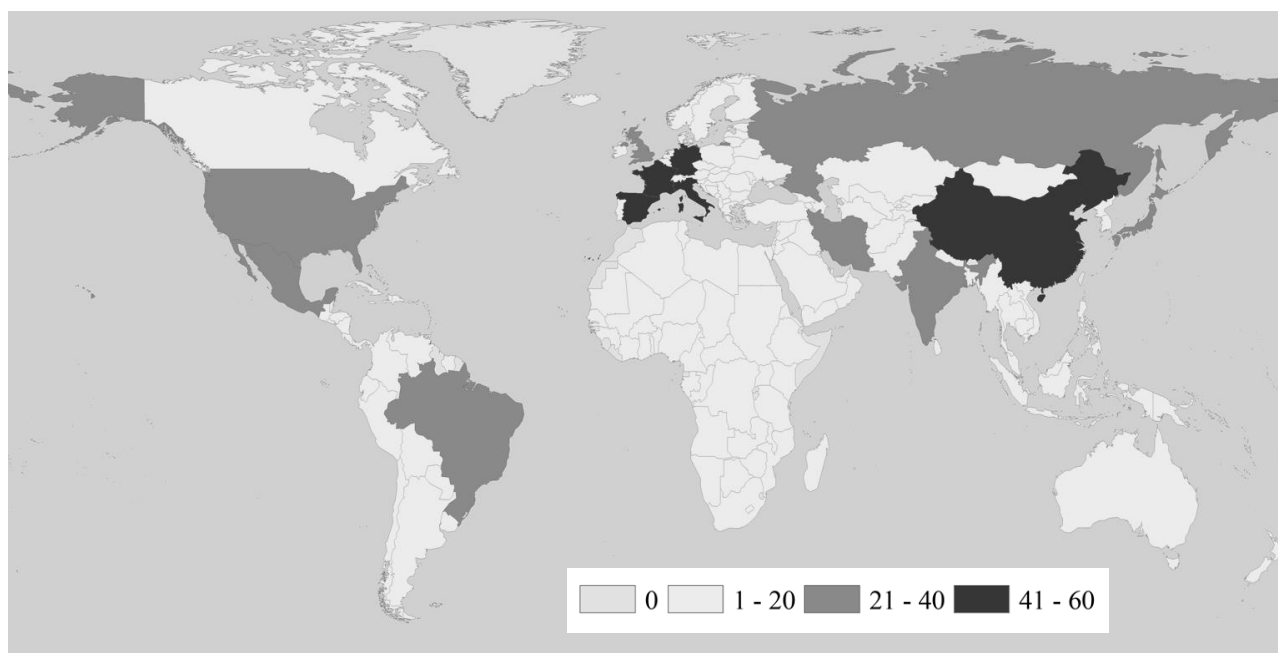


Рис. 1 – Количество объектов Всемирного наследия по странам, 2019 г.

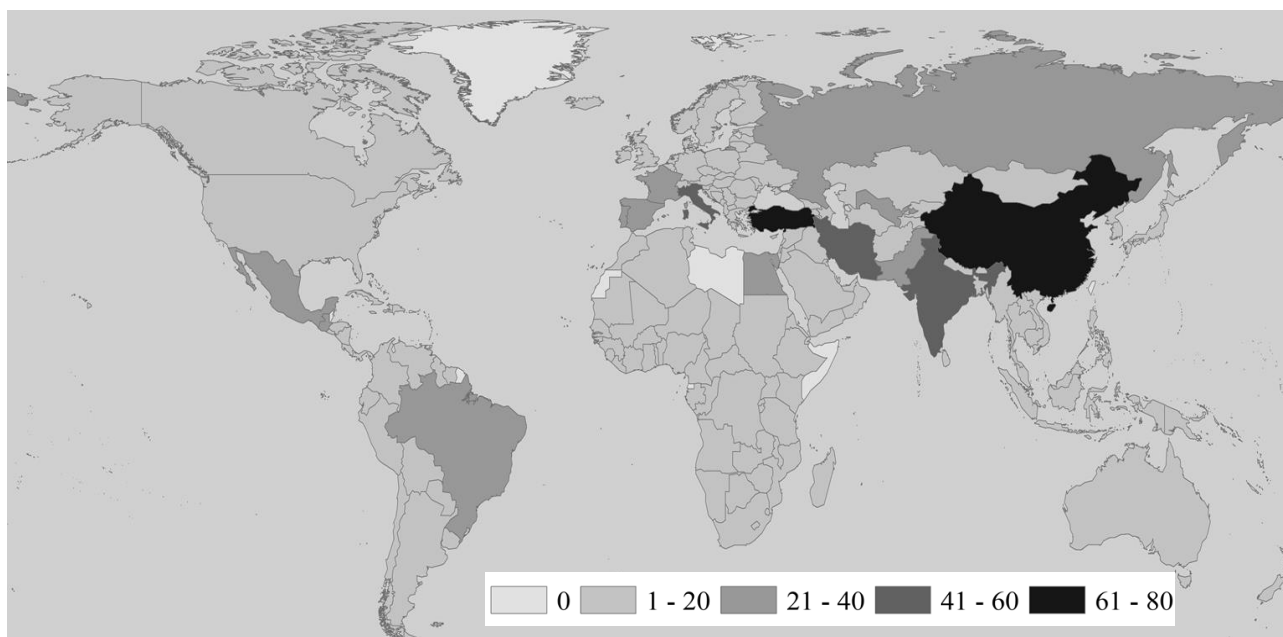


Рис. 2 – Количество кандидатов в список Всемирного наследия по предварительным спискам, 2019 г.

Проанализировав карту общего количества объектов Всемирного наследия и количества кандидатов в список объектов всемирного наследия (Рис. 1 и 2), видно, что наибольшие показатели в первом случае характерны для Италии (53 объекта) и Китая (52 объекта), а наименьшие, как правило, для малых островов и зависимых государств. Но существуют и исключения из этого правила. На второй карте наибольшие показатели характерны для Турции (78 объектов) и Китая (62 объекта), наименьшие показатели у государств имеющих малую площадь территории.

По другим составленным картам, можно сделать вывод, о том, что наибольшее количество памятников, как в расчете на численность населения, так и в расчете на площадь приходится на острова и небольшие государства. Если рассчитать среднее количество памятников по всем странам, которое приходится на общее количество жителей, то получится примерно от 0,1 до 0,7 объекта на 1 млн населения или на 100 км² территории, в зависимости от вычисляемого параметра.

Карта количества объектов Всемирного наследия на 1 млн туристов выявила, что наибольшие показатели имеют страны с небольшим туристским потоком, такие как Таджикистан, Северная Корея (КНДР), Микронезия, а наименьшие – страны с интенсивным

потоком туристом и при этом с небольшим количеством объектов Всемирного наследия.

Таким образом, объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, несмотря на свою популярность и достаточно большую изученность, все еще могут являться объектами научных изысканий, так как аналитических карт данной тематики относительно немного.

Список использованных источников

1. Институт наследия, 2020. URL:<http://www.heritage-institute.ru>.
2. Map Cruzin, 2020. URL: <https://mapcruzin.com>.

КЛИМАТ ГЕЛЕНДЖИКА ПО USDA-ЗОНАМ МОРОЗОСТОЙКОСТИ

г. Геленджик

Аннотация: В статье проводится сравнительный анализ климата Геленджика, Туапсе, Алушты, Новороссийска и Анапы по среднегодовой минимальной температуре. Для сравнения, климат Геленджика находится в зоне USDA 8b от $-6,7^{\circ}\text{C}$ до $-9,4^{\circ}\text{C}$. В холодные дни здесь можно выращивать несколько видов пальм, в том числе некоторые перистые пальмы.

Ключевые слова: климат, Геленджик, Туапсе, Алушта, Новороссийск, Анапа, среднегодовая минимальная температура, зона USDA 8b от $-6,7^{\circ}\text{C}$ до $-9,4^{\circ}\text{C}$, перистая пальма, укрытие в холодные дни.

Summary: Here we compared the climates of Gelendzhik, Tuapse, Alushta, Novorossiysk and Anapa by the annual average minimum temperature. By comparison, the climate of Gelendzhik falls within the USDA 8b zone from -6.7°C to -9.4°C . Several types of palm trees can be grown here with shelter on cold days, including some pinnate palms.

Key words: climate, Gelendzhik, Tuapse, Alushta, Novorossiysk, Anapa, annual average minimum temperature, USDA 8b zone from -6.7°C to -9.4°C , pinnate palm, shelter on cold days.

Курортная отрасль города-курорта Геленджик имеет огромное значение для гостей города и его жителей. В последние годы было построено огромное количество средств размещения и развлечения для туристов. Для летнего пляжного отдыха еще имеется теплое море и горячее солнце. И этого было до сих пор достаточно. Зимой солнечный город впадает в «спячку», а новые гостиницы пустуют.

Туриста на зимний отдых только морем уже не заманишь. Для создания праздничного отпускного настроения не хватает вечнозеленого наряда из южных растений, прежде всего пальм, чтобы город имел курортный вид (такой, как в Ялте или Сочи).

В прежние годы было много сделано для создания средиземноморского имиджа курорта. На улицах и в парках города

Геленджик были высажены по наблюдениям автора следующие субтропические растения из различных уголков мира: платан восточный *Platanus orientalis*, кипарис вечнозеленый *Cupressus sempervirens*, иудино дерево *Cercis siliquastrum*, альбиция ленкоранская *Albizia julibrissin*, самшит колхидский *Buxus colchica*, тис ягодный *Taxus baccata*, лавр благородный *Laurus nobilis*, инжир *Ficus carica*, магония падуболистная *Mahonia aquifolium*, лавровишни лекарственная *Prunus laurocerasus* и португальская *P. lusitanica*, метельник прутьевидный *Spartium junceum*, пальма японская веерная *Trachycarpus fortunei*, сосна итальянская *Pinus pinea*, пихты греческая *Abies cephalonica* и испанская *A. pinsapo*, кедры ливанский *Cedrus libani*, атласский *C. Atlantica* и гималайский *C. deodara*, болотный кипарис *Taxodium distichum*, мелия азедарак *Melia azedarach*, амбровое дерево *Liquidambar styraciflua*, гинкго двулопастный *Ginkgo biloba*, магнолии крупноцветковая *Magnolia grandiflora* и Суланжа *M. soulangeana*, плоскоцветочник восточный *Platyclusus orientalis*, туи западная *Thuja occidentalis* и гигантская *T. plicata*, барбарис Юлиана *Berberis julianae*, гребенщик четырехтычинковый *Tamarix tetrandra*, секвойдендрон гигантский *Sequoiadendron giganteum*, катальпа сиренелистная *Catalpa syringaefolia*, маклюра оранжевая *Maclura pomifera*, робиния псевдоакация *Robinia pseudoacacia*, различные бересклеты *Euonymus*, гибискус сирийский *Hibiscus syriacus*, банан Басио *Musa basjoo*, камписис укореняющийся *Campsis radicans*, калина морщинистолистная *Viburnum rhytidophyllum*, понцирус трехлисточковый *Poncirus trifoliata*, падуб остролистный *Ilex aquifolium*, ива вавилонская *Salix babylonica*, буддлея Давида *Buddleja davidii*, бамбук *Phyllostachys viridi-glaucescens*, гранат обыкновенный *Punica granatum*, жимолость шапочная *Lonicera pileata*, чубушник обыкновенный *Philadelphus coronarius*, вейгела садовая *Weigela hortensis*, различные форзиции *Forsythia*, черемуха виргинская *Prunus virginiana*, глициния китайская *Wisteria sinensis*, смолосемянники *Pittosporum*, розмарин лекарственный *Rosmarinus officinalis*, лаванда узколистная *Lavandula angustifolia*, бирючина блестящая *Ligustrum lucidum*, разные виды спиреи *Spiraea*, аукуба японская *Aucuba japonica*, эриоботрия японская *Eriobotrya japonica*, калина буль-де-неж *Viburnum opulus f. roseum*, фотиния Фрейзера *Photinia X Frazeri* и др.

В Геленджикском дендропарке среди сотен древесно-кустарниковых видов было и типичное средиземноморское озеленение: вечнозеленые дубы (д. каменный *Quercus ilex*, д.

пробковый *Q. Suber*), вечнозеленая калина лавролистная *Viburnum tinus*, олива европейская *Olea europaea*, земляничник крупноплодный *Arbutus unedo*, фисташка мастиковая *Pistacia lentiscus*, витекс священный *Vitex agnus-castus*, ерика древовидная *Erica arborea* и др. Большинство его обитателей неплохо там прижилось. Но без административной и финансовой поддержки дендропарка многие из них позднее погибли без надлежащего ухода или от топора, так и не выйдя в широкую жизнь на улицы славного курорта.

Естественная флора курортного города может многое рассказать о его климате. Несмотря на сильные геленджикские ветры здесь произрастают древесно-кустарниковые виды, имеющие близких родственников в Средиземноморье. Кроме широкоизвестных можжевельников высокого *Juniperus excelsa* и пахучего *J. foetidissima*, фисташки туполистной *Pistacia atlantica mutica*, сассапарили *Smilax*, лавровишни лекарственной *Prunus laurocerasus*, иглицы колючей *Ruscus aculeatus* и пираканты красной *Ryrcantha coccinea atlantica* у нас растут менее известные вечнозеленые кустарники: волчегонник понтийский *Daphne pontica* и ладанник шалфеелистный *Cistus salviifolius*.

Данные факты позволяют нам говорить о значительной мягкости геленджикского климата. Для подтверждения данного тезиса рассмотрим абсолютные минимальные температуры в г. Геленджике за последние годы, низкий уровень которых позволяет высаживать в открытый грунт теплолюбивые растения. В таблице 1 приведены значения средней ежегодной минимальной температуры в Геленджике и соседних городах Черноморского побережья по данным сайта [Погода и климат...].

Из таблицы 1 видно, что средние ежегодные минимальные температуры за последние 10 лет выше всего в Алуште, потом в Туапсе, Геленджике, Новороссийске и холоднее всего в Анапе. Ялта по данному показателю с -6°C занимает почетное второе место в РФ после Сочи с показателем -4°C .

В зависимости от средней ежегодной минимальной температуры министерство сельского хозяйства США выделяет тринадцать основных зон морозостойкости USDA (United States Department of Agriculture) от 0 до 12 [Зоны морозостойкости]. Это деление позднее приобрело большую популярность во всем мире. Самая холодная Анапа попала в зону 7b ($-12,2^{\circ}\text{C}$ до -15°C), Новороссийск в зону 8a

($-9,4^{\circ}\text{C}$ до $-12,2^{\circ}\text{C}$), Геленджик, Туапсе и Алушта в зону 8b ($-6,7^{\circ}\text{C}$ до $-9,4^{\circ}\text{C}$), а Ялта и Сочи в зону 9a ($-3,9^{\circ}\text{C}$ до $-6,7^{\circ}\text{C}$).

Табл. 1 – Ежегодные минимальные температуры, $^{\circ}\text{C}$

Год	Геленджик	Туапсе	Алушта	Новороссийск	Анапа
2010	-10,8	-8,6	-8,3	-13,9	-16,5
2011	-8,9	-6,3	-6,0	-8,2	-11,2
2012	-13,8	-9,7	-11,6	-19,8	-20,0
2013	-5,7	-6,9	-5,6	-7,3	-8,9
2014	-7,9	-8,8	-6,8	-14,7	-16,6
2015	-11,9	-10,3	-12,3	-16,1	-19,0
2016	-10,0	-10,0	-6,1	-11,7	-14,0
2017	-12,6	-9,7	-6,4	-14,6	-15,7
2018	-5,1	-2,7	-3,8	-6,9	-7,2
2019	-2,8	-0,1	-1,9	-3,2	-4,9
t средн.	-8,9 (8b)	-7,3(8b)	-6,9 (8b)	-11,5 (8a)	-13,4(7b)

Таким образом, в Геленджике можно выращивать пальмы, выдерживающие кратковременные морозы до -11°C , -12°C , укрывая их только, когда минимальные температуры достигнут -10°C . Это происходит редко – примерно, раз в 2 года и длится всего несколько дней. Так делают многие энтузиасты не только в Европе и Америке, но и на Южном берегу Крыма, Черноморском побережье Кавказа и даже на Восточном побережье Азовского моря.

В условиях Геленджика можно выращивать при условии укрытия на период минимальных температур следующие популярные виды пальм: пальма японская веерная *Trachycarpus fortunei* (-17°C), Вашингтония нитеносная *Washingtonia filifera* (-12°C), юбея чилийская *Jubaea chilensis* (-12°C), финик канарский *Phoenix canariensis* (-12°C), бутия головчатая *Butia capitata* (-11°C) и др. [Биоэкологические особенности...].

А трахикарпус Вагнера *Trachycarpus wagnerianus* с минимальной температурой -22°C на всей территории Геленджикского побережья вообще не потребует укрытия.

Хотелось бы, чтобы Администрация города-курорта Геленджика и Ассоциация «Содействие в развитии курорта Геленджик» украсили главные улицы и площади курорта красивыми вечнозелеными

деревьями, кустарниками и пальмами. А туристы и компании по достоинству оценят их усилия, когда начнут выбирать город Геленджик для своего отдыха в межсезонье.

Список использованных источников

1. Биоэкологические особенности интродукции бутии головчатой (*Butia capitata* (MART.) BECC.) на Южном берегу Крыма. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bioekologicheskie-osobennosti-introduktsii-butii-golovchatoy-butia-capitata-mart-becc-na-yuzhnom-beregukryma>.

2. Зоны морозостойкости. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Зоны_морозостойкости.

3. Погода и климат. URL: [http:// www.pogodaiklimat.ru/](http://www.pogodaiklimat.ru/)

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АЗОВСКОГО РЕКРЕАЦИОННОГО РАЙОНА

Кубанский государственный университет

Аннотация: рассмотрены природные особенности Азовской прибрежной зоны, важные для рекреационного развития региона. Проанализированы особенности трех курортных зон Северного курортного региона: Ейской, Приморско-Ахтарской и Темрюкской.

Ключевые слова: природный потенциал, историко-культурный потенциал, рекреационный район, курортная зона.

Summary: the natural features of the Azov coastal zone, important for the recreational development of the region, are considered. The features of three resort areas of the Northern resort region are analyzed: Yeisk, Primorsko-Akhtarskaya and Temryuk.

Key words: natural potential, historical and cultural potential, recreational area, resort area.

Согласно рекреационному районированию России, прибрежные зоны Черного и Азовского морей относятся к Кавказско-Черноморскому рекреационному району общероссийской значимости и Азовскому району региональной значимости. К Азовскому району относится рекреационная зона Ростовской области (Азов, Таганрог, устье р. Дон), Краснодарского края, Украины и полуострова Крым.

Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края чрезвычайно высок – составляет около 50% всего рекреационного потенциала России. Природно-рекреационный потенциал Азовского рекреационного района уникален. Занимая выгодное геополитическое положение с выходом в Средиземное море, Ближний и Средний Восток, территория обладает высоким инфраструктурным и демографическим потенциалом, отличается специфическими природно-ландшафтными, этническими, культурно-историческими, социально-экономическими (сырьевыми, энергетическими ресурсами как потенциальными, так и реальными) особенностями. Азовское море – это песчаные пляжные территории, благоприятные климатические условия (умеренно континентальный климат степной зоны

Приазовья), богатые лечебные ресурсы, транспортная доступность. Разнообразен и значителен историко-культурный потенциал. В прибрежных зонах сосредоточено огромное количество памятников культурно-исторического наследия различных эпох (греки, скифы, киммерийцы, сарматы, тавры, меоты, гунны, хазары, половцы и др.), которые являются основой развития экскурсионно-познавательного туризма.

Азовское море занимает особое место на юге России. Мягкий климат, быстро прогревающееся море, песчано-ракушечные пляжи, уникальные лечебные факторы, привлекательные ландшафты лиманов, богатых рыбой, охотничьи угодья – специфические особенности этой прибрежной зоны. Азовское побережье является экологически чистой зоной. Природно-ресурсный потенциал Азовской прибрежной зоны высок, что позволяет обеспечивать одновременно отдых и профессиональное лечение населения.

В Азовском рекреационном районе выделяется три курортных зоны: Ейская, Приморско-Ахтарская и Темрюкская. По природно-экологической привлекательности лидирует Приморско-Ахтарская зона [Шкляр и др., 2016]. В развитии рекреационной деятельности Азовский район специфичен. Основная рекреационная функция Азовского рекреационного района – оздоровительная. Территория обладает благоприятными природными показателями, мягким климатом, длительным купальным сезоном, наличием природных, исторических и археологических объектов. В Ейской зоне приоритетным направлением в развитии санаторно-курортной отрасли является создание климатического приморского курорта с использованием лечебных грязей. На Должанской и Камышеватской косах, на прибрежной территории в районе населенного пункта Ясенская переправа функционируют санатории, детские лагеря, базы отдыха, авто-кемпинги. Основные виды рекреационной деятельности: лечебные ванны, грязелечение, фитотерапия, гелиотерапия, талассотерапия, аэротерапия. Развивается парусный и морской туризм: виндсерфинг, кайтсерфинг, аквабайк, пляжный мотокросс.

Привлекательна для туристов Приморско-Ахтарская курортная зона, где санаторно-курортный отдых сочетается с виндсерфингом, рыбалкой, охотой, парусным спортом. Специфичен лечебно-оздоровительный туризм благодаря наличию лиманных сероводородных грязей и йодо-бромных минеральных вод. Данная рекреационная зона развивает сельский туризм, связанный с

предоставлением услуг по любительской охоте и рыбалке, детский, юношеский и молодежный туризм, талассотерапию и воздушные ванны.

В развитии санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края большую роль начинает играть Темрюкский район, обладающий широким спектром специфических природных возможностей. На территории района располагаются самые протяженные в крае ракушечно-песчаные пляжи, уникальные ландшафты азовских кос (Сазальникская, Камышеватская, Долгая, Ясенская) со специфическим растительным покровом, озера (Голубицкое, Соленые Приморско-ахтарские), лиманы и плавни древней дельты р. Кубань, здесь сконцентрированы залежи целебных иловых грязей, на грязевых вулканах – сопочные грязи, которые используются лечебными учреждениями г. Ейска. Лечебно-оздоровительные услуги оказывают оздоровительный центр «Искра» в пос. Кучугуры и детский санаторно-оздоровительный лагерь «Фламинго» в с. Пересыпь, на территории которого начато строительство грязелечебницы. Здесь развивается спортивный, познавательный туризм, сосредоточены уникальные археологические артефакты ушедших цивилизаций мировой значимости.

Темрюкский район обладает многими преимуществами как природного, так и культурно-исторического плана. На небольшой площади, не требующей длительных переездов, можно так построить экскурсионный маршрут, что рекреанты могут познакомиться с древнегреческой культурой Боспорского царства, побывав на раскопках древней столицы Боспора – Фанагории, дольменной культурой бронзового века, с творениями человека, которые стали памятниками природы (сад Яхно, Ибрагимовский сад, Турецкий водопровод), с уникальными природными объектами: Дубовый рынок, Соленое озеро, степные ландшафты, песчано-ракушечные косы (Тузла, Чушка) и мысы (Ахеллеон, Панагия). Грязево-вулканический комплекс Таманского полуострова не имеет аналогов в мире и является уникальным природным объектом для научного, научно-познавательного, учебно-просветительского и эстетического посещения. В целом ресурсный потенциал Таманского полуострова позволяет развивать культурно-познавательный, экологический этнографический, лечебно-оздоровительный и археологический туризм.

В Кубанском госуниверситете был разработан проект рекреационного использования Таманского п-ова «Большая эколого-этнографическая тропа Тамани», который был основан на специфике природных ресурсов: уникальный грязево-вулканический комплекс, не имеющий аналогов в мире, ландшафтное разнообразие, определяющееся историческими условиями, своеобразным географическим положением и многообразными формами природопользования на протяжении нескольких тысячелетий (Боспорское царство, Тмутараканское княжество), обилие редких природно-исторических объектов [Литвинская С.А., 2004]. Проект был представлен на Выставке «Дни Кубани в Ганновере» еще в 2003 г. и получил высокую оценку.

На Таманском п-ве в 2009 г. создан фольклорно-этнографический туристский центр «Казачья станица Атамань» с целью воссоздания традиций коренного населения, познания особенностей быта, народных промыслов, национального искусства, одежды и украшений казачества. Этническая станица «Атамань» привлекает многочисленных туристов из городов Краснодар, Керч, отдыхающих санаториев гг. Анапы, Новороссийска, Геленджика. Событийный туризм является эффективным приемом освоения природного потенциала Темрюкского района [Волкова Т.А. и др., 2016]. Приоритетные направления развития санаторно-курортного и туристского комплекса Темрюкского района: бальнео- и грязелечение, агротуризм, в том числе, винный, экологический и этнотуризм.

Несмотря на специфический и богатый природно-рекреационный потенциал, в настоящее время туристско-рекреационная сфера Темрюкского района занимает невысокое положение в Азово-Черноморской рекреационной системе, активная оздоровительная рекреация в районе слабо развита, отсутствуют экономические механизмы, формирующие заинтересованность развития экологического туризма как у предпринимателей, так и у жителей региона, отсутствуют влиятельные социальные слои населения, готовые вкладывать капитал в развитие экотуризма. Следует отметить низкий уровень экологической рекламы, пропаганды и агитации. Научно-познавательный и экологический туризм не нашли должного места в туристской отрасли экономики Темрюкского района. Важной проблемой является и переориентация местных органов власти на развитие эколого-рекреационной специализации территории Таманского п-ова, когда рекреационная отрасль экономики

рассматривается как значительно более благоприятная форма деятельности по сравнению с промышленностью и градостроительством.

Резюмируя изложенное, следует отметить, что уникальные природные ландшафты Азовской прибрежной зоны создают мощный потенциал для развития многих видов рекреации и туризма: выгодное геополитическое расположение, наличие уникальных рекреационных ресурсов, благоприятные природно-климатические условия, наличие бальнеологических ресурсов (минеральные воды, лечебные грязи), мелкое и быстро прогревающееся Азовское море. Все это обеспечивает эффективность и комфортность лечения, отдыха и просвещения.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ р_а 19-45-230019.

Список использованных источников

1. *Волкова Т.А., Мищенко А.А.* Основные предпосылки использования туристско-рекреационного потенциала для развития туризма (на примере Темрюкского района Краснодарского края) // Проблемы международного туризма в контексте диалога культур: матер. междунар. науч. конф. Астрахань, 2010.

2. *Литвинская С.А., Литвинский К.О.* Экологические и экономические аспекты развития экотуризма на Тамани // Экологические проблемы Таманского полуострова. Краснодар, 2004.

3. Статистические данные по РФ. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye>.

4. *Шкляр К.О., Кузякина М.В., Пелина А.Н.* Оценка рекреационного потенциала пляжей Краснодарского края (по данным курорта Анапа) // Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2016.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА АРХЫЗА: ИСТОРИЯ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье исследуется история развития, современные показатели функционирования и перспективы развития курорта Архыз (Карачаево-Черкесская республика). Динамичное развитие курорта связано с включением в Северо-Кавказский туристический кластер и бюджетным финансированием строительства инфраструктурных объектов.

Ключевые слова: Архыз, история развития, Северо-Кавказский туристический кластер.

Summary: The article deals the history of development, modern operating indicators and development prospects of the Arkhyz resort (Karachay-Cherkess Republic). The dynamic development of the resort is associated with its inclusion in the North Caucasian tourism cluster and budget financing for the infrastructure facilities.

Key words: Arkhyz, history of development, North Caucasian tourism cluster.

Архыз – горнолыжный курорт, мир озер, ледников и водопадов, всесезонный туристический центр, астрономическая столица России. Расположенный на высоте около 1450 м горный район Архыз раскинулся в верховьях реки Большой Зеленчук и ее притоков, включает посёлки Архыз и Нижний Архыз. Высочайшая точка района – гора Пшиш (3790 м).

Туристическое прошлое Архыза относится ко второму десятилетию XX века, когда появилась идея строительства железной дороги от Армавира в Архызскую долину и создания горноклиматического курорта более чем на 100 тыс. мест. Однако Первая мировая война поменяла планы, и относительно активное развитие курорта началось лишь после революции. В 1926 г. комиссией курортных работников Карачая были установлены границы курортной зоны Архыза, и в конце 1930-х гг. здесь строится первый

туберкулезно-легочный санаторий, который был разрушен в годы Великой Отечественной войны.

Расцвет Архыза как центра туризма пришелся на послевоенный советский период (как и всего Кавказа). Эксперты того времени называли курорт советским Скво-Велли. В 1950-х гг. был открыт туристический лагерь Московского дома ученых, через Архыз проходила сеть плановых туристских маршрутов. В течение следующего десятилетия началось строительство шоссейной дороги, что стало важным катализатором развития туризма и территории в целом. В это время начинается строительство многочисленных мест отдыха и туризма, в том числе известнейшей турбазы «Романтик».

Активно развивались пищевая промышленность, лесное хозяйство, которые среди прочих функций обеспечивали снабжение отдыхающих всем необходимым.

В силу очевидного природно-ресурсного потенциала туристской специализацией Архыза изначально была активная туристско-рекреационная деятельность: горный туризм, альпинизм, пешие походы, конные прогулки, велосипедные и водные маршруты.

В 1953 г. началась подготовка всесоюзного туристского маршрута через Архыз, походы к черноморскому побережью Абхазии и Краснодарского края были крайне популярны. Маршрут № 822 «К озеру Рица и Черному морю» длился около 20 дней и включал следующие пункты: Пятигорск (4 дня) – Архыз (6 дней) – переход 3 дня – Авадхара и озеро Рица (1 день) – Адлер (6 дней). Маршрут функционировал с июня по сентябрь. Классификатор маршрутов на горные вершины в Архызе включал более 35 вариантов восхождений от первой до четвертой категории сложности.

В 1980-х гг. началось активное освоение Софийского ущелья при участии альпинистов из Болгарии. На карте горного района Архыз до сих пор выделяют «болгарский угол» – часть ущелья, на территории которого находятся вершины «Болгаро-Советской Дружбы», «100-летия Освобождения Болгарии», «Велинград» и др.

В дальнейшем курорт развивался как центр всесезонного туризма: туристы прибывали сюда во все времена года, здесь проходили учебно-тренировочные сборы и соревнования альпинистов, начал формироваться сегмент горнолыжного туризма.

Упадок состояния курорта начался после развала Советского союза, развитие промышленности было приостановлено, началось разрушение инфраструктуры, а основой для существования местного

населения стала браконьерская вырубка лесов, охота, натуральное хозяйство. Туристская отрасль характеризовалась стагнирующим характером развития.

Новый этап развития Архыза начался с момента включения курорта в число точек роста Северо-Кавказского туристического кластера, более того – его стартовой площадкой. История создания кластера связана с утверждением ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». ФЦП определила СКФО как одну из приоритетных территорий, на опережающее социально-экономическое развитие которых направлена реализация мероприятий Программы. Важную роль в развитии туристского комплекса Северного Кавказа 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» [Миненкова В.В., 2018].

В 2010 г. на территории Зеленчукского района Карачаево-Черкесской Республики начала функционировать туристско-рекреационная особая экономическая зона. «Реанимированный» Архыз был введен в эксплуатацию в 2013 г. и сразу стал популярным среди туристов центром активного отдыха. Накопленным итогом к 2019 г. курорт посетили более миллиона гостей, а общий объем инвестиций составил 15 582,84 млн. руб., в т.ч. 14 052,4 млн. руб (90%) – средства федерального бюджета, 1 530,44 млн. руб. (10%) – внебюджетные инвестиции резидентов. В начале 2020 г. количество резидентов в ОЭЗ ТРТ «Архыз» составило 32, общий объем заявленных инвестиций порядка 12,54 млрд руб. [Бизнес-навигатор, 2019].

Динамика туристского потока в ОЭЗ впечатляет: в 2018 г. поток составил 287 тыс. чел., превысив на 18% значение предшествующего года. В 2019 г. рост составил 28%, а общее количество туристов – 370 тыс. чел. Курорт представляет собой стремительно развивающуюся туристскую дестинацию для горнолыжного туризма. На сегодняшний день ОЭЗ обладает несколькими зонами катания, объединенными единым ски-пассом, – южно-ориентированный склон (туристические деревни Романтик и Лунная поляна) и северо-ориентированный склон, открытый к зимнему сезону 2018-2019 гг. Всего в рамках развития всесезонного туристско-рекреационного комплекса «Архыз» АО «Курорты Северного Кавказа» были построены и введены в эксплуатацию 25,5 км горнолыжных трасс, 6 подъемников, системы искусственного снегообразования, а также иные объекты, обеспечивающие функционирование горнолыжного комплекса. К 2021 г. планируется расширить зону катания до 30 км горнолыжных трасс с 8 подъемниками. Потенциал же ВТРК «Архыз»

оценивается в 132 км горнолыжных трасс, 61 подъёмник, порядка 18 400 мест размещения [Курорты...].

Гостиничная индустрия курорта представлена средствами размещения непосредственно на территории ВТРК «Архыз», а также в пос. Архыз. Гостиничные комплексы «Романтик» (3,4*) «Вертикаль» (4*), Arkhyz Royal Resort & Spa (5*), Flora Boutique – Hotel & Spa (4*) предлагают гостям курорта большое количество услуг, в полной мере соответствующие высококлассному сервису индустрии гостеприимства. Средства размещения в пос. Архыз в большей степени представлены средним сегментом.

К 2025 г. резидентами ОЭЗ планируется создание на курорте дополнительно более 6 700 мест размещения.

Для обеспечения всесезонной загрузки ВТРК «Архыз» АО «Курорты Северного Кавказа» совместно с резидентами ОЭЗ, начиная с 2018 г., ведет работу по созданию комплекса летних активностей на курорте: парк развлечений, включающий любительские и профессиональные трассы для горных велосипедов, большой веревочный парк, бассейн, батуты и лабиринты, тропинки для терренкура, зона для палаточного лагеря, барбекю-зоны и т.д.

Календарь событий курорта сегодня включает Чемпионат России по маунтбайкингу, фестиваль электронной музыки «Ритм гор», гастрономические фестивали, фестиваль уличной культуры, Архыз Sky Race, Кубок России по даунхиллу, бизнес-форумы и другие.

В настоящее время общий уровень развития ВТРК «Архыз» составляет 76% от принятых показателей точки роста курорта (эталонного курорта) [Курорты...].

В будущем на территории курорта в соответствии с утвержденным проектом планировки территории предполагается создание 5 туристических деревень: Романтик, Лунная поляна, Дукка, Дукка-2000 и Пхия, – объединённых между собой тремя кольцевыми горнолыжными маршрутами. Кольцевые маршруты будут доступны с территории каждой туристической деревни лыжникам с любым уровнем подготовки.

Рекреационные ресурсы, формирующие ТРС Архыз, определяют его аттрактивность во все времена года. Природа района исключительно красива и разнообразна. Горы и ущелья, реки, сосновые и пихтовые леса, альпийские и субальпийские луга. В лесах и горах Архыза водятся редкие животные, обитает много видов птиц. Здесь образован Архызский филиал Тебердинского заповедника. Все это определяет широкую сеть туристских маршрутов в летний период с посещением природных объектов (озера, водопады, перевалы, водопады, ущелья).

Во многих местах Архыза можно встретить памятники древнего зодчества, развалины крепостей и храмов. Самыми значимыми среди культурно-исторических объектов являются Нижне-Архызский историко-архитектурный и археологический комплекс (основан в 1977 г. на базе аланского городища VII–XIV вв.), древние христианские храмы, наскальное изображение Лица Христа. Популярным среди туристов объектом посещения является астрофизическая обсерватория РАН, крупнейший в России научно-исследовательский астрофизический институт, выполняющий наземные исследования объектов Вселенной. Обсерватория открыта для посещения туристами, для которых проводятся экскурсии.

Динамичному развитию курорта Архыз в значительной мере помешала разразившаяся в 2020 г. пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19). Первых гостей после закрытия в связи с пандемией курорт принял лишь в конце июля. С апреля 2020 г. Минэкономразвития внедрило беспрецедентный комплекс мер поддержки малого и среднего бизнеса в период пандемии, в том числе, в сфере туризма и услуг. В пакет входят льготное кредитование на пополнение оборотных средств и сохранение занятости, субсидирование профилактики коронавируса и другие меры поддержки.

В целом можно говорить о стремительном развитии Архыза, основанном на богатом туристско-рекреационном потенциале, позиционировании курорта как точки роста туристского комплекса Северного Кавказа, включении его в Северо-Кавказский туристический кластер и бюджетном финансировании инфраструктурных проектов.

Список использованных источников

1. Бизнес-навигатор по особым экономическим зонам России – 2019. М., 2019. URL: https://akitrf.ru/upload/Special_Economic_Zones_Business_Navigator-2019_rus.pdf
2. Курорты Северного Кавказа. URL: <http://www.ncrc.ru>.
3. Миненкова В.В., Волкова Т.А. Северо-Кавказский туристический кластер: история и динамика развития // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Симферополь, 2018.

*Ю.Э. Нагалецкий,
Е.В. Голубятникова, Э.Ю. Нагалецкий*

ТЕРМАЛЬНЫЕ ВОДЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА МОСТОВСКОГО РАЙОНА

Кубанский государственный университет

Аннотация: Физико-географические особенности территории имеют непосредственное влияние на возникновение, размещение и развитие ее туристско-рекреационного комплекса. Особенностью Мостовского района является наличие в его недрах термальных вод, обусловивших развитие не только геотермальной энергетики, но и рекреации.

Ключевые слова: Термальные воды, туризм, рекреация, база отдыха.

Summary: Physical and geographical features of the territory have a direct impact on the emergence, location and development of its tourist and recreational complex. A feature of the Mostovsky district is the presence of thermal waters in its depths, which caused the development of not only geothermal energy, but also recreation.

Key words: Thermal waters, tourism, recreation, recreation center.

Термальными называют воды с высоким содержанием минеральных солей, поступающие из природных источников. Как правило, такие воды горячие (выше +20 °С) и считаются более чистыми, чем артезианские и даже минеральные, т.к. их источники расположены на значительной глубине (при этом, чем глубже источник – тем выше концентрация минералов в термальной воде). В районе пос. Мостовской и ст. Ярославская есть месторождения термальных вод, которые используются для лечения различных заболеваний. Температура воды на выходе из скважины достигает +80 °С. Геотермальная вода, при умеренном ее использовании, воздействует на организм только с лечебно-оздоровительной стороны [Нагалецкий Ю.Я., 2003].

Показания к применению термальных вод (по заключению Пятигорского научно-исследовательского института Курортологии и физиотерапии):

- заболевания пищеварительной системы,
- неспецифические заболевания органов дыхания (хронические бронхиты, бронхоэстатическая болезнь, эмфизема легких),
- заболевания сердечно-сосудистой системы,
- заболевания кожи,
- заболевания центральной нервной системы функционального характера,
- нарушения трофики тканей,
- болезни мочеполовой системы [Котов В.С., 1967].

На территории района функционируют следующие круглогодичные базы отдыха: «Жень-Шень», «Кордон», «Анастасия», «Аква-Вита», «Распутин», «Старая Мельница», «Хуторок», «Золотая рыбка», «Жемчужина Предгорья», СПА-курорт «Кремниевые Термы». Большой ассортимент предоставляемых услуг и комфортабельное размещение удовлетворяет большой спектр запросов отдыхающих. Термальная вода рекомендована для бальнеологии. Наиболее популярными являются:

1. База отдыха «Анастасия» расположена на окраине пос. Мостовской, в лесной зоне. На территории функционируют 2 бассейна с геотермальной водой (Табл. 1). Температура воды на выходе +92 °С, в бассейнах – +37–39 °С. Глубина скважины 1 950 м.

Табл. 1 – Химический состав воды базы отдыха «Анастасия»

<i>Катионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>	<i>Анионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>
Литий (Li)	1,2	Фтор (F)	14,0
Аммоний (NH ₄)	2,17	Хлор (Cl)	190,8
Натрий (Na)	3,5	Бром (Br)	2,0
Калий (K)	4,7	Йод (I)	< 0,001
Магний (Mg)	0,04	Сульфат (SO ₄)	1 400,0
Кальций (Ca)	2,37	Гидросульфит (HS)	< 0,005
Железо (Fe)	0,31	Гидрокарбонат (HCO ₃)	430,8
Марганец (Mn)	0,09	Карбонат (CO ₃)	9,9
Цинк (Zn)	0,10	Мышьяк (As)	< 0,01
Кобальт (Co)	0,13	Нитрат (NO ₃)	5,0
Никель (Ni)	0,10	Нитрит (NO ₂)	< 0,01

2. База отдыха «Аква-Вита» (Рис. 1) расположена в западной части пос. Мостовского. На территории базы отдыха расположены бассейны с термальной водой, оборудованные современными системами очистки и гидромассажа. Температура воды в бассейне +37 – +39 °С.



Рис. 1 – База отдыха «Аква-Вита» (фото авторов)

3. СПА-курорт «Кремниевые Термы» (Рис. 2) находится в ст. Ярославской. Здесь есть СПА-салон и оздоровительный центр с открытым бассейном, сауной и гидромассажной ванной.



Рис. 2 – СПА-курорт «Кремниевые Термы» (фото авторов)

4. База отдыха «Хуторок» расположена вблизи пос. Мостовской. Температура воды на выходе – +92 °С (Табл. 2). Глубина скважины – 1 950 м.

Табл. 2 – Химический состав воды базы отдыха «Хуторок»

<i>Катионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>	<i>Анионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>
Аммоний (NH ₄)	2,17	Хлор (Cl)	190,8
Натрий (Na)	3,5	Бром (Br)	2,0
Калий (K)	4,7	Йод (I)	< 0,001
Магний (Mg)	0,04	Сульфат (SO ₄)	1 400,0
Кальций (Ca)	2,37	Гидросульфит (HS)	< 0,005
Железо (Fe)	0,31	Гидрокарбонат (HCO ₃)	430,8
Марганец (Mn)	0,09	Карбонат (CO ₃)	9,9
Цинк (Zn)	0,10	Мышьяк (As)	< 0,01
Никель (Ni)	0,030	Нитрит (NO ₂)	0,007
Хром (Cr)	0,040	Нитрат (NO ₃)	1,507
Свинец (Pb)	< 0,050	–	–

5. База отдыха «Золотая рыбка» расположена в ст. Ярославская, в лесной зоне. Температура воды в бассейне +36°С – +40 °С. Глубина скважины 2 800 м (Табл. 3). Температура воды на выходе +85 °С [Шматко Н.В., 2013].

Табл. 3 – Химический состав воды базы отдыха «Золотая Рыбка»

<i>Катионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>	<i>Анионы</i>	<i>Содержание, мг/л</i>
Литий (Li)	1,2	Фтор (F)	14,00
Аммоний (NH ₄)	2,17	Хлор (Cl)	14,180
Натрий (Na)	3,50	Бром (Br)	2,00
Хром (Cr)	0,040	Нитрат (NO ₃)	5,00
Свинец (Pb)	< 0,050	Нитрит (NO ₂)	1,507
Калий (K)	457,5	Йод (I)	< 0,001
Магний (Mg)	0,040	Сульфат (SO ₄)	1400,0
Кальций (Ca)	2,370	Гидросульфит (HS)	< 0,005
Железо (Fe)	0,130	Гидрокарбонат (HCO ₃)	430,8
Марганец (Mn)	0,020	Карбонат (CO ₃)	9,90
Цинк (Zn)	0,030	Мышьяк (As)	< 0,01
Кобальт (Co)	0,130	–	–

Таким образом, можно сделать вывод что физико-географические особенности территории Мостовского района Краснодарского края имеют непосредственное влияние на возникновение, размещение и развитие ее туристско-рекреационного комплекса, а главной особенностью Мостовского района является наличие в его недрах термальных вод, обусловивших развитие не только геотермальной энергетики, но и рекреации в районе.

Список использованных источников

1. *Котов В.С., Матвиенко В.Н.* Геотермические условия и ресурсы термальных вод Азово-Кубанского нефтегазоносного бассейна. М., 1967.

2. *Нагалецкий Ю.Я., Чистяков В.И.* Физическая география Краснодарского края. Краснодар, 2003.

3. *Шматко Н.В.* Стратегия инвестиционного развития муниципального образования Мостовский район до 2030 г. пос. Мостовской, 2013.

МЕСТОРОЖДЕНИЯ ЛЕЧЕБНЫХ ГРЯЗЕЙ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НА КУРОРТАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье рассмотрены основные месторождения лечебных грязей Краснодарского края. Отражена их структура, показаны виды лечебных грязей и их применение в бальнеолечении.

Ключевые слова: Лечебная грязь, минерализация и структура лечебных грязей, грязелечение, бальнеология, курорт.

Summary: The article considers the main deposits of therapeutic mud in the Krasnodar Territory. Their structure is reflected, the types of therapeutic muds and their use in balneotherapy are shown.

Key words: Therapeutic mud, mineralization and structure of therapeutic mud, mud therapy, balneology, resort.

К лечебным грязям относят органические образования, обладающие высокой пластичностью, теплоемкостью и тонкодисперсной структурой, благодаря чему они могут применяться в лечебных целях. Основные месторождения лечебных грязей сосредоточены на побережье Азовского моря, дельте р. Кубань и Таманском полуострове, а также в отдельных крупных лиманах. Эти грязи находятся в виде сапрапелей и иловых отложений. Месторождения грязей, расположенных на Таманском полуострове, сосредоточены на грязевых сопках (Ахтанизовской, Азовской, Шуго). Здесь имеются большие запасы грязи вулканического происхождения [Иосифова Е.В. и др., 1978].

На Таманском полуострове запасы грязи исчисляются миллионами тонн. В основном это иловые, сульфидные или сероводородные грязи. В Ейском районе находятся два месторождения: Ясенское (Бейсугский лиман) и Плес Глубокий (оз. Ханское). На базе месторождений построены 2 грязелечебницы в г. Ейске на 40 мест и в ст. Привольной на 15 мест. В данных лечебницах используется до 300 т лечебной грязи и проходят курс лечения до 22 тыс. чел. в год.

Самые большие месторождения находятся на Таманском полуострове. Здесь сосредоточено около 5 млн т запасов минеральных грязей (в основном сероводородных). Их добывают в оз. Чембурка (вблизи Анапы), лиманах Кизилташском и Витязевском [Иньшаков К.А. и др., 2012].

Перспективные запасы лечебных и сероводородных грязей открыты в лиманах Витязевском, Цокур и в оз. Соленом. Основными потребителями грязелечения являются гг. Анапа и Геленджик. Здесь кроме сероводородных грязей используются илово-сульфидные грязи. Основным районом добычи является Кизилташский лиман. Запасы грязей ориентировочно составляют 100 тыс. м³ (Рис. 1).



Рис. 1 – Добыча иловой сульфидной грязи (л. Кизилташский)
[Гидрология дельты..., 2010]

Другое крупное разрабатываемое месторождение находится в Витязевском лимане, куда впадает р. Гостагайка, перенося в лиман большое количество глинистых частичек. Ил занимает центральную часть лимана, общей мощностью 0,5 м. Здесь находятся глинистые илы: серые, черные и темно-серые.

Оз. Соленое находится в 9 км от ст. Тамани. Озеро лагунного происхождения, площадью 2 км². Мощность залежей темно-серых и черных илов колеблется от 0,25 до 1,2 м. Данные илы относятся к сульфатно-хлоридному и магниевому-натриевому типу. Эксплуатационные запасы составляют 260 тыс. м³.

Большие запасы лечебных грязей сосредоточены в грязевых сопках. Наиболее перспективными для добычи являются: сопка Азовская, Шуго, Ахтанизовская и Гнилая. Самая высокая из них сопка Ахтанизовская. Она имеет форму вулканического конуса, высотой 65 м. Сопка действующая, грязь стекает по склонам в виде глинистых языков. Суточный дебит колеблется от 3,6 до 6,0 м³/сут. Всего вулканов больше 10 на полуострове, а в районе прилегающего к Тамани около 60. Особый интерес представляет сопка Шуго в районе ст. Гастогаевской (Рис. 2). Шуго имеет температуру сопочной грязи около +14 °С [Иньшаков К.А. и др., 2012].



Рис. 2 – Вулкан Шуго [Минеральные воды..., 2002]

Наиболее часто используемые месторождения лечебных грязей Таманского полуострова приведены в таблице 1.

Табл. 1 – Месторождения лечебных грязей Таманского полуострова [Минеральные воды..., 2002]

№	Физико-химические особенности	Месторождение	Современное использование	Основные группы заболеваний
1	Морская среднеминерализованная среднесульфидная грязь (минерализация 15–25 г/дм ³)	Кизилташский лиман	Курорт Анапа ограниченно пакетирована	Система пищеварения, нервная система, ЛОР-органы, опорно-двигательный аппарат, кожные, гинекологические

Окончание табл. 1

№	Физико-химические особенности	Месторождение	Современное использование	Основные группы заболеваний
2	Сопочная бессульфидная среднеминерализованная грязь (минерализация 15–20 г/дм ³)	Сопка Азовская	Курорт Анапа	Система пищеварения, нервная система, ЛОР- органы, опорно- двигательный аппарат, кожные, гинекологические
3	Сопочная бессульфидная среднеминерализованная грязь (минерализация 15–20 г/дм ³)	Сопка Шуго	Внекурортное использование	Система пищеварения, нервная система, ЛОР- органы, опорно- двигательный аппарат, кожные, гинекологические

Открытые суммарные эксплуатационные запасы лечебных грязей в исследуемом районе составляют около 500 тыс. м³ [Нагалеvский Э.Ю. и др., 2013], которые позволяют развивать грязелечение на Кубани с привлечением новых технологий, дающим большой эффект в лечении остеохондроза, заболеваний опорно-двигательного аппарата и сердечно-сосудистых заболеваний.

Список использованных источников

1. Гидрология дельты и устьевого взморья Кубани / Под ред. В.Н. Михайлова. М., 2010.
2. *Иньшаков К.А., Нагалеvский Ю.Я., Щеглова З.П.* География лечебных грязей Краснодарского края // Географические исследования Краснодарского края. Вып. 7. Краснодар, 2012.
3. *Иосифова Е.В., Головин Ф.И., Довжанский С.И.* Минеральные воды и лечебные грязи Кубани. Краснодар, 1978.
4. Минеральные воды и лечебные грязи Кубани. Краснодар, 2002.
5. *Нагалеvский Э.Ю., Нагалеvский Ю.Я.* Краснодарский край как ведущая база индустрия отдыха и туризма в Российской Федерации // Непрерывное географическое образование: новые технологии в системе высшей и средней школы. Гомель, 2013.

МЕСТНЫЕ КУРОРТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ НА АЗОВСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье рассмотрены местные курорты Азовского побережья Краснодарского края. Представлена местная инфраструктура, включая пляжи изучаемой территории. Приведено курортное районирование Азовского побережья с выделением двух мезорайонов и курортных местностей.

Ключевые слова: Местные курорты, прибрежная морская полоса, типы пляжей, курортная местность.

Summary: The article discusses the local resorts of the Azov coast of the Krasnodar Territory. Local infrastructure is presented, including the beaches of the study area. The resort zoning of the Azov coast is given with the allocation of two mesoreions and resort areas.

Key words: Local resorts, coastal strip, types of beaches, resort area.

В крае реализуется Федеральная целевая программа (ФЦП) по развитию внутреннего и въездного туризма, которая рассчитана до 2025 г. В программе предусмотрено создание инфраструктуры на курортах местного значения Азовского побережья в ст. Голубицкой (Темрюкский район), с. Ачуево (Славянский район), гг. Приморско-Ахтарске и Ейске.

При общей длине береговой линии в 363 км для пляжного отдыха используется около 10% этой территории [Нагалецкий Э.Ю. и др., 2015]. В 2019 г. на Азовском побережье работало 72 пляжа, протяженностью около 15 км, что говорит о слабом использовании этого ресурса. Типы пляжей в изучаемом районе представлены: в Ейской курортной местности – песчаными образованиями, при этом наилучшие места для отдыха находятся на косах Ейской и Должанской (Рис. 1), а в Приморско-Ахтарской и Голубицкой курортных местностях пляжи ракушечные (Табл. 1). Наиболее быстро развивается курортная местность Голубицкая в Темрюкском районе, где имеются ракушечно-песчаные пляжи и лиманы с лечебной грязью (оз. Голубицкое, л. Кизилташский). Привлекательные ландшафты и

мелководные лиманы создают возможность для лечения и отдыха, развития некоторых видов туризма, любительской охоты и рыбной ловли.



Рис. 1 – Должанская коса с городским пляжем (фото авторов)

Табл. 1 – Береговая линия Азовского моря в пределах Краснодарского края [Нагалецкий Э.Ю. и др., 2015]

Отрезок береговой полосы	Тип пляжей	Тип берегов	Длина береговой линии
г. Ейск – г. Приморско-Ахтарск	песчано-ракушечные	пологие, местами обрывистые обрушающиеся, практически лишенные пляжа	138,4 км
г. Приморско-Ахтарск – г. Темрюк	песчано-ракушечные (до с. Ачуево)	пологие	144,4 км
г. Темрюк – пос. Кучугуры	ракушечные	пологие, у пос. Кучугуры – крутые	33,6 км
пос. Кучугуры – Керченский пролив	песчаные (до пос. Ильич, переходящий в песчано-ракушечный	обрывистые, обрушающиеся, практически лишенные пляжа (до пос. Ильич)	35 км

Этнографическая деревня «Атамань» становится центром проведения различных фестивалей и соревнований общероссийского и международного уровня. Одной из особенностей Таманской рекреационной области является наличие лиманов, часть которых богата лечебными грязями (сапрапелем), которые используются в санаториях гг. Анапы, Геленджика для лечения детей и взрослых.

К преимуществам Азовского побережья относят: недорогую стоимость услуг, что очень важно для отдыхающих с небольшими доходами и многодетных семей; благоприятные климатические условия, которые продлевают купальный сезон до 4,5 мес. Среди недостатков побережья выделяют: нехватку квалифицированных кадров в области рекреации и туризма, низкий уровень развития инфраструктуры, недостаточно обустроенная береговая полоса.

Каждая лечебная местность своеобразна и имеет свои физико-географические отличия. В 2019 г. курорты Азовского побережья приняли около 700 тыс. чел. (большая часть туристического потока пришлась на Темрюкский и Ейский районы). В пределах Азовского побережья Краснодарского края [Бабурин В.Л. и др., 2009] выделяют 2 мезорайона:

1. *Ахтарско-Ейский мезорайон* (с курортными местностями Приморско-Ахтарской и Ейской) обладает гидротермальными ресурсами (Ейское месторождение минеральных вод), лечебными грязями для развития бальнеологии и пляжного отдыха. Купальный сезон длится с 11 мая по 25 октября [Атлас туриста..., 1989].

2. *Таманский мезорайон* (в который входит Голубицкая лечебная местность) имеет лучшие климатические условия и широкую пляжную полосу. Здесь формируется лечебный, пляжный, познавательный туризм, а также агротуризм, спортивная рыбалка и охота. Период купания с температурой морской воды длится с 16 мая по 25 сентября. В этом районе местный туризм достиг наибольшего развития. Здесь курортно-оздоровительная сфера включает более 28 баз отдыха, 4 пансионата, 12 детско-оздоровительных учреждений, где купальный сезон длится с 25 мая по 4 ноября [Гидрология дельты..., 2010].

Богатая флора и фауна Азовского побережья дает возможность для развития экологического туризма. В изучаемом районе можно посетить следующие природные заказники – Таманский, Ахтанизовский, Ясенский, Азовский, «Лотос» и познакомиться с их уникальными ландшафтами [Богучарсков В.Т. и др., 1979].

Туристическая отрасль Азовского побережья Краснодарского края является одной из самых перспективных с точки зрения вложения капитала и развития территории. Используя базу природно-ресурсного потенциала необходимо создавать привлекательные инвестиционные проекты, реализация которых способствует развитию различных сфер экономической деятельности, увеличение налоговых поступлений, создание новых рабочих мест, развитие инфраструктуры, а также увеличение привлекательности самой территории.

Список использованных источников

1. Атлас туриста «Азово-Черноморское побережье СССР» / Отв. ред. В.Ф. Северинов; разработ. О.И. Любарец, Г.Н. Кучеренко. М., 1989.
2. *Бабурин В.Л., Горячко М.Д.* Перспективы использования курортно-рекреационного потенциала Азовского побережья. Труды IV междунар. науч. практич. конф. М., 2009.
3. *Богучарсков В.Т., Иванов А.А.* Дельта Кубани. Ростов н/Д, 1979.
4. Гидрология дельты и устьевого взморья Кубани. М., 2010.
5. *Нагалецкий Э.Ю., Нагалецкий Ю.Я., Таценко Ю.С., Антипова Ю.О.* Типизация пляжей Азово-Черноморского побережья Краснодарского края // Географические исследования Краснодарского края. Вып. 9. Краснодар, 2015.

БИОКЛИМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ Г. КРАСНОДАРА КАК РЕКРЕАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация. Биоклиматические ресурсы – структурный элемент туристско-рекреационных ресурсов. Описаны задачи, решаемые с помощью климатоэкологической оценки. Дана характеристика биоклиматических особенностей г. Краснодара для целей лечебно-оздоровительной рекреационной деятельности. Определены наиболее комфортные сезоны.

Ключевые слова: погодные условия, окружающая городская среда, биоклимат, рекреационная деятельность, г. Краснодар, оценка биоклимата города.

Summary: Bioclimatic resources are a structural element of tourist and recreational resources. The problems solved with the help of climate-ecological assessment are described. The article describes the bioclimatic features of Krasnodar for the purposes of medical and recreational activities. The most comfortable seasons are determined.

Key word: weather conditions, urban environment, bioclimate, recreational activities, Krasnodar, assessment of the city's bioclimate.

В настоящее время влияние погодных условий на человека очевидно, более того это влияние может быть, как положительным, так и отрицательным применительно к рекреационной деятельности. Направление такого влияния погодных условий еще недостаточно изучено и является одним из наиболее активно разрабатываемых направлений биоклиматологии, которому посвящено множество работ в области физической географии, экологии, климатологии, биометеорологии, рекреационной географии, экологической климатологии, медицинской географии. Исследования в рамках влияния погоды на человека также важны для оценки возможности проведения туристской, рекреационной и лечебно-оздоровительной деятельности.

Биоклимат представляет собой климатические условия экологической составляющей, определяющие условия

жизнедеятельности (развития, воспроизводства, распределения) живых организмов. Анализ влияния климатических и погодных явлений на здоровье человека, на его всестороннюю деятельность в разных городах актуально, поскольку не для каждого могут подходить те или иные условия среды (это особенно важно для людей с проблемами со здоровьем). Биоклиматические параметры, изучаемые в рамках биоклиматологии – влажность, температура, скорость и направление ветра, количество осадков, давление воздействуют на организм человека как комплексно, так и по отдельности. Биоклиматические ресурсы являются структурным элементом климатической составляющей туристско-рекреационных ресурсов.

Большинство людей, проживая на урбанизированных территориях, почти постоянно пребывают в искусственных условиях, которые ослабляют иммунитет человека, способность нормально восстанавливать свои силы (рекреация), выполнять трудовую деятельность. Важно помнить, что при организации отдыха под влиянием длительного нахождения человека в естественных природных условиях, особенно при применении климатопроектур, значительно повышается устойчивость организма к неблагоприятному воздействию окружающей среды [Романова Е.Н., 2000].

Очень важно учитывать дискомфортные явления погоды, особенно в рамках современной городской среды: переохлаждение и перегрев; избыток и недостаток УФ; изменчивость погоды; духоту; гигротермический дискомфорт; большие ветровые нагрузки; продолжительный туман; значительные осадки; интенсивную грозовую деятельность. Эти явления дискомфортны для организма человека и являются преградой для проведения большинства рекреационных мероприятий, а опасные метеорологические явления (грозы, ураганы) полностью исключают любые виды рекреационной деятельности [Мурад Д., 2015].

Город обладает своими, специфическими микроклиматическими условиями и при городском планировании обязательно надо принимать во внимание основные метеорологические факторы. Необходимо учитывать конфигурацию зданий для снижения потребления энергии и комфортный уровень солнечного освещения и защиты от солнечного света, достаточный уровень защиты от ветра (сильных холодных и горячих потоков воздуха), хороший уровень вентиляции. Есть большая зависимость от качества и местоположения зданий, качества строительных материалов, которые позволят сделать

отопление, освещение и кондиционирование воздуха более эффективными.

С помощью климатоэкологической оценки решается ряд задач: оценка комфортности условий климата для проживания на определенной урбанизированной территории; выявление наиболее комфортных и дискомфортных сезонов года для различных видов деятельности, в том числе, для рекреационной; определение их оптимальной продолжительности; выявление подходящего режима трудовой деятельности; характеристика взаимосвязи климатоэкологических условий территории и состоянием здоровья населения в современной городской среде.

Что касается изучаемого города, то климат Краснодара переходный, от умеренно-континентального к сухому субтропическому. Температурный режим сходен с такими городами, как Милан и Нью-Йорк, с мягкой зимой без устойчивого снежного покрова и жарким летом. Лето в Краснодаре – самый продолжительный сезон и длится 5 месяцев (май – сентябрь). Зима в городе короткая, средняя продолжительность – 40 дней, примерно с середины января до конца февраля. Самые нестабильные сезоны – это осень и весна.

Значительные перепады температур воздуха за короткий интервал времени переносятся организмом даже хуже, чем сами высокие температуры. В Краснодаре в течение года преобладают (50% всех случаев зимой и 70% летом) изменения температуры от суток к суткам до ± 2 °С, что практически человеком не ощущается. Изменение температуры до ± 4 °С летом (июнь – август) наблюдается в 20% всех случаев, а больше ± 4 °С еще реже – в 1–2%. Большие перепады средних суточных температур характерны в основном для холодного времени года; в декабре – феврале в 22–26% случаев они могут достигать 4–18 °С, а в 1–3% случаев 10–18 °С. Резкие перепады температуры воздуха, происходящие в течение одних суток, учтены при расчете наибольших амплитуд, возможных 1 раз в различные периоды времени. Для рекреационной деятельности благоприятны ЭЭТ с характеристиками «комфорт» и «умеренная нагрузка» (Рис. 1) [Алин А.С., 2020].

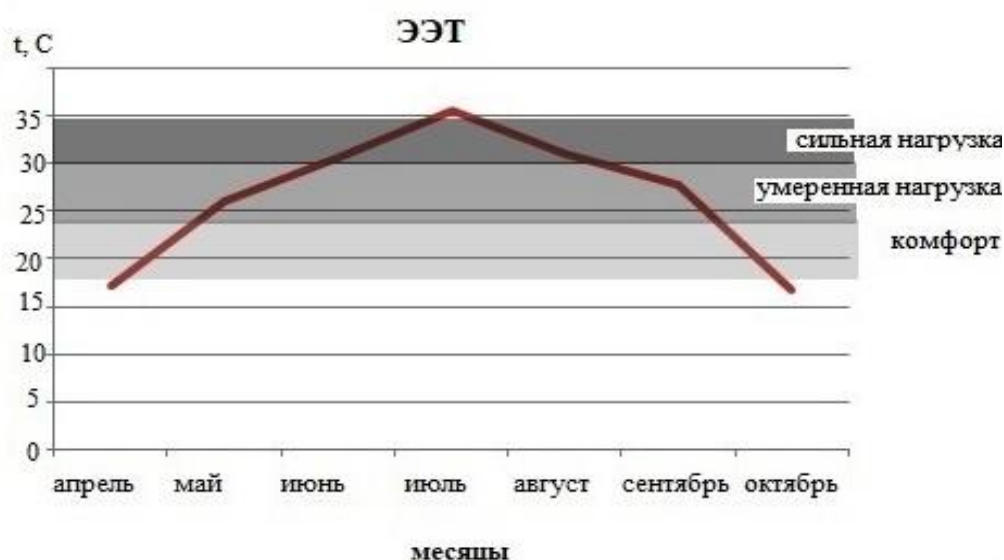


Рис. 1 – Степень комфорта дневных ЭЭТ

Воздух г. Краснодара в среднегодовом диапазоне обладает оптимальными показателями относительной влажности воздуха. Они колеблются от 71% в 2011 г. до 63% в 2018 г. Влажность воздуха зависит преимущественно от западных атлантических циклонов. Количество осадков в Краснодаре варьируется от 779,3 мм в 2011 до 572,4 мм в 2012 гг. В целом же, этот показатель за 2011–2018 гг. составил 690 мм [Исаев А.А., 2001].

Ветер оказывает охлаждающее действие на людей. Слабый ветер возбуждает, сильный раздражает и угнетает нервную систему, а на открытых участках тела вызывает едва уловимые сосудистые реакции. В Краснодаре в большинстве случаев стоит тихая безветренная погода, особенно ночью; когда скорость ветра не превышает 2–3, редко 4–7 м/с. К середине дня ветер несколько усиливается и повторяемость скорости ветра 4–7 м/с достигает 30–50%.

На теплое полугодие приходится почти 80% годовой продолжительности солнечного сияния. В зимний период показатель колеблется от 28,5 до 108,6 ч., а в летний – в пределах 250–350 ч. Продолжительность солнечного сияния в 2017 г. составила 2 191,5 ч., в 2018 г. – 1701,4 ч. [Кислов А.В., 2001].

Считается, что для лечебно-оздоровительного отдыха наиболее благоприятна пересеченная местность с незначительными перепадами высот. Лечебно-оздоровительные учреждения обычно размещаются на равнинах, в предгорьях и низкогорьях до высоты в 1 000 м. В целом, территория г. Краснодара подходит под эти требования. В течении

года категории тепловых нагрузок в городе колеблются от «Прохладно» до «Тепло» с комфортными нагрузками. Зимние месяцы можно отнести к малосуровым. Продолжительность солнечного сияния, в целом, оказывает щадящее воздействие.

Таким образом, в результате климатоэкологической оценки выявлено, что элементы погоды не ограничивают туристскую и рекреационную деятельность в г. Краснодар в течение года. Согласно понятию «климатического комфорта» можно выделить наиболее и наименее благоприятные сезоны. Лечебно-оздоровительные процедуры и рекреационные занятия целесообразно проводить в дневное время в период с апреля по май и с сентября по октябрь, так как в эти периоды основные метеорологические параметры оцениваются как щадящие с умеренной нагрузкой. В августе в некоторые годы эффективная температура оценивается как «жарко», а дневные эквивалентные эффективные температуры, которые учитывают воздействие ветра, имеют сильную тепловую нагрузку, что делает этот месяц самым неблагоприятным.

Список использованных источников

1. *Алин А.С., Пащкловская А.А.* Характеристика биоклимата города Краснодара // Региональные географические исследования. Краснодар, 2020.
2. *Исаев А.А.* Экологическая климатология. М., 2001.
3. *Кислов А.В.* Климат в прошлом, настоящем и будущем. М., 2001.
4. *Мурад Д.* Биоклиматическая архитектура: обзор опыта создания внешнего комфорта городской среды в условиях сухого и жаркого климата. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bioklimaticheskaya-arhitektura-obzor-opyta-sozdaniya-vneshnego-komforta-gorodskoy-sredy-v-usloviyah-suhogo-i-zharkogo-klimata>.
5. *Романова Е.Н., Гобарова Е.О., Жильцова Е.Л.* Методы использования систематизированной климатической и микроклиматической информации при развитии и совершенствовании градостроительных концепций. СПб, 2000.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫЕЗДОВ РОССИЯН В СТРАНЫ
ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА С ЦЕЛЬЮ
КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Волгоградский государственный
социально-педагогический университет**

Аннотация: В данной статье рассмотрены перспективы организации кинематографического туризма в странах постсоветского пространства и факторы, препятствующие развитию данного направления. Проанализирован уровень развития этого вида туризма в других странах.

Ключевые слова: кинематографический туризм, выездной международный туризм, турпоток, достопримечательности, статистика посещений.

Summary: This article discusses the prospects for organizing cinematic tourism in the post-Soviet countries and the factors that hinder the development of this direction. The level of development of this type of tourism in other countries is analyzed.

Key words: cinematographic tourism, outbound international tourism, tourist traffic, attractions, statistics of visits.

Выездной туризм в России после 2014 г. претерпевает существенные изменения. В период изменившейся геополитической и экономической ситуации в мире, в условиях санкций, роста курсов основных валют по отношению к рублю, снижения благосостояния населения, усложнения получения Шенгенской визы важной становится задача диверсификации стран принимающего туризма [Деточкин Л.В., 2019]. Поэтому, в сложившихся условиях, необходимо обратить внимание на путешествия с целью туризма в страны постсоветского пространства, особенно в те, которые имеют достаточно стабильную экономическую ситуацию [Деточкин Л.В., 2014]. С учетом благоприятных политических отношений с большинством государств есть определенные преимущества. Для выезда во многие страны бывшего СССР россиянам не нужна виза: Азербайджан, Армения, Молдова, Таджикистан, Украина принимают

туристов по заграничному паспорту, а Абхазия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия – по российскому [Страны безвизового..., 2020].

Однако общее историческое прошлое России и стран постсоветского пространства оказывает влияние на целевую направленность путешествий. Несмотря на высокую посещаемость, поездки в страны бывшего СССР на данном этапе совершаются россиянами в личных целях, а не в туристических. К примеру, в Грузию за 9 мес. 2019 г. из 1,03 млн поездок с целью туризма было совершено только 213,3 тыс., что составляет 20,7%. В Азербайджан, который в последние годы развивается очень мощно на приеме туристов из России, из 609,7 тыс. поездок туристическую направленность имели 82 тыс. поездок (13,5%) [Выездной турпоток..., 2019]. Значительная доля туристических поездок характерна для Абхазии, однако востребованных видов туризма здесь всего два – экскурсионный и пляжный. Часто туризм носит ностальгический характер, поэтому не входит в число приоритетных направлений для молодого поколения.

Поэтому, чтобы повысить интерес к странам бывшего СССР как к объектам туризма, необходимо представить имеющиеся туристские ресурсы в новом качестве. Мы предлагаем обратить внимание на развитие кинематографического туризма. Кинематографический туризм – это разновидность туризма, целью которого является посещение местности, связанной с теле- и киноиндустрией. Он набирает все большую популярность и приносит значительный доход в экономики государств. По мнению экспертов, цель каждого пятого тура в Великобританию – увидеть места съемок саги о Гарри Поттере. Появление сериала «Игра престолов» принесло экономике Северной Ирландии около 200 млн долл. США и более 100 тыс. туристов, а турпоток в Исландию вырос до 1 млн чел. Число посещений Новой Зеландии возросло после выхода на экраны трилогий «Властелин Колец» и «Хоббит». Ежегодные валютные поступления от туристов теперь составляют около 30 млн долл. США.

Учитывая опыт перечисленных стран, мы считаем, что страны постсоветского блока имеют большие возможности для развития кинотуризма, особенно перспективно привлекать туристов из России именно этим направлением. Ежегодно на территории данных государств снимают десятки кинолент, многие проекты получают народное признание и награды на международных конкурсах. Тем не менее, для россиян наиболее известны либо старые советские фильмы, либо современные российские. На демонстрации мест съемок этих фильмов возможно развитие кинотуризма. В качестве природы для

кино, ландшафты стран бывшего СССР использовались многими киностудиями. Нами была составлена таблица, где отражены популярные фильмы и сериалы, снятые различными кинокомпаниями в разные годы (Табл. 1).

Табл. 1 – Фильмы и сериалы, снятые в странах бывшего СССР

	<i>Название</i>	<i>Год</i>	<i>Страна-производитель, кинокомпания</i>	<i>Город, где снимался фильм</i>
<i>Абхазия</i>	Веселые ребята	1934	СССР, «Мосфильм»	Гагра (дача врача Сергея Федорова)
	Время счастливых находок	1969	СССР, «Мосфильм»	Сухум (средняя школа № 3)
	Спортлото-82	1982	СССР, «Мосфильм»	Гегский водопад, дорога к оз. Рица
	Зимний вечер в Гаграх	1985	СССР, «Мосфильм»	Гагра (ресторан «Гагрипш», гостиница «Гагра»)
	Август. Восьмого	2012	Россия, «Главкино»	Ткварчели, Ауадхара
<i>Азербайджан</i>	Человек-амфибия	1961	СССР, «Ленфильм»	Баку (Старые кварталы Ичери Шехер, Девичья башня)
	Бриллиантовая рука	1968	СССР, «Мосфильм»	Бакинская бухта, Ичери Шехер
	Не бойся, я с тобой	1981	СССР, «Азербайджанфильм»	Баку (Ичери Шехер), с. Илису
	И целого мира мало	1999	Великобритания, США «Metro Goldwyn Mayer»	пос. Биби-Эйбат (Сабаилский р-н Баку)
<i>Армения</i>	Здравствуй, это я!	1965	СССР, «Арменфильм»	Ереван
	Танго нашего детства	1984	СССР, «Арменфильм»	Гюмри (заповедник Кумайри)
	Без границ	2015	Россия, «Небо»	Ереван
<i>Белоруссия</i>	Бронзовая птица	1974	СССР, «Беларусьфильм»	Минск (площадь Свободы)
	Каменская (сериал)	1999-2011	Россия	Минск (Троицкое предместье, ул. Старовиленская, пр. Победителей, гост. «Агат» и др.)
	В августе 44-го	2001	Белоруссия, Россия, «Беларусьфильм»	деревня Строчица Минской обл.
	Стиляги	2008	Россия	Минск (ГУМ, пр. Независимости, Художественный музей)
	ПираМММида	2011	Россия, «Леополис»	Минск (Дворец Республики)
<i>Грузия</i>	Мимино	1977	СССР, «Мосфильм»	с. Омало, Шенако, Тбилиси
	Любовь и голуби	1984	СССР, «Мосфильм»	Батуми
	Любовь с акцентом	2012	Россия	Батуми
	Без границ	2015	Россия, «Небо»	Тбилиси

Окончание табл. 1

	<i>Название</i>	<i>Год</i>	<i>Страна-производитель, кинокомпания</i>	<i>Город, где снимался фильм</i>
	Возвращение в А	2011	Казахстан, Россия «Байтерек»	Алма-Ата
	Ход конем	2013	Армения, Казахстан «Sharm Pictures»	Алма-Ата
<i>Латвия</i>	Семнадцать мгновений весны	1973	СССР, Киностудия им. Горького	Рига (ул. Яуниела, лютеранская церковь Креста)
	Узник замка Иф	1988	СССР, Одесская к/ст.	Рига (площадь Гердера)
	Приключения Шерлока Холмса и Доктора Ватсона	1979-1986	СССР, «Ленфильм»	Рига (ул. Яуниела)
<i>Литва</i>	Бронзовая птица	1974	СССР, «Беларусьфильм»	Яшюнай (Шальчиникский р-н)
	Приключения Буратино	1975	СССР, «Беларусьфильм»	Вильнюс (Старый город)
	Табор уходит в небо	1975	СССР, «Мосфильм»	Вильнюс (ул. Пилес)
	Приключения Электроника	1979	СССР, Одесская к/ст.	Вильнюс (парк Вингис, Лаздинай)
<i>Молдова</i>	Не имей 100 рублей	1959	СССР, «Ленфильм»	Тирасполь, Бендеры
	Каникулы Петрова и Васечкина	1984	СССР, Одесская киностудия	Старый Орхей (Бутучены, Требужены)
<i>Туркменистан</i>	Белое солнце пустыни	1970	СССР, «Ленфильм», «Мосфильм»	Побережье Каспийского моря в районе г. Байрам-Али
	Офицеры	1971	СССР, к/ст. им. Горького	Ашхабад
	Кин-дза-дза	1986	СССР, «Мосфильм»	Неподалеку от г. Небит-Даг (Балканабад) в пустыне Каракумы.
<i>Узбекистан</i>	Улица 13 тополей	1969	СССР, Киностудия им. А. Довженко	Ташкент (гост. «Ташкент», Большой театр им. Алишера Навои и др.)
	Джентльмены удачи	1971	СССР «Мосфильм»	Самарканд (Мавзолей Гур-Эмир, Каттакурганский СИЗО)
	Приключения Али-бабы и 40 разбойников	1979	СССР, Индия «Узбекфильм»	Ташкент, Бухара
<i>Украина</i>	Весна на Заречной улице	1956	СССР Одесская киностудия	Запорожье («Запорожсталь», «Дне-проспексталь», шк. № 4, 47), Одесса
	Д'Артаньян и три мушкетера	1979	СССР Одесская киностудия	Свиржский замок, Подгорецкий дворец, Дворец Потоцких, Армянский каф. собор, Хотинская крепость
	Перевозчик - 3	2008	Франция, Великобритания, США, «ЕуропаСорп»	Одесса (центральные улицы города, порт)
	О чем говорят мужчины	2010	Россия «Квадрат»	Киев (ул. Лютеранская, пл. Ивана Франко, Оболонская Набережная), Одесса
<i>Эстония</i>	Приключения желтого чемоданчика	1970	СССР, к/ст. им. Горького	Таллин (Старый город, р-н Мустамяэ)
	Собака Баскервилей	1981	СССР, «Ленфильм»	Таллин (парк Тяхеторни, улочка Хобусепа), пос. Ристи
	Выше радуги	1986	СССР, Одесская к/ст.	Таллин

Турагентствами и местными жителями предпринимаются попытки организации экскурсий по местам съемок кинофильмов. Так, в Узбекистане в 2009 г. был открыт туристический маршрут через отроги Западного Тянь-Шаня в «пещеру Али-бабы». Маршрут «Штирлиц в Риге» – одна из визитных карточек туристической Латвии. По данным нашей таблицы можно утверждать, что возможностей для организации маршрутов по местам съемок культовых кинофильмов значительно больше. Для развития кинематографического направления в туристской отрасли необходима разработка и активная рекламная кампания новых туров, обеспечение стилизованных фотозон в местах съемок, а также поддержка со стороны правительственных органов.

Помимо организации экскурсионных маршрутов, странам постсоветского пространства следует привлекать больше зарубежных кинокомпаний для съемок фильмов. К примеру, компания «Academy Films» начала работу по привлечению кинематографистов из разных стран в Армению: создан архив локаций, которые могут заинтересовать иностранных продюсеров, режиссеров, операторов. В Казахстане планируются съемки нового кино, где режиссером является Джеки Чан. Выход фильма с участием голливудских «звезд» будет способствовать большему потоку туристов.

Интересными, на наш взгляд, будут экскурсии по музеям кинематографии и советским киностудиям. К примеру, на территории «Одесской киностудии» расположен музей кино, где представлены книги, газеты, журналы о кино 1900–1990-х гг., каталоги работ, созданных на киностудии, фотоальбомы актерских проб, информация о работниках киностудии, кинотехника и т.п.

Исходя из вышеизложенного, мы можем сделать вывод: страны постсоветского пространства имеют хорошие перспективы для организации кинематографического туризма. В Киргизии, Туркменистане, Молдове знакомство с национальным кинематографом обеспечит увеличение турпотока и будет способствовать в целом развитию туризма. В др. странах кинематографический туризм – это способ разнообразить имеющиеся туристские ресурсы. Однако, в условиях непростых политических взаимоотношений с некоторыми государствами, даже не экономическая составляющая играет главную роль. Советский кинематограф – это «душа» СССР. Для съемок одной картины съезжались актеры со всех республик огромной страны. Совместными усилиями созданы шедевры, любимые многими поколениями. Чтобы сделать хоть маленький шаг к изменению сложившейся ситуации

между отдельными постсоветскими государствами, нужно жителям каждой страны вспомнить теплые чувства, которые с первых кадров вызывают знакомые с детства киноленты.

Список использованных источников

1. Выездной турпоток за 9 мес. 2019 г. // RATA news, 2019. № 4927. URL: <https://ratanews.ru/news/news51120191.stm>.

2. *Деточенко Л.В.* Проблемы и особенности демографической ситуации в странах постсоветского пространства / Грани познания. 2014. № 5 (32).

3. *Деточенко Л.В.* Эволюция туристских дестинаций постсоветских стран Закавказья – из ассортиментных в приоритетные // Ассоциации российских географов-обществоведов. Казань, 2019.

4. Страны безвизового или упрощенного въезда для граждан РФ. URL: <http://www.travel.ru/formalities/visa/visafree>.

РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ Г. ИЖЕВСК

Удмуртский государственный университет

Аннотация: Статья содержит описание одного из вариантов оценки рекреационного потенциала. Методика применена для оценки рекреационного потенциала административных районов г. Ижевск.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, методика оценки, Ижевск.

Summary: The article is contains a description of one of the options for assessing recreational potential. The methodology to assess the recreational potential of the administrative districts of the city of Izhevsk was applied.

Key words: recreational potential, estimation methods, Izhevsk.

Город Ижевск – столица Удмуртской Республики. Он занимает примерно 315 км² территории, на которой проживает около 649 тыс. жителей (20-е место среди городов Российской Федерации). В административном отношении город разделен на 5 районов. Индустриальный (площадь территории – 35 км², население – 122 тыс. жителей), Ленинский (130 км², 126 тыс. жителей), Октябрьский (88 км², 135 тыс. жителей), Первомайский (50 км², 127 тыс. жителей), Устиновский (24 км², 139 тыс. жителей).

После Великой Отечественной войны военная промышленность осталась ведущей отраслью экономики города, поэтому г. Ижевск был объявлен закрытым для иностранцев. О развитии туризма в Удмуртии в то время речи не шло. Даже после «открытия» города традиционными ведущими отраслями республики и ее столицы остаются отрасли ВПК, невоенное машиностроение, нефтедобывающая промышленность, черная металлургия.

Первая «волна» интереса к туризму как хозяйственному объекту в Удмуртской Республике (и в Российской Федерации) пришла в начале 2000-х гг. Тогда начались и первые комплексные исследования рекреационного комплекса как Удмуртии в целом, так и г. Ижевска – в частности [Кудрявцев А.Ф. и др., 2012].

В 2014 г. в Удмуртской Республике активизировались и были успешно проведены работы в рамках выигранного гранта по созданию туристско-рекреационного кластера «Камский берег» [Сидоров В.П., 2016].

Ижевск, располагаясь географически близко к главным центрам кластера (50–60 км), тем не менее, рассматривался в вышеупомянутом гранте как *неявная* дестинация «Камского берега». По мнению автора статьи, подобное игнорирование г. Ижевска ослабило туристскую привлекательность всего кластера «Камский берег» и не способствовало продвижению рекреационной привлекательности столицы Удмуртии. Причем, не только как столицы региона РФ, но и центра Ижевской агломерации, к которому тяготеют не только 1,2 млн жителей (потенциальных рекреантов) Удмуртской Республики, но и около 300 тыс. жителей прилегающих районов Республик Башкортостан и Татарстан, а также Пермского края.

Одна из причин сложившейся ситуации – отсутствие работ по учету количественных различий в размещении рекреационных объектов по территории г. Ижевска. Показатели рекреационного потенциала разноразмерные, разнокачественные, разнонаправленные и не все они имеют количественную форму. Поэтому, по мнению автора, его оценку целесообразно произвести с помощью интегрального агрегированного показателя.

В качестве частных показателей для расчета интегрального показателя рекреационного потенциала административных районов Ижевска были использованы:

1. Количество объектов культурного наследия федерального и регионального значения.

2. Количество источников бальнеологических ресурсов (минеральных вод, лечебных грязей).

3. Количество спортивных объектов (стадионов, бассейнов, дворцов спорта, крытых катков, фитнес-центров и т.п.).

4. Количество парков культуры и отдыха.

5. Количество скверов и бульваров.

6. Количество рекреационных учреждений культуры (театров, кинотеатров, домов творчества, цирка, зоологического парка и т.п.).

7. Количество крупных универсальных предприятий торговли (гипермаркетов, рынков, торгово-развлекательных центров), которые будут привлекать помимо местного населения также жителей сопредельных территорий Удмуртии и других регионов.

8. Количество домов детского творчества и детских клубов.

9. Количество гостиниц, хостелов прочих мест размещения потенциальных туристов.

10. Количество ресторанов.

Размещение рекреационных объектов по районам Ижевска показано в таблице 1. Название показателя в 1 строке заменено на его номер из вышеперечисленного списка [Объекты..., 2020], [Сидоров В.П. и др., 2007].

Табл. 1 – Размещение рекреационных объектов по территории административных районов г. Ижевска

Районы города Ижевск / Показатели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Индустриальный район	6	0	10	2	5	2	20	19	12	15
Ленинский район	7	3	6	0	1	0	39	22	18	4
Октябрьский район	65	6	16	2	6	10	26	30	16	23
Первомайский район	27	3	12	0	3	3	37	29	18	11
Устиновский район	0	0	4	0	1	3	21	30	2	8

Частные показатели формализовались, нормировались, взвешивались. После чего использовались для расчета интегрального показателя. Значения интегрального показателя рекреационного потенциала административных районов Ижевска выглядят следующим образом:

1. Октябрьский район – 9,556.
2. Первомайский район – 5,859.
3. Индустриальный район – 5,216.
4. Ленинский район – 4,057.
5. Устиновский район – 2,714.

Проведенное исследование и произведенные измерения показали заметную географическую неравномерность размещения рекреационных объектов по территории Ижевска. В то же время, подобные диспропорции не вызывают беспокойства – в отличие от

руральных пространств. Компактность городской территории, наличие развитой системы общественного транспорта позволяют нивелировать эти различия.

Полученные в ходе описанного в статье исследования результаты носят предварительный характер. Цель – отработать методику самой оценки. Поэтому в дальнейшем предполагается существенно увеличить количество частных показателей, совершенствовать систему их подготовки к применению при подсчете интегральных значений.

Список использованных источников

1. Карта Ижевска. URL: <https://youkarta.ru/wp-content/uploads/2018/10/Karta-Izhevskaja-s-rajonami-min.jpg>.

2. *Кудрявцев А.Ф., Сидоров В.П., Скобелева О.А.* Оценка рекреационного потенциала региона (на примере Удмуртской Республики) // Материалы II Международной научно-практ. конф. «Туризм и региональное развитие». Смоленск, 2002.

3. Объекты культурного наследия Удмуртской Республики: памятники истории и культуры регионального и федерального значения. 2020 г. URL: <http://www.udmurt.ru/region/social/culture/Files/NedvPamIst/UR.Php>; <http://www.udmurt.ru/region/social/culture/Files/NedvPamIst/FZ.php>.

4. *Сидоров В.П.* Перспективы развития туристско-рекреационного кластера «Камский берег» в Удмуртской Республике // Туризм в глубине России. Сборник трудов IV Всероссийского научного семинара. Пермь, 2016.

5. *Сидоров В.П., Бузмаков Ф.Г.* Туристские условия и ресурсы Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. Серия «Науки о Земле». 2007. № 11.

Д.В. Сидорова, А.В. Коновалова, Л.М. Кудинова

ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье рассмотрены перспективные инвестиционные проекты в туристско-рекреационном комплексе Республики Адыгея. Представлена их актуальность и слабые стороны.

Ключевые слова: туристско-рекреационный комплекс, инвестиционный проект, инвестиционное обеспечение.

Summary: the article considers promising investment projects in the tourist and recreational complex of the Republic of Adygea. Their relevance and weaknesses are presented.

Key words: tourist and recreational complex, investment project, investment support.

Современная экономика во многом зависит от количественного и качественного инвестиционного обеспечения. На современном этапе формирования и развития рыночных отношений все большие приоритеты завоевывают в конкурентной борьбе те организации, в рынках которых налаживается весьма стройная система и динамика инвестиций как внутреннего, так и внешнего характера. Одной из перспективных отраслей, ориентированных на привлечение инвестиций, является туризм, развитие которого направлено не только на восстановление физического, но и психолого-социального состояния населения, так как возрастающая интенсивная нагрузка негативно влияет на жизнь и здоровье людей [Сидорова Д.В., Филобок А.А и др., 2014].

Значительными возможностями для развития индустрии туризма и отдыха располагает Республика Адыгея, отличающаяся общественно-политическим спокойствием среди республик Северного Кавказа [Сидорова Д.В., Сидоров А.А. и др., 2016]. В 2019 г. регион посетило порядка 465 тыс. отдыхающих, что на 2,5% больше показателя 2018 г. Из всех видов рекреационных ресурсов на

территории республики лидируют историко-культурные, туристские и природные.

Развитие туризма в Адыгее является одним из приоритетных направлений. Несомненными плюсами являются развитая сеть автодорог, близость к крупным городам юга России, благоприятные природно-климатические условия. В республике наиболее популярен активный отдых. Кроме того, в регионе все большую популярность набирают событийный и гастрономический туризм. Наиболее важным мероприятием является фестиваль адыгейского сыра. В 2019 г. его посетило более 15 тыс. чел. В 2020 г. фестиваль прошел в новом онлайн-формате в связи со сложной эпидемиологической ситуацией. Также традиционными стали этнографические фестивали, которые проводятся в горной части республики и привлекают всё большее число туристов.

В Адыгее также получили развитие такие виды туризма, как лечебно-оздоровительный, пешеходный, горный, альпинизм и скалолазание, горнолыжный, водный, а также неорганизованные формы авто- и мототуризма. Развитие новых объектов туристско-рекреационного комплекса позволит привлечь в регион туристов, которым интересен не только активный отдых.

В сочетании с природными богатствами, комфортным климатом, самобытным культурным и историческим наследием такие мероприятия позволяют сделать отдых в Республике Адыгея более интересным и востребованным.

В качестве факторов, ограничивающих развитие туризма, можно выделить недостаточную развитость инфраструктуры и инвестиционную обеспеченность, отсутствие информационной освещенности потенциальных туристов о туристско-рекреационном потенциале Республики Адыгея и др.

Для более эффективного привлечения и распределения инвестиций в туристско-рекреационный комплекс региона одним из основных рычагов развития может стать формирование инвестиционных площадок. На инвестиционном портале Республики Адыгея сформированы инвестиционные предложения в туристско-рекреационной сфере [Инвестиционный портал...]. Для реализации представленных проектов уже готовы инвестиционные площадки, где есть вся необходимая инфраструктура. Так как туристический поток в республику с каждым годом увеличивается, появляется

необходимость в создании новых объектов туризма, чему как раз будет способствовать реализация данных инвестиционных проектов.

Рассмотрим более подробно каждый из представленных инвестиционных проектов:

1. Создание туристско-рекреационного комплекса на базе термального источника в п. Табачный является актуальным, так как велика необходимость увеличения в республике высококлассных гостиничных объектов, которые способны предоставить качественный сервис и обладающих соответствующей материально-технической базой. В рамках данного комплекса возможно будет принимать отдыхающих круглый год, независимо от сезона.

2. Актуальность создания рекреационно-исторического парка «Мишоко» в п. Каменноостский обусловлена отсутствием в регионе объекта, предоставляющего комплекс услуг, сосредоточенных в одном месте, и ориентированного на длительное пребывание туристов. В рамках данного объекта возможно создание гостиничного комплекса с номерами различного уровня и ценовой категории, а также создание сопутствующей инфраструктуры: пунктов общественного питания и досуга, спортивно-оздоровительных и развлекательных объектов. Представленный проект также предполагает круглогодичный прием отдыхающих. Для увеличения потока туристов и отдыхающих у инвестора имеется возможность дополнительно на участке 3,3 га воссоздать данное поселение.

3. Создание базы отдыха в с. Хамышки направлено на развитие (активно набирающего популярность) экологического туризма. Предполагается строительство базы отдыха в экологически чистой местности вблизи от туристических объектов, таких как Кавказский государственный природный биосферный заповедник им. Х.Г. Шапошникова и др.

4. Центр семейного досуга займет целый квартал в центре г. Майкопа. Объект предлагается разместить на территории завода АО «Майкопнормаль». Неоспоримым преимуществом является то, что на территории завода есть вся необходимая инфраструктура. Данный объект позволит сосредоточить в самом сердце столицы республики объекты торговли, развлечений, дошкольного развития и всепогодного досуга. Центр семейного досуга может стать визитной карточкой для жителей и гостей города.

В качестве недостатка представленных инвестиционных проектов в туристско-рекреационном комплексе можно отметить

отсутствие информации о сумме необходимых инвестиционных вложений для реализации строительства объектов. Только в проекте создания рекреационно-исторического парка «Мишохо» указано, что стоимость проекта составит порядка 700 млн руб. В остальных же случаях не указана даже предположительная сумма инвестирования. Данный недочет может создать определенные неудобства для потенциальных инвесторов.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что реализация инвестиционных проектов в туристско-рекреационном комплексе Республики Адыгея частично позволит решить проблему недостаточного инфраструктурного обеспечения и нехватки номерного фонда региона. В рамках данных проектов будут представлен отдых различной ценовой категории, что позволит привлечь в регион отдыхающих разного достатка.

В качестве недочета инвестиционных проектов отмечено отсутствие информации о стоимости их реализации, что может помешать поиску якорного инвестора. В целом же реализация представленных объектов может послужить дополнительным толчком в развитии туристско-рекреационного комплекса Республики Адыгея.

Список использованных источников

1. Инвестиционный портал Республики Адыгея. URL: <https://investra.ru/projects>.

2. *Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А. и др.* Инвестиции в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края: оценка эффективности и территориальная дифференциация: монография. М., 2017.

3. *Сидорова Д.В., Филобок А.А., Воронина В.В., Приходько А.В.* Потенциал и перспективы стратегических инвестиционных проектов Юга России в курортно-туристском комплексе // Вестник Северо-Осетинского гос. ун-та им. К.Л. Хетагурова. 2014. №3.

4. *Сидорова Д.В., Сидоров А.А., Коновалова А.В., Приходько А.В.* Современные особенности развития туристско-рекреационного комплекса в регионах Юга России // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

*Л.Ю. Станченко¹, С.В. Гикс¹,
А.Е. Королева², Г.А. Рагузина²*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

¹ Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
² «Экозащита!», экологическая общественная организация

Статья издана при поддержке проекта «Балтийский климатический фестиваль», реализуемого экологическими организациями «Экозащита!», EkoApsauga, Coalition Clean Baltic, VAK Latvia при поддержке Совета министров Северных стран (Nordic Council of Ministers)

Аннотация: В статье рассматривается современное состояние сельского гастрономического туризма в Калининградской области. Проведен анализ и инвентаризация объектов размещения (на 2013 и 2020 гг.) в сельских поселениях и малых городах. На основе проведенного анализа выявлены субъекты, являющиеся лидерами сельского туризма и отстающие, которые требуют более активных действий в развитии и становлении данной отрасли.

Ключевые слова: Сельский туризм, гастрономический туризм, объекты размещения, Калининградская область.

Summary: The article considers the current state of rural gastronomic tourism in the Kaliningrad region. The analysis and inventory of accommodation facilities (for 2013 and 2020) in rural settlements and small towns was carried out. On the basis of this analysis, the subjects identified are the leaders of rural tourism and laggards which require more active actions in the development and formation of this industry.

Key words: Rural tourism, gastronomic tourism, accommodation facilities, Kaliningrad region.

Сельский туризм в Калининградской области развивается динамично, однако недостаточно по отношению к спросу на этот вид отдыха и несравнимо с соседними странами, такими как Литва и Польша, в которых он является не только заметной отраслью в индустрии отдыха, но и частью программ адаптации к глобальному изменению климата. Определение сельского туризма закреплено в нормативно-правовых актах на федеральном уровне, где «Сельский туризм – деятельность по организации отдыха в сельской местности

или в малых городах (при отсутствии промышленных зон и застройки) с предоставлением услуг гостеприимства в частном секторе с возможностью трудового участия, ориентированная на использование природных, культурно-исторических и др. ресурсов, традиционных для данной местности» [Концепция..., 2010].

Ресурсами, которыми обладает сельская местность, должны считаться местная кухня, в которой используется выращенная местными жителями продукция, рынки, ярмарки, традиционные праздники, события и объекты, характерные для данной местности (памятники культуры и архитектуры, природные ландшафты). Другими словами, все, что можно увидеть и в чем можно принять участие, путешествуя в сельской местности. Наличие этих ресурсов позволяет развивать такое направление, как гастрономический сельский туризм.

Гастрономический туризм является одним из инструментов сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и устойчивого развития территории, в т.ч. региональной климатической стратегии. Сельский гастрономический туризм позволяет путешественникам, находясь в естественной природной среде, познавать сельскую культуру и быт, использовать в пищу экологически чистые продукты, поддерживать локальных производителей. Точкой отсчета развития сельского туризма в Калининградской области можно считать проект «Вода, природа и люди в исчезающем ландшафте. Развитие устойчивого туризма в России и Республике Беларусь», профинансированный ЕС и реализованный совместно с администрацией Полесского р-она и АНО «ЭкоЦентр «Заповедники» (2011–2013 гг.). В рамках проекта были разработаны рекомендации стратегического характера по развитию сельского туризма в регионе на период до 2020 г., был проведен конкурс мини-проектов с целью выявления и привлечения заинтересованной и наиболее активной части местного населения к участию в проекте и развитию устойчивого сельского туризма [Лебедева И.В., 2018]. В качестве объекта (территории, расположенной в сельской местности) был выбран Полесский р-он Калининградской области.

В исследовании, организованном в рамках международного проекта «Балтийский климатический фестиваль» предпринята первая попытка инвентаризировать и актуализировать информацию об объектах размещения, в т.ч. в сельской местности и малых городах

региона, событиях (сельские фестивали и праздники), а также возможности получения ряда услуг в секторе сельского гастрономического туризма (посещение фермерских хозяйств). Для этого в июне-августе 2020 г. была организована экспедиция с выездами в муниципальные образования, включающая опрос и анкетирование местных жителей, предпринимателей, представителей администраций муниципальных районов и сельских поселений, а также сбор данных в открытых источниках Интернет-сети (ресурсы министерства сельского хозяйства, администраций городских округов и сельских поселений, справочники юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, социальные сети, сайт Калининградского регионального центра туризма и др.). В качестве базы данных за 2013 г. был взят перечень средств размещения, опубликованный в «Рекомендации стратегического характера по развитию сельского туризма в Калининградской области на период до 2020 г.» [Лебедева И.В., 2013] и материалы предыдущих экспедиционных исследований.

В Табл. 1 представлены объекты размещения по состоянию на 2013 г. и лето 2020 г., среди них: гостиницы, гостевые дома, гостевые и постоянные дворы, базы и дома отдыха, турбазы, виллы, усадьбы, фермерские и крестьянские хозяйства, хутора, кемпинги. Сравнение дается по тем объектам, которые имеют юридический статус (официально зарегистрированы в качестве объектов размещения на 2020 г). В колонке VI таблицы приведены объекты сельского туризма, выявленные во время экспедиционных выездов и не вошедшие в официальные перечни. В перечень объектов на 2020 г. добавлены официально зарегистрированные апартаменты и хостелы – их количество указано отдельно (вторая цифра в дроби, колонка III). В анализе не учитывались объекты размещения, расположенные в Калининграде.

Анализ данных показывает, что за семилетний период резко увеличилось количество гостиниц на морском побережье Калининградской области – на 74%, из них сельских объектов размещения, относящихся к сельскому туризму из всего количества гостиниц на 2020 г. – всего 3,8%. Такой быстрый рост числа приморских объектов связан, прежде всего, с интенсивной застройкой побережья, однако, надо учитывать и информационную неполноту данных за 2013 г. Что касается объектов размещения, относящихся к сельскому туризму, то их количество в 2020 г. по отношению к 2013 г. сократилось на 26,7%.

Таблица 1 – Объекты размещения в Калининградской области по состоянию на 2013 г. и 2020 г. (составлена авторами)

Муниципальные районы	Объекты размещения с возможностью бронирования в интернете		Из них относящиеся к сельскому туризму	Объекты размещения, отсутствующие в официальных перечнях (2020 г.)	Сельские гастрономические праздники
	2013 г.	2020 г.			
I	II	III	IV	VI	VII
Багратионовский	2	7	1	–	–
Гвардейский	7	4	5	–	2
Балтийский	6	25/2	5	–	1
Гурьевский	9	16/6	5	–	–
Гусевский	4	12	4	–	–
Зеленоградский	18	128	7	–	5
Краснознаменский	7	4	5	1	1
Неманский	4	5	2	1	1
Нестеровский	14	6	11	1	1
Озерский	7	1	6	–	–
Полесский	27	16/2	20	1	2
Правдинский	–	1	–	1	2
Светлогорский	7	69	1	–	–
Славский	7	2	5	–	–
Черняховский	3	12	2	–	–
<i>Городские округа</i>					
Ладушкинский	4	1	2	–	–
Мамонтовский	2	1	1	–	–
Пионерский	–	17	–	1	1
Светловский	1	5	1	–	–
Советский	–	8	–	–	1
Янтарный	7	14	–	1	–
ИТОГО	136	363	83	7	17

Несомненными лидерами по количеству объектов размещения в сельской местности являются Полесский и Нестеровский р-ны, что объясняется их географическим положением и активным участием местного сообщества в проектах по развитию сельских территорий. В сфере событийного туризма в таблице 1 (сельские гастрономические праздники) отмечены только самобытные сельские мероприятия, не относящиеся к так называемому праздничному календарю.

Таким образом, анализ полученных данных позволяет сделать несколько предварительных выводов:

1. Произошло сокращение объектов размещения, относящихся к сельскому туризму (на 27,4% по отношению к 2013 г.).

2. Недостаточна поддержка со стороны регионального правительства и местного самоуправления: необходимы углубление сотрудничества между производителями туристских и гастрономических услуг, повышение информированности населения о сельском гастрономическом туризме, продвижение местной гастрономической культуры.

3. Среди гастрономически значимых для области продуктов, производимых малыми предприятиями, нужно отметить сыр. Выявлено 24 хозяйства, специализирующихся на производстве этого продукта, насчитывается более 70 видов сыра. Можно говорить о новом гастрономическом бренде региона.

4. В Калининградской области существует значительный потенциал для развития сельского гастрономического туризма, который необходимо усилить, обеспечив информационную поддержку, что и запланировано в рамках проекта «Балтийский климатический фестиваль» (в сентябре-октябре 2020 г. состоится «Балтийский гастрономический тур» по Калининградской области).

Список использованных источников

1. Концепция устойчивого развития сельских территорий РФ на период до 2020 г. URL: <https://rg.ru/gazeta/svezh.html>.

2. *Лебедева И.В., Игнатьев А.Ю., Копылова С.Л., Лебедева И.В.* Рекомендации стратегического характера по развитию сельского туризма в Калининградской области на период до 2020 г. Калининград, 2013.

3. *Лебедева И.В., Копылова С.Л.* Сельский туризм как средство развития сельских территорий. М., 2018.

САФАРИ-ПАРК «КУДЫКИНА ГОРА» КАК ОДИН ИЗ ТУРИСТСКИХ ЦЕНТРОВ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Курский государственный университет

Аннотация: В статье рассматривается значение тематических парков для туризма на примере сафари-парка «Кудыкина гора». Выделяется группа факторов, способствующих успешной реализации проекта в регионе.

Ключевые слова: Липецкая область, Центральное Черноземье, туризм, сафари-парк, «Кудыкина гора».

Summary: In article discusses the importance of theme parks for tourism as an example safari park «Kudykina Gora». Stand out a group of factors contributing to the successful implementation of the project in the region.

Key words: Lipetsk region, Central Black Soil Zone of Russia, tourism, safari park, «Kudykina Gora».

В настоящее время наблюдается повышенный спрос на новые виды отдыха, что приводит к диверсификации туристских предложений в регионах. Интенсификация труда среди населения, происходящая на современном этапе развития общества, увеличивает рекреационные потребности социума. Выходом из данной ситуации является непродолжительный отдых рядом с местом постоянного проживания рекреантов, например, туризм выходного дня. При этом, туристы предпочитают посещение территорий на которых присутствуют различные категории туристско-рекреационных объектов, что предоставляет возможность развития нескольких видов туризма.

Целесообразность развития туризма на конкретной территории в значительной степени обусловлено наличием культурно-исторического, природно-климатического, социально-экономического потенциала, а также состоянием туристской инфраструктуры. Однако, стоит заметить, что некоторые территории, которые имеют «на бумаге» низкий потенциал, могут стать популярным – недостатки возможно нивелировать низкой стоимостью земли и отсутствием

явного туристского профиля, что дает возможность создать продукт «с нуля» [Зырянов А.И., 2013].

Тематические парки развлечений – один из способов создания нового туристского центра. При этом, существуют несколько вариантов развития: с искусственной реконструкцией естественной среды или же с обустройством практически нетронутой среды антропогенными объектами показа. Важно понимать, что возможен и смешанный тип, где частично используют искусственные элементы для увеличения аттрактивности уже имеющейся благоприятной для рекреации природной среды, а также создается необходимая инфраструктура и туристские объекты. На начальном этапе наибольшее значение имеет выбор тематики и формы реализации туристского комплекса (какая идея и бренд будут иметь успех у целевой аудитории).

Одной из форм реализации подобных проектов являются сафари-парки. В сафари-парках предусматривается более тесный контакт человека и животных, в отличие от зоопарков, что является более привлекательным для экотуристов. Примером создания и успешного функционирования подобных проектов является «Кудыкина гора» в с. Каменка, Задонского района Липецкой области. Данный сафари-парк был создан в 2009 г. и является одним из наиболее популярных объектов посещения у туристов в Центральном Черноземье.

Понимание механизмов формирования и реализации данного туристского комплекса могут позволить установить основные причины успеха у рекреантов подобных проектов. Исследование доступной информации, отзывов, блогов и публикаций туристов в сети Интернет и в социальных медиа, а также личный опыт посещения автором сафари-парка «Кудыкина гора», позволили выявить основные факторы, способствующие популярности данного объекта:

1) географическое расположение – располагается на берегу реки Дон, в отдалении от крупных населенных пунктов, что делает его привлекательным для развития экологического туризма. При этом, в нескольких километрах находится федеральная автомобильная трасса М4, которая способствует транспортной доступности комплекса,

2) наличие сафари-парка – редкой формы реализации тематических парков. Например, на все 18 областей ЦФО приходится всего 4 сафари-парка (по одному в Ярославской, Владимирской, Калужской и Липецкой областях),

3) профессиональный маркетинговый подход в продвижении объекта «Кудыкина гора» – реклама данного маршрута происходит среди основных турагентов и туроператоров ЦЧР, а также соседних областей. Важно отметить, что данный проект представлен во всех основных онлайн социальных сетях и имеет свой сайт, что способствует охвату и более молодой аудитории (возраст большинства пользователей социальных медиа составляет 16–35 лет) [Компания...,2020],

4) комплексность – на территории парка представлен целый спектр развлечений: верховая езда на животных (пони, лошади, верблюды), тематические экскурсии (в том числе в карете), услуги размещения, бани, пляжный отдых, фудкорт, детский комплекс, тематические праздники, возможность наблюдать различные виды животных (в том числе и редких) (Рис.1).

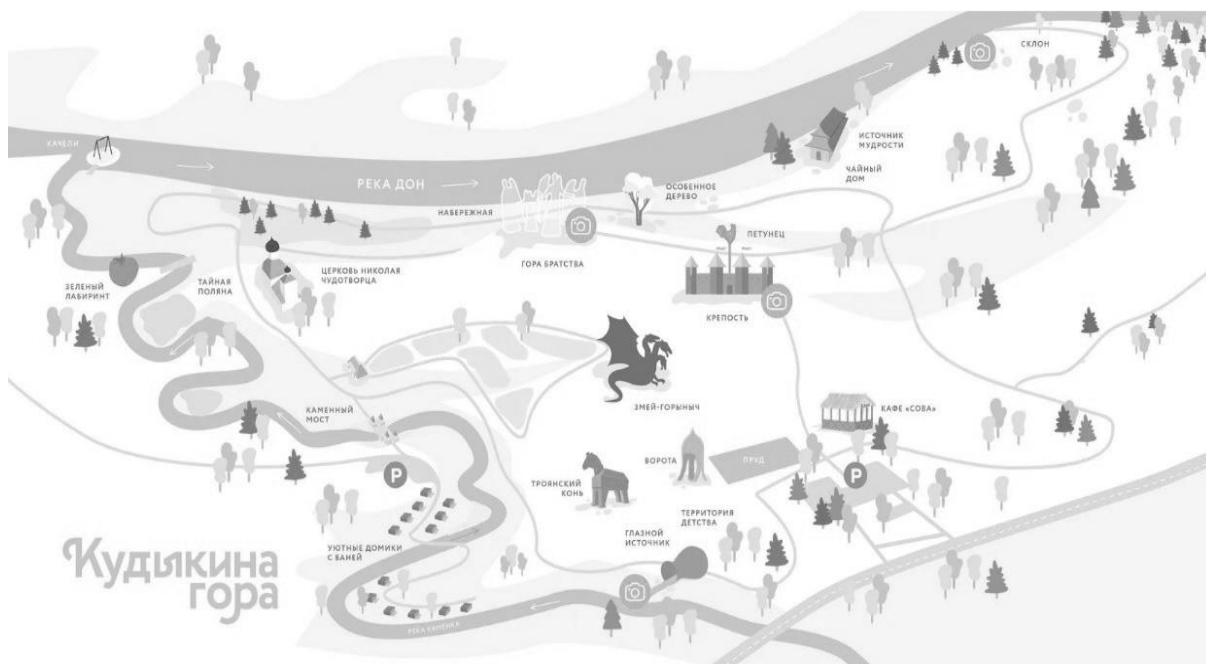


Рис.1 – Карта парка «Кудыкина гора»

5) «гибкость» – комплекс функционирует круглогодично и трансформируют набор услуг под время года (например, пляжный отдых летом; лыжи коньки и тюбинг зимой),

6) культурная составляющая – вся идея парка основана на славянской тематике, стилистике русских сказок. При этом, все «былинные» объекты имеют уникальный эстетический вид, который привлекает не только детей, но и взрослых. Это имеет важное

значение, особенно учитывая возросшую за последние 5 лет популярность фототуризма. На «Кудыкиной горе» туристы могут сделать фотографии с искусственными объектами показа, не имеющими аналогов в Центральном Черноземье,

7) «генезис» – парк не находится в стагнации. Каждый год он расширяется не только территориально, но и в диверсификации предлагаемых услуг. Например, в настоящее время имеется возможность комфортного размещения туристов в современных домах. Добавляются объекты показа, расширяется взаимодействие с творческими объединениями региона, проводятся семейные праздники и др.

Представленные 7 типов факторов охватывают большую часть конкурентных преимуществ комплекса, что позволили сафари-парку «Кудыкина гора» стать одним из туристских центров Липецкой области и ЦЧР. Создание подобных проектов в других регионах будет способствовать развитию внутреннего туризма, привлечению инвестиций, созданию рабочих мест.

Данный комплекс играет значительную роль не только в развитии туристской сферы, но и в распространении традиционной русской культуры и фольклора. В перспективе, возможно взаимодействие с представителями объединений исторических реконструкторов соседних областей для проведения тематических фестивалей, что будет способствовать сохранению богатого материального и нематериального культурного наследия областей ЦЧР [Степанов М.А., 2018].

Список использованных источников

1. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма. Пермь, 2013.

2. Компания медиа исследований «Mediascope». URL: <https://mediascope.net>.

3. *Степанов М.А.* Нематериальное культурное наследие и его значение в туризме (на примере Курской области) // Стратегия развития приграничных территорий: традиции и инновации. Курск, 2018.

ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ГЕОГРАФИИ ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Аннотация: Выполнен обзор философских аспектов географии и туристской сферы. Рассмотрены категории самоидентификации, развития, сложности, информации. Сделан вывод, что для интенсивно развивающейся туристской сферы необходима конкретизация этих понятий, что будет способствовать развитию этой отрасли в методологическом плане.

Ключевые слова: философия естествознания, туризм, география.

Summary: A review of the philosophical aspects of geography and tourism. The categories of self-identification, development, complexity, information are considered. It is concluded that for an intensively developing tourism sector, the concretization of these concepts is necessary, which will contribute to the development of this industry in methodological terms.

Key words: philosophy of natural sciences, tourism, geography.

География туризма (специальная географическая дисциплина, наука, изучающая пространственную организацию туризма и отдыха) в России сформировалась как самостоятельное направление в 1990-х годах. До этого времени указанное направление существовало в рамках рекреационной географии, науки, изучающей территориальные закономерности процессов восстановления физических и духовных сил людей. «Корни» молодой дисциплины, по мнению ряда ученых, уходят в географию населения, ландшафтоведение, климатологию, культурную географию, курортологию, картографию и др. На наш взгляд, география туризма очень тесно связана со страноведением и краеведением, которые также являются географическими дисциплинами. Именно страноведение собирает, анализирует и обобщает данные относительно конкретных территорий и устанавливает, как проявляются на них общие закономерности, присущие физической и экономической географии.

Известный географ-страновед Николай Николаевич Баранский, который сформулировал задачи и методологические основы

страноведения, считал, что именно страноведение должно включать широкий круг вопросов, касающихся природы, истории, хозяйства, культуры и политики страны [Гохман В.М., Игнатъев Г.М., 1960]. В статье «Страноведение и география физическая и экономическая» Н.Н. Баранский указывает, что при создании страноведческих работ возникают две основные методические проблемы: отбор фактического материала и увязка его между собой [Баранский Н.Н., 1946].

Проводя краткий философский анализ проблем географии туризма, необходимо отметить, что проблемы этой специальной научной дисциплины в большинстве своем схожи с проблемами других научных дисциплин. Но, на наш взгляд, среди существующих проблем, прежде всего, необходимо уделить внимание следующим:

- проблема самоидентификации;
- проблемы образования, науки, управления;
- проблема самоорганизации;
- проблема направлений развития в современном мире.

Проблема самоидентификации важна для любой науки, но, на наш взгляд, её необходимо рассматривать в историческом контексте. Особенно это актуально для географии, которая является одной из древнейших, определявших на различных этапах человеческого развития не только направления, но и темпы и перспективы развития. Согласно Ю.Г. Тютюнник, «География принципиально ориентирована на множественность как метод и факт (предмет исследования), а не на всеобщности, единственности, универсальности, целостности и т.д.» [Ю.Г. Тютюнник, 2011, с. 50]. География, основоположником которой считается Геродот (484–425 гг. до н.э.), а научный термин её названия введен Эратосфеном (276–194 гг. до н.э.) в III веке до н.э., является одной из древнейших наук. Как одна из фундаментальных наук о Земле, география фактически и явилась тем «деревом», на котором возникли другие фундаментальные науки, в их числе – геология (начало XIX века), топография, геодезия. В итоге – нет чётких разграничений, например, между географией и геологией. Так, геоморфология, как одна из географических наук, является и вполне геологической наукой, так как формирование рельефа во многом определяется геологическими факторами, а исследования по этой научной специальности (25.00.25 Геоморфология и эволюционная география) могут выполняться, согласно паспорта специальности ВАК, по отраслям «Геолого-минералогические науки» и «Географические науки». Экономическая геология как раздел

геологии полезных ископаемых связана с экономической географией. Физическая география тесно связана с геологией ВЧР, а в региональном плане – и с глубинной геологией. Развитие географии, как и геологии, с одной стороны создаёт предпосылки для интеграции отраслей современного естествознания, а с другой – включает в сложный процесс образования и развития целой системы научных дисциплин, возникающих на основе географической науки [Стогний В.В., Стогний Г.А., 2004].

Общей задачей географии туризма всегда было и остаётся изучение закономерностей формирования туристских зон, влияние на этот процесс природы, населения и хозяйства территории, её различных частей, Земли в целом. Такое изучение имеет целью всестороннюю характеристику и объяснение разнообразных черт сходства и различия условий и местных особенностей формирования туристских образований. В географии туризма, как и в географии в целом, с развитием мощных средств современной техники и технологий задачи исследований не только не упрощаются, а все более усложняются, так как эффективное применение новых технологий требует особенно глубокого и дифференцированного знания всех особенностей используемой территории или свойств природного явления. Чтобы обеспечить достаточно точное и разностороннее географическое изучение территории и свойственных ей явлений, чтобы дать географическим особенностям полноценное научное объяснение, основанное на современных научных представлениях, необходимо иметь гораздо более глубокие и разнообразные научные познания, чем ранее, и владеть многими новейшими специальными методами полевых и камеральных исследований. Все это, как правило, не может быть осуществлено в рамках одной науки и силами лишь одного специалиста. На современном этапе развития географии на место одной прежней науки становится система наук, а на место одного универсального ученого – коллективный, организованный по единому плану труд многих специалистов-географов. При этом по определению [Дмитриев В.В., Чистобаев А.И., 2015, с. 11], «современная география рассматривается как система физико-географических, экономико- и социально-географических дисциплин, изучающая необратимые процессы и явления в географической оболочке Земли и социальной сфере, возникающие в результате естественного и антропогенного воздействия, общественных

трансформаций, а также риски, близкие и отдалённые последствия и ущербы».

Таким образом, в географии, как и в других науках, например, в геологии, постоянно развиваются два процесса – дифференциации и интеграции [Стогний В.В., Стогний Г.А., 2002]. В результате процесса дифференциации постоянно усложняется внутренняя структура географии, появляются новые перспективные направления её развития. Одной из специальных географических дисциплин и является география туризма, которая изучает многомерно природно-социально-экономические процессы, определяющие экономику многих стран, а в России – многих регионов. Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края, как и других регионов, постоянно развивается, охватывая все новые направления [Волкова Т.А. и др., 2018]. По своей сути туризм является одной из отраслей экономики, сохранив множественные связи с другими отраслями и науками.

Туристское пространство – многомерная и многоаспектная логическая структура, являющаяся по своей сути сложной природно-социально-экономической системой. Определяющим в географии туризма, как и географии в целом, является понятие сложности как самого объекта, так и его взаимоотношений с другими разделами естествознания, знаниями смежных естественных и общественных наук, дисциплинами, взаимодействия с окружающей средой, экономики, транспортных сетей, а также туристскими фирмами, государственными структурами и тому подобное.

В последние десятилетия в философии начало развиваться новое направление – философия сложности, обобщённая философская концепция которой в России обоснована в начале 1990-х годов И.С. Утробиным [Утробин И.С., 1993]. Исследования больших систем показывает, что именно «сложность» определяет их особенности наиболее универсальным способом, а в сложных системах к цели ведёт не один путь, а множество альтернативных путей, каждый из которых имеет свои положительные и отрицательные стороны [Леонов А.М., 2004]. Проблема заключается в формировании цели, учитывая многоуровневость объекта исследования или проекта, и поиске оптимальных путей для её реализации. Важным в географии является понятие «информация», которое также имеет многослойную структуру. В общем смысле это понятие имеет множество значений, а в обобщённом смысле информация – это любое состояние движения в

окружающем мире вне зависимости от его природы, которое может восприниматься наблюдателем [Кокин А.В., Кокин А.А., 2018]. В зависимости от сферы деятельности, это понятие должно конкретизироваться, а также определяться направления и методология его использования.

Таким образом, как сама география как наука, так и её раздел – география туризма, имеет множество философских аспектов, разработка которых будет способствовать развитию науки в методологическом плане.

Список использованных источников

1. *Баранский Н.Н.* Страноведение и география физическая и экономическая // Известия ВГО. 1946. № 1–2.

2. *Гохман В.М., Игнатъев Г.М.* Страноведение. М., 1960.

3. *Дмитриев В.В., Чистобаев А.И.* География: синтез науки и образования // Вестник СПбГУ. Сер.7. 2015. Вып. 1.

4. *Кокин А.В., Кокин А.А.* Смысл разума. Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург, 2018.

5. *Леонов А.М.* Наука о сложности в эпоху постмодерна. Якутск, 2004.

6. *Стогний В.В., Стогний Г.А.* Геологическая информация как необходимый элемент интеграции отраслей современного естествознания // Философский и науковедческий аспекты развития естествознания. Якутск, 2004.

7. *Стогний В.В., Стогний Г.А.* Тенденции развития современной геологии: взгляд на пороге XXI века // Философский и науковедческий аспекты развития естествознания. Якутск, 2002.

8. Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края: прошлое, настоящее, будущее. Краснодар, 2018.

9. *Тютюнник Ю.Г.* Философия географии. Киев, 2011.

10. *Утробин И.С.* Категория сложности в современной теории развития: автореферат дис. ... доктора философских наук. Пермь, 1993.

ГЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ И ПРОЦЕССЫ КАЗБЕКСКО-ДЖИМАРАЙСКОГО МАССИВА И ПРИЛЕГАЮЩИХ ТЕРРИТОРИЙ

Северо-Осетинский государственный университет

Аннотация: Дано обоснование необходимости создания геопарка на территории РСО-Алания, описаны различные памятники природы и объекты исторического, культурного и археологического наследия, научные и образовательные учреждения Казбекско-Джимарайского района.

Ключевые слова: геопарк, геологические, ледниковые, биологические, гидрологические, культурно-исторические объекты.

Summary: Justification is given for the need to create a geopark in the territory of RSO-Alania, different nature monuments and objects of historical, cultural and archaeological heritage of Kazbek-Jimaray district, as well as scientific and educational institutions are shown.

Key words: geopark, geological, glacial, biological, hydrological, cultural and historical objects.

Геологические структуры являются информационными ресурсами, позволяющими раскрывать и объяснять историю планеты. Именно это свойство геологических формаций привело к пониманию необходимости их охраны и повышения значимости, что нашло отражение в создании новых охраняемых объектов с особым режимом пользования – геопаркам. Впервые в 2004 г. под эгидой ЮНЕСКО была создана Глобальная сеть геопарков (ГСГ), в которую вошли 17 геопарков Европейской сети и 8 китайских геопарков. В 2014 г. ГСГ приобрела юридический статус, а количество геопарков превысило сотню.

Основной принцип, положенный в основу создания геопарка – обеспечение «возможности сохранения и популяризации геологической значимости этих районов в интересах науки, образования и культуры наряду с их использованием в качестве

устойчивого экономического ресурса, например, посредством развития ответственного туризма» [Устав...].

На территории Северной Осетии имеется огромное количество геологически значимых районов, отвечающих требованиям создания геопарка. В данном контексте нами рассматривается территория Казбекско-Джимарайского высокогорного ледникового массива с прилегающими к нему ущельями – долинами рек Фиагдон, Гизельдон, Геналдон и Терек. Рельеф исследуемой территории отличается большой сложностью и сильной расчлененностью как в горизонтальном, так и в вертикальном направлениях. На небольшой площади сконцентрированы все параллельно расположенные хребты Большого Кавказа и разделяющие их продольные долины (Рис. 1).

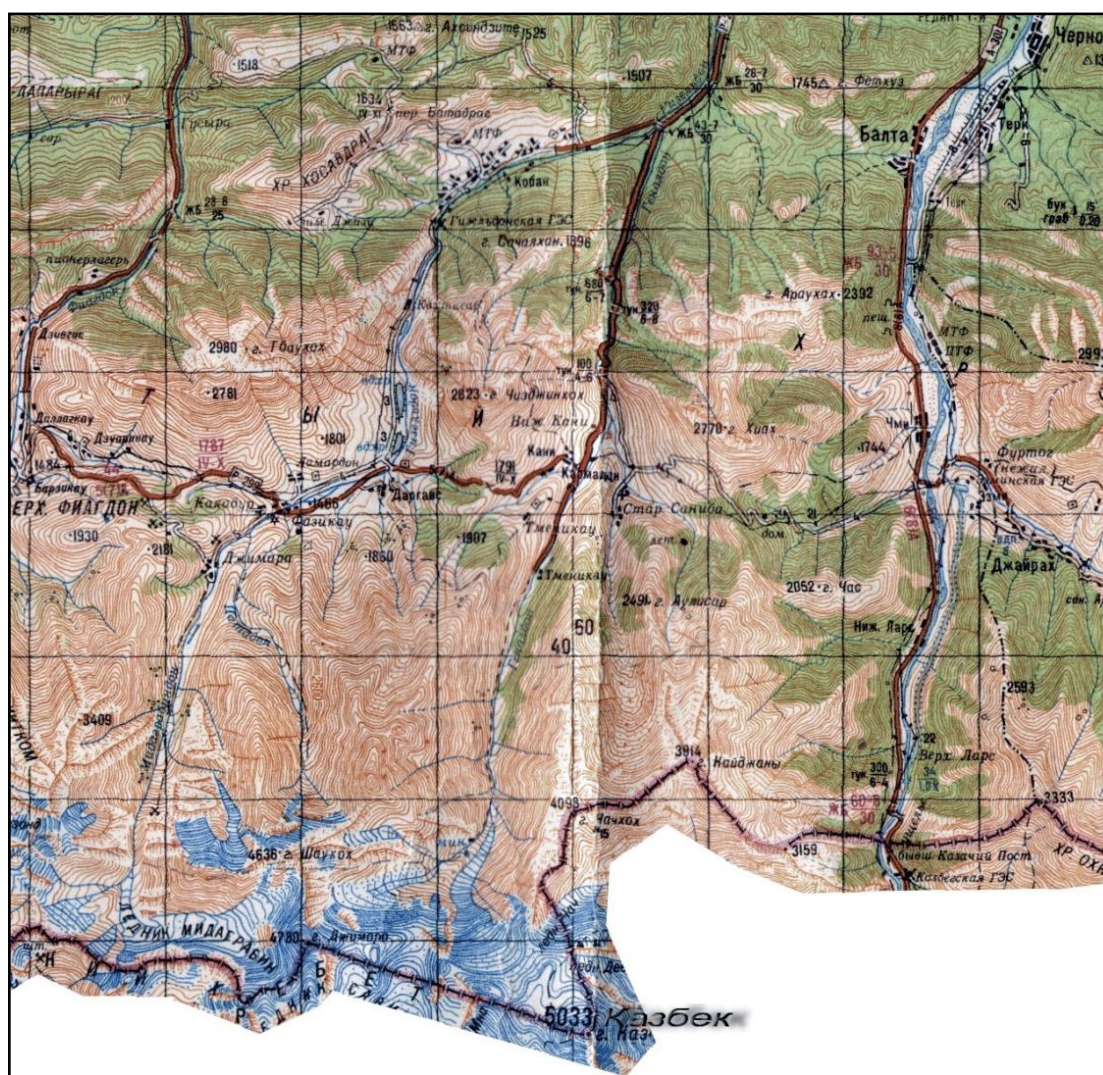


Рис. 1 – Фрагмент топографической карты планируемого геопарка

Здесь можно увидеть все высотные пояса восточной части Центрального Кавказа: предгорную лесостепь, широколиственные и хвойные леса, горную степь, субальпийские и альпийские луга, пояс многолетней мерзлоты с каменными глетчерами и пояс горных ледников. Территория планируемого геопарка отличается высокой степенью изученности природных компонентов и объектов этнокультурного пространства.

Здесь расположено более 30 памятников природы, из них 14 геологических объектов [Постановление...], в том числе:

1. Вулкан Казбек
2. Геналдонский каньон
3. Кобанский каньон
4. Сталактитовая пещера, северные отроги г. Столовая
5. Пуртский завал, долина р. Гизельдон
6. Нунатак-Хицан, верховья Мидаграбинского ущелья
7. Пульсирующий ледник Колка
8. Пульсирующий ледник Зейгелан
9. Пастушеская пещера, южный склон Скалистого хребта
10. Мыстулагты лагат (пещера Ласок), Гизельдонское ущелье
11. Хуры Цасты лагат, южный склон г. Фетхуз
12. Массив г. Тбаухох, г. Тбаухох
13. Массив Джимарайхох, высшая точка РСО-А
14. Ермоловский камень сел. Верхний Ларс
15. Тарская сталактитовая пещера

На каждом шагу встречаются памятники древней архитектуры, башни, склепы, крепости. По официальным данным на территории будущего парка насчитывается более 35 памятников культурного наследия и около 50 археологических объектов (курганы и могильники). В связи с этим будущий геопарк будет обладать очень весомыми привлекательными характеристиками и преимуществами: три абсолютно разноплановых ущелья, но с высокой концентрацией природных и культурных объектов. Здесь можно развивать практически все виды спортивного туризма, в т.ч. рафтинг (сплав по рекам), альпинизм, спелеотуризм, горнолыжный (Суаргомское ущелье), агротуризм, познавательные виды туризма (от геологического, тектонического, палеонтологического до экологического и этнокультурного, и т.д.).

Территория Казбекско-Джимарайского массива, как «лаборатория под открытым небом», с высокой динамичностью и интенсивностью естественных процессов. В настоящее время на исследуемой территории ведется сейсмический и гляциологический мониторинги. Археологи исследуют культурные слои, этнологи, историки и филологи исследуют быт, хозяйство и культуру горцев. Студенты различных вузов и разных направлений проходят здесь практику. Планируется создать образовательный центр для школьников.

Сами геологические объекты и, создаваемые ими природно-культурные комплексы и ансамбли, привлекают массы самодеятельных и организованных туристов. Наиболее посещаемые объекты – Некрополь в селении Даргавс, подножье Мидаграбинских водопадов и другие – практически не защищены, никем не охраняются, территории захламляются бытовым мусором, иногда страдают от вандализма. Отсюда вытекает необходимость создания адекватной туристической инфраструктуры на территории предполагаемого парка. Особое место в его функционировании должны занять аспекты предотвращения опасных ситуаций на маршрутах и объектах, безопасности рекреантов, а также охраны самих объектов.

На территории геопарка планируется создание крупнейшей туристской дестинации с щадящей инфраструктурой, разработанной сетью экскурсионных маршрутов, позволяющих за один день заглянуть во все уголки парка благодаря подъемникам канатно-кресельных дорог, подвесным мостам и смотровым площадкам.

Гуманитарная направленность и социально-культурная значимость планируемого геопарка состоит в привлечении внимания мировой общественности и бизнес-сообщества к уникальным природным и этнокультурным объектам как экономически выгодным и инвестиционным площадкам. Финансовые вложения в создание туристической инфраструктуры дадут социально-экономический эффект: рабочие места, заинтересованность местного населения, привлечение молодежи в горную местность.

Рекламирование объектов и маршрутов геопарка и популяризация знаний о них, будет способствовать пробуждению патриотических чувств и гордости у населения республики и страны. Обозначенные цели создания Казбекско-Джимарайского геопарка

соответствуют стратегическим целям Русского географического общества – популяризация и реализация потенциала России [Стратегия...].

Список использованных источников

1. Постановление Правительства Республики Северная Осетия-Алания от 22 февраля 2008 года № 31 «О памятниках природы Республики Северная Осетия-Алания». URL: <http://docs.cntd.ru/document/819041206>.

2. Стратегия Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество». Протокол заседания №5 от «06» июля 2012 г. <https://www.rgo.ru/ru/obshchestvo/vnutrennie-dokumenty/strategiya>.

3. Устав международной программы по геонаукам и геопаркам. http://geomem.ru/geoparks/GEOPARKS-PROGRAMME_rus.htm .

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫМИ ЗОНАМИ

*Н.Г. Андрейко¹, Е.И. Захарченко²,
Ю.И. Захарченко²*

СНИЖЕНИЕ ВРЕДНЫХ ВЫБРОСОВ В АТМОСФЕРУ ПРИ РАБОТЕ КОТЛОВ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДНОМАЗУТНЫХ ЭМУЛЬСИЙ

¹ Кубанский государственный технологический университет

² Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье рассматривается использование водномазутных эмульсий для теплоснабжения прибрежных зон. Переход на использование таких эмульсий с использованием диспергатора вместо традиционных мазутов позволит упростить технологию, увеличить срок хранения мазута, снизить теплотери в котле, снизить концентрацию вредных примесей в продуктах сгорания.

Ключевые слова: теплоснабжение, мазут, жидкое топливо, водотопливные эмульсии, диспергатор, экологические последствия.

Summary: The article discusses the use of flooded fuel oil for heat supply in coastal zones. The transition to the use of water-fuel emulsions using a dispersant instead of traditional fuel oils will simplify the technology, increase the shelf life of fuel oil, reduce heat loss in the boiler, and reduce the concentration of harmful impurities in the combustion products.

Key words: heat supply, fuel oil, liquid fuel, water-fuel emulsions, dispersant, environmental effects.

Одна из проблем природопользования в прибрежных зонах Краснодарского края – использование котельных, работающих на жидком топливе. Уровень газификации – важный показатель, характеризующий степень социально-экономического развития: возможность потреблять газ положительно влияет как на развитие

бизнеса, так и на жилищные условия населения. Однако, степень газификации в прибрежных зонах достаточно небольшая.

При сжигании мазута на котельных прежде всего приходится сталкиваться с проблемами загрязнения окружающей среды: как атмосферы, так и почвы, и водного бассейна. Кроме того, мазут требует специальных условий хранения и подготовки перед сжиганием. Отклонение от этих условий влечет за собой снижение надежности работы теплоэнергетических установок и падение эффективности.

На любой котельной необходим определенный запас топлива. При нагревании мазута, который длительной срок хранился, происходит рост обводненности за счет увеличения осевших смол. Это влечет за собой ряд существенных проблем, а именно:

- удаление образовавшейся влаги требует финансовых и временных затрат;

- растет количество сбросных вод, содержащих нефтепродукты, и, следовательно, растут затраты на очистные мероприятия, тем более, что речь идет о туристско-рекреационных зонах;

- существенная доля отстоявшейся влаги неравномерно распределяется по всему объему мазута и снижает его горючую составляющую, кроме того нарушается устойчивость горения [Приходько А.В., 2004; Юферов Ю.В., 2004; Юсуфова В.Д., 1984].

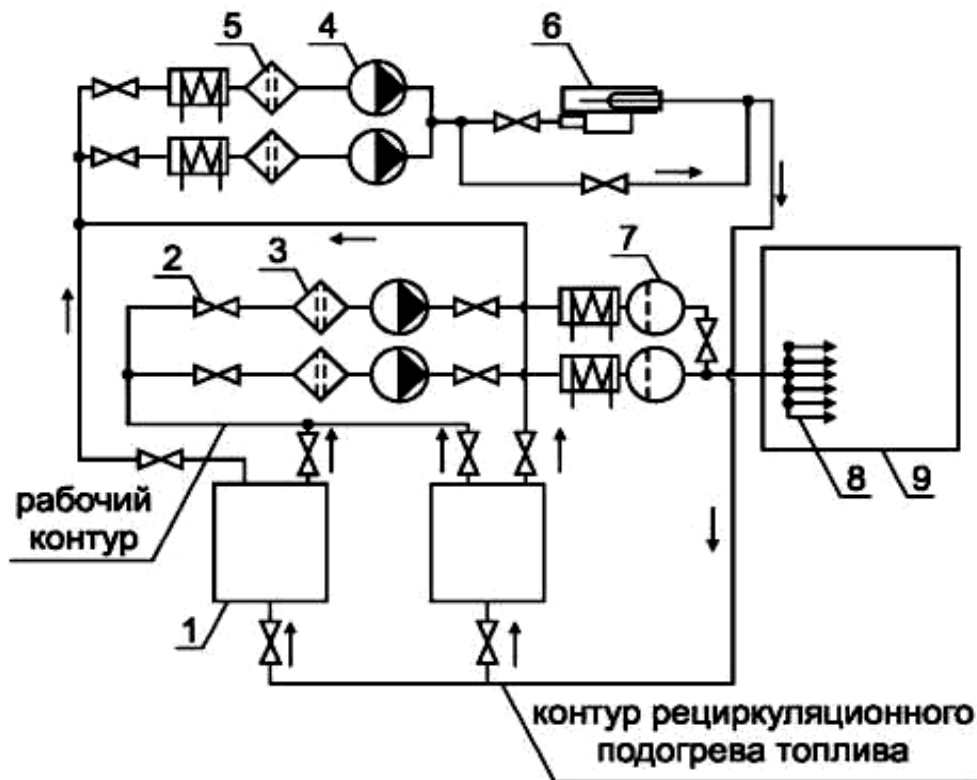
Кроме того, в последнее время, для получения большего количества светлых продуктов интенсифицируют процесс переработки нефти, что вызывает ухудшение качества мазута, в частности повышается его вязкость. Из-за повышения вязкости растет неполнота сгорания, так как форсуночные устройства не в состоянии раздробить мазут до капель такой величины, чтобы они успели сгореть за время пребывания в топке. Для упрощения транспорта и перелива мазута, а также для лучшего распыления его начинают подогревать, вследствие чего начинается процесс активного насыщения водой.

Достаточно давно было доказано [Приходько А.В., 2004; Юферов Ю.В., 2004], что сжигание мазута в виде гомогенной системы, в которой капельки воды равномерно распределены по всему объему, позволяет устранить вышеперечисленные проблемы. Другими словами, качество обводненного мазута становится гораздо выше, чем у мазута, не содержащего воды.

Сегодня предлагается достаточно много разнообразных диспергаторов для получения водномазутных эмульсий: и

ультразвуковые, и роторно-механические диспергаторы, и роторно-пульсационные аппараты. Какой диспергатор использовать на конкретной котельной решается в каждом отдельном случае исходя из возможностей, но принцип использования этих аппаратов будет приблизительно одинаков.

Итак, для получения водномазутной эмульсии необходимо диспергатор врезать в схему мазутного хозяйства (Рис. 1).



- 1 – резервуары для хранения мазута; 2 – запорная арматура; 3, 5 – фильтры грубой очистки; 4 – насосы линии рециркуляции; 6 – диспергатор; 7 – фильтры тонкой очистки; 8 – блок горелок; 9 – котел

Рис. 1 – Врезка диспергатора в систему мазутного хозяйства

В диспергаторе обеспечивается интенсивное перемешивание мазута и неравномерно распределенной в ней жидкости за счет разрыва сплошности топлива под действием мощных сдвиговых напряжений. Под действием этих сил образуются каверны, заполненные влагой и растворенными газами. Все это способствует интенсивному смешению, дроблению и диспергированию компонентов эмульсии. В дальнейшем капельки воды, заполняющие каверны и равномерно распределенные в массе топлива, нагреваются при горении мазута и вскипают. Таким образом происходят их

микровзрывы, благодаря чему мазут дробится на еще более мелкие капли, которые почти полностью успевают сгореть.

Таким образом, использование водномазутных эмульсий вместо традиционного мазута имеет ряд преимуществ:

1. Отпадает необходимость в отстаивании и дренировании мазута, за счет этого не происходит расход пара и электроэнергии на прогрев топлива в емкостях хранения, и как следствие упрощается и удешевляется процесс подготовки топлива к сжиганию.

2. Так как водномазутная эмульсия сгорает более полно, чем монолитная жидкость за счет того, что образовавшиеся пары воды дробят мазут на капельки, то это приводит к повышению теплотворной способности мазута, а в итоге к его экономии до 7% [Геллер С.В., 2010; Батуев С.П., 2008].

3. Упрощается хранение топливных эмульсий, они сохраняют свои качественные характеристики при значительно более низких температурах, чем мазут.

4. Процесс горения водномазутной эмульсии интенсифицируется за счет микровзрывов капель жидкости, поэтому появляется возможность сжигания с малыми избытками воздуха. Это в свою очередь уменьшает потери с уходящими газами и увеличивает коэффициент полезного действия установки.

5. Появляется возможность снизить температуру подогрева мазута перед подачей в котлоагрегат, так как вязкость водномазутной эмульсии гораздо ниже, чем вязкость мазута.

6. Возможность использования ротационных форсунок за счет улучшения дробления при помощи внутренних микровзрывов капель.

7. Появляется возможность уменьшения мазутосодержащих стоков за счет добавления их в мазут, при этом достигается экономия кондиционного топлива. Другими словами, появляется возможность создания бессточных мазутных хозяйств, исключая сбросы замазученных вод в окружающую среду [Юферов Ю.В., 2004]. Это становится особенно актуально в последнее время в туристско-рекреационных зонах.

8. Перевод котлов на сжигание водномазутной эмульсии с добавками сточных вод не вызывает необходимости существенного изменения их конструктивного исполнения. В схему мазутного хозяйства вносятся лишь незначительные изменения [Юсуфова В.Д., 1984].

9. Самое главное преимущество применения водномазутных эмульсий на сегодняшний день – это уменьшение концентрации высокотоксичных оксидов азота в дымовых газах, так как температура пламени при сжигании эмульсий снижается. Именно это преимущество становится главным при проектировании и размещении котельных в прибрежных зонах Краснодарского края.

Список использованных источников

1. *Батуев С.П.* Улучшение экономических и экологических параметров котельных при сжигании водомазутных эмульсий // *Новости теплоснабжения.* 2008. №12(100).

2. *Геллер С.В.* Приготовление водомазутных эмульсий посредством волновой диспергации // *Новости теплоснабжения.* 2010. №4.

3. *Приходько А.В.* Опыт повышения энергоэффективности мазутных котлов на основе применения водомазутных эмульсий // *Строительные материалы, оборудование, технологии XXI века.* 2004. №1.

4. *Юсуфова В.Д., Гарзанов А.Л., Каспаров С.Г., Парнас Р.М.* Уменьшение вредных выбросов в атмосферу при сжигании водомазутной эмульсии в паровом котле // *Промышленная энергетика.* 1984. №7.

5. *Юферов Ю.В., Тучков В.К.* Сжигание низкосортных мазутов и нефтесодержащих отходов в отопительно-производственных котельных // *СтройПРОФИль.* 2004. №7.

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПРИБРЕЖНОГО ТУРИЗМА В БЕРЕГОВОЙ ЗОНЕ СЕВЕРО-ВОСТОЧНОГО ПРИАЗОВЬЯ

Кубанский государственный университет

Аннотация: Северо-Восточная береговая область занимает побережье Азовского моря между южной границей Ахтарского лимана и р. Кагальник. Береговая зона Северо-Восточного Приазовья особенно сильно подвергается воздействию естественных и антропогенных факторов. Антропогенное воздействие человека в последние два десятилетия нарушает равновесие экосистем Северо-Восточного Приазовья. Нерегулируемая организованная и стихийная рекреационная деятельность приводит к негативным последствиям.

Ключевые слова: берега, ландшафты, туристско-рекреационная деятельность, Азовское море, Северо-восточное Приазовье.

Summary: The North-Eastern coastal region occupies the coast of the sea of Azov between the southern border of the Akhtar estuary and the Kagalnik river. The coastal zone of the North-Eastern Azov region is particularly strongly affected by natural and anthropogenic factors. Human anthropogenic impact in the last two decades has disturbed the balance of ecosystems in the North-Eastern Azov region. Unregulated organized and spontaneous recreational activities lead to negative consequences.

Key words: coasts, landscapes, tourist and recreational activities, sea of Azov, North-Eastern Azov region.

Природа Азовского моря и его берегов в последние годы претерпела существенные изменения под влиянием активного воздействия общественного производства. Негативное воздействие человека на окружающую среду становится все более ощутимым, причем особенно резко оно усилилось в условиях современной антропогенной нагрузки. Нарушение экологического равновесия особенно сильно проявляется на стыке моря и суши.

Северо-Восточная береговая область занимает побережье Азовского моря между южной границей Ахтарского лимана и р. Кагальник. Мы рассматриваем только ту часть Северо-Восточной

береговой области Азовского моря, которая расположена в пределах Краснодарского края, т.е. от южной границы Ахтарского лимана до северной границы Краснодарского края.

Береговая зона Северо-Восточного Приазовья особенно сильно подвергается воздействию естественных и антропогенных факторов [Волкова Т.А. др. 2016; Мищенко Т.А., 2009]. Состояние природных условий в этом районе угрожающее. Взаимодействие окружающей среды и человеческого общества предусматривает охрану природы и рациональное использование ресурсов. Район обладает большими потенциальными возможностями в туристско-рекреационном отношении [Волкова Т.А., Мищенко А.А., 2016]. На побережье имеются лечебные грязи и воды, климатические условия и теплое море благоприятствуют развитию курортного хозяйства, но возникает проблема защиты берегов от абразии. Для решения этой задачи необходимо исследовать целый комплекс природных факторов: гидродинамику, климат, литологию и морфологию берегов и др. Только после установления общих закономерностей развития береговой зоны, можно приступать к планированию и сооружению берегозащитных укреплений.

К основным естественным факторам, влияющим на формирование берегов района, относятся литодинамические и морфологические факторы. Большую роль в формировании берега играют гидродинамические и климатические процессы, являющиеся основной причиной абразии берегов северо-восточного побережья. Гидродинамические и климатические процессы тесно связаны между собой. Направление господствующих ветров в большой степени определяет направление течений в Азовском море. А сильные ветра западных румбов вызывают нагонные явления, приводящие к подъёму уровня моря, что является основной причиной абразии берегов. В свою очередь характер берега и его конфигурация также влияют на направление течений. Немалую роль играет и биогенный фактор, особенно в формировании аккумулятивных форм рельефа берегов. Помимо естественных факторов на формирование берега в последнее время все большее влияние оказывает деятельность человека, проявляющаяся как в непосредственном воздействии на береговую зону, так и в опосредованном влиянии.

По данным исследований А.Н. Петина [Петин А.Н., 2006] рассматриваемый район расположен в пределах двух ландшафтов:

1. Южно-Таганрогский ландшафт протянулся от косы Долгой на север. Дно представляет собой обширную абразионно-аккумулятивную равнину, покрытую мощным слоем современных осадков местами прерывающихся выходами пород в виде глинистого бенча. Пятиметровая изобата проходит на расстоянии 4–6 км от берега. Рельеф дна плоский, уклон оставляет $0,001–0,006^{\circ}$. Вдоль берега, господствуют урочища дна, развитые на песчаных, песчано-илистых и илистых грунтах, а также на выходах глинистых пород. Наземная часть ландшафта представлена урочищем, развитым на абразионных береговых обрывах, абразионно-оползневых береговых склонах и аккумулятивных береговых формах.

2. Восточно-Азовский ландшафт расположен от косы Долгой до г. Приморско-Ахтарска. Дно – обширная абразионно-аккумулятивная поверхность (пятиметровая изобата проходит на расстоянии 6–10 км от берега) сложенная как выходами глиняных пород, так и современными песчаными, песчано-ракушечными грунтами [Беспалова Л.А. и др., 2006]. Абразионные участки дна в виде глинистого бенча расположены вдоль абразионных берегов, а аккумулятивные участки дна вдоль аккумулятивных форм. Рельеф дна плоский, только вдоль аккумулятивных берегов в зоне разрушения волн береговой склон осложнен серией подводных береговых валов. Уклоны дна составляют $0,001–0,004^{\circ}$. Вдоль берега господствуют урочища, развитые на песчаных, песчано-глинистых, ракушечных и глинистых грунтах. Участки дна с глинистым бенчем здесь имеют значительно большее распространение, чем в предыдущем ландшафте. Наземная часть береговой зоны моря в пределах данного ландшафта представлена урочищами, развитыми на абразионных, абразионно-оползневых и аккумулятивных берегах.

Антропогенное воздействие человека в последние два десятилетия нарушает равновесие экосистем Северо-Восточного Приазовья. Неумелое, а иногда и просто хищническое пользование природными ресурсами береговой зоны рек Восточного Приазовья, зарегулирование стока рек, впадающих в Азовское море, изъятие пляжевого материала усилило процессы абразии, это вызывало резкое сокращение массы био- и фитопланктона. В результате поступление ракушечного материала, являющегося основным фактором формирования аккумулятивных форм побережья, сократилось. Нерегулируемая организованная и стихийная рекреационная деятельность приводит к негативным последствиям: замусориванию,

уничтожению растительности, пожарам, деградации литоральной зоны [Литвинская С.А. и др., 2014]. Очень важно при планировании и организации хозяйственной деятельности в пределах побережья, в частности туристско-рекреационном освоении пространства и планировании организации пляжно-купального отдыха необходимо дальнейшее углубленное исследование этого района, применение новых научных методов, таких как использование аэро- и космоснимков, построение математических моделей динамики побережья и т.д.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект «Изучение закономерностей формирования и динамики геосистем крупных морских аккумулятивных форм берегов Краснодарского края» № 19-45-230004 р_а.

Список использованных источников

1. Беспалова Л.А., Беспалов А.А. Подводные ландшафты Азовского моря и их экодиагностика // Экологический вестник научных центров черноморского экономического сотрудничества. 2006. Т. 3. № 3.

2. Волкова Т.А., Мищенко А.А. Коса Долгая в структуре хозяйственного потенциала ТРК Ейского района Краснодарского края // Естественные и технические науки. 2016. № 12 (102).

3. Волкова Т.А., Филобок А.А., Беликов М.Ю. и др. Устойчивое развитие и уязвимость прибрежных геосистем Азово-Черноморского побережья Краснодарского края // Экология и природопользование: прикладные аспекты. 2016.

4. Литвинская С.А., Жаворонков В.В. Проблема сохранения водно-болотных угодий дельты р. Кубань в пределах Ахтаро-Гривенской системы лиманов // Природопользование, сохранение биологического разнообразия в интересах устойчивого развития Краснодарского края. Краснодар, 2014.

5. Мищенко Т.А. Рекреационный потенциал территории: содержание и проблемы оценки / География: проблемы науки и образования. Санкт-Петербург, 2009.

6. Петин А.Н. Особенности строения морфологической структуры ландшафтов береговой зоны восточного побережья. // Комплексные географические исследования Северного Кавказа и Поволжья. Грозный, 1988.

СОЦИАЛЬНАЯ УЯЗВИМОСТЬ ТЕРРИТОРИИ К ОПАСНЫМ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИМ ЯВЛЕНИЯМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

**ФГБУН Институт комплексного анализа
региональных проблем
Дальневосточного отделения
Российской академии наук
(ИКАРП ДВО РАН)**

Аннотация. На примере Приамурья на юге Дальнего Востока России рассчитан индекс социальной уязвимости (ИСУ) региона к проявлению опасных гидрометеорологических явлений как фактор развития туризма. ИСУ представляет собой сумму нормированных показателей предрасположенности территории к появлению опасных природных явлений; чувствительности социальной системы региона как способности противостоять проявлению опасности; и адаптивного потенциала территории как возможности принятия ответных мер по преодолению последствий этих бедствий.

Ключевые слова: индекс социальной уязвимости, опасные гидрометеорологические явления, туризм.

Summary: Tourist destinations constitute a complex model of social vulnerability to natural hazards. Exposure, sensitivity and adaptive capacity, as three components of Social Vulnerability Index, are mathematically combined into a single composite indicator. To show the effectiveness of the scheme, the approach is applied for Priamurye at the Russian Far East, for hydrometeorological hazards.

Key words: index of social vulnerability, natural hydrometeorological hazards, tourism.

Туристская деятельность относится к одним из наиболее экологичных видов природопользования, так как благоприятная экологическая обстановка, широкое распространение сохранившихся природных ландшафтов являются одними из основных её требований. Рациональный выбор дестинаций может привести к

перераспределению туристского потока и, следовательно, к снижению антропогенной нагрузки на геосистемы и более рациональному использованию туристского ресурсного потенциала. Работа направлена на определение социальной уязвимости территории к опасным природным явлениям для правильного и научно-обоснованного выбора туристских дестинаций.

Определение индекса социальной уязвимости предполагает выявление и расчет трех компонентов [Vittal H. et al., 2020]. Прежде всего, это предрасположенность территории к рискам появления опасных природных явлений. Во-вторых, уточнение чувствительности социальной системы региона как способности противостоять проявлению опасности. Третий компонент – конкретизация адаптационного потенциала территории как возможность принятия ответных мер по преодолению последствий этих бедствий. В итоге индекс социальной уязвимости представляет собой комплексный показатель, позволяющий оценить, насколько данная территория способна безопасно принять туристские потоки, для выявления перспектив их развития [Aznar-Crespo P. et al., 2020; Student J. et al., 2020].

В нашей работе основное внимание уделено гидрометеорологическим явлениям, лимитирующим многие виды туристической деятельности [Zhou Y. et al., 2019]. На первом этапе производится оценка риска бедствий, связанных с климатом и погодой. Прежде всего, это экстремально высокие и низкие температуры, проявляющиеся в прохождении волн жары и холода. Например, в летний период необходимо учитывать влияние возможных волн жары, которые могут негативно, вплоть до полного прерывания, воздействовать на отдых туристов. Во-вторых, это сильные осадки и связанные с ним наводнения. С другой стороны, к опасным явлениям относятся вызванные недостатком атмосферной влаги пожары. Лимитируют туристскую деятельность также природно-очаговые болезни, такие как клещевой энцефалит и др., развитие которых в весенний период может иметь взрывной эпидемический характер в зависимости от метеорологических и климатических условий.

На втором этапе определяется чувствительность общества к воздействию опасных природных явлений. Прежде всего, оценивается развитие системы здравоохранения: количество высококвалифицированного медицинского персонала и койко-мест, работа скорой медицинской помощи. Во-вторых, рассматривается транспортная и коммуникационная инфраструктура региона, включая объекты транспортного сервиса и подвижной состав, её пропускная способность. Далее выявляется медико-демографическая и эпидемиологическая ситуация в регионе. Таким образом, формируется целостная картина чувствительности региональной социальной системы к наступлению опасных природных явлений и способность противостоять им.

На третьем этапе уточняется, как общество в целом сможет адаптироваться к появлению опасных ситуаций. Прежде всего, это валовой региональный продукт – величина, показывающая, насколько социально-экономическая система в целом сможет преодолевать опасности и быстро реагировать на их проявления. Во-вторых, это развитие системы защиты от опасностей и бедствий. Здесь же учитывается уровень урбанизации и развитость городской инфраструктуры. В целом показатели чувствительности и адаптационной способности отображают, насколько социальная система данной территории готова к оказанию туристических услуг в случае наступления неблагоприятных природных явлений.

Проведена апробация методики оценки социальной уязвимости территории к опасным природным явлениям как фактора, лимитирующего развитие туризма, для Приамурья на юге Дальнего Востока России. Регион расположен в зоне действия муссонов умеренных широт; характеризуется суровыми морозными условиями зимнего периода, жарким влажным летом с обильными осадками и угрозой сильных наводнений, сухими и пожароопасными переходными сезонами весны и осени [Zhou Y. et al., 2019]. Выявлены периоды в течение года, в которые наиболее вероятно наступление опасных гидрометеорологических явлений. Выполнен детальный анализ качества жизни населения: рассмотрены некоторые природные (климатические и биогеохимические), экономические и социальные

аспекты [Grigorieva E.A., Sukhoveeva A.B., 2019]. Рассчитан индекс социальной уязвимости региона к проявлению опасностей как сумма отдельных нормированных показателей. В дальнейшем сравнение с результатами для других территорий позволит подойти к научному обоснованию рационального выбора туристских дестинаций.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-013-00923.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Aznar-Crespo P., Aledo A., Melgarejo-Moreno J.* Social vulnerability to natural hazards in tourist destinations of developed regions // *Science of The Total Environment*. 2020. Vol. 709.

2. *Grigorieva E.A., Sukhoveeva A.B.* Environmental and medical and social factors in the quality of life, reproductive health of the population: Priamurye as a case study. IOP Conf. Ser.: *Earth Environ. Sci.* 2019. Vol. 381.

3. *Student J., Lamers M., Amelung B.* A dynamic vulnerability approach for tourism destinations // *Journal of Sustainable Tourism*. 2020. Vol. 28(3).

4. *Vittal H., Subhankar K., Subimal G., Raghu M.* A comprehensive India-wide social vulnerability analysis: highlighting its influence on hydro-climatic risk // *Environ. Res. Lett.* 2020. Vol. 15.

5. *Zhou Y., Wang J., Wang Y., Grigorieva E.A.* Estimation and Evaluation of Travel Climate Comfort Degree in the Cross-border Region between China and Russia Based on GIS // *Journal of Resources and Ecology*. 2019. Vol. 10(6).

К СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

**Южно-Российский институт управления-филиал
Российской академии народного хозяйства
при Президенте РФ**

Аннотация: Рассматривается необходимость создания единой системы экоменеджмента по управлению экологизацией туристско-рекреационного комплекса на базе объединения разрозненных экологических и природоохранных функций территорий.

Ключевые слова: экологический менеджмент, туристско-рекреационный комплекс, экономические цели, экологические цели.

Summary: The necessity of creating a unified eco-management system for managing the ecologization of the tourist and recreation complex on the basis of combining disparate environmental and environmental functions of the territories is considered.

Key words: environmental management, tourist and recreational complex, economic goals, environmental goals.

В рамках сложившегося мирового опыта и требований международного стандарта ISO 14000 экологический (экологичный, экологизированный) менеджмент представляет собой комплексную систему управления, направленную на достижение экологических целей при выполнении государственных, региональных, производственно-хозяйственных планов, проектов и программ. В практическом приложении система экологического менеджмента (СЭМ) представляет собой управление процессами экологизации всей сферы хозяйственной деятельности в рамках установленных нормативов и требований экологических стандартов качества окружающей среды, сохранения и сбалансированного [Кокин А.В., Игнатов В.Г., 2011] использования природных ресурсов в рамках национального и международного законодательства (экологического права). В этом смысле экологический менеджмент представляет собой не только управление экологическими рисками, но и самоорганизованную систему (рис.1), в структуре которой любые

изменения требований начальных условий влекут за собой необходимость адекватного реагирования всей системы менеджмента в достижении новых и более амбициозных экологических и природоохранных целей [Двинин Д.В., 2011].

Особенность **туристско-рекреационного комплекса (ТРК)** заключается в том, что в индустрию туризма включаются не только отрасли производства, выпускающие характерные для туристского потребления продукцию, специфическая и неспецифическая инфраструктура, транспорт т.д., но и туристические агентства, территории, непосредственно оказывающие услуги туристу по разным направлениям удовлетворения его интересов.

Неспецифичность ТРК предполагает, тем не менее, достижение каждым из участников деятельности собственных экономических результатов при неременном достижении экологических и природоохранных целей. При этом экономические цели всех участников ТРК не должны ставить под угрозу экологические и природоохранные цели территорий, на которых реализуется туризм.

Главным объектом экотуризма являются экологичность территорий [Пестова Л.В. 2009], их рекреационный комплекс, природно-ресурсный потенциал, вкупе способные удовлетворить не только активного туриста, людей с ограниченными возможностями, но и тех, кто желает отдохнуть на лоне природы и поправить состояние собственного здоровья.

Современная система управления процессами экологизации деятельности разных участников ТРК не всегда связана едиными экологическими целями, не имеет единой экологической политики. Экоаспекты выделяются и понимаются по-разному. Технология принятия управленческих решений по достижению целей ТРК в получении максимальной прибыли на вложенный капитал при минимизации давления на окружающую среду зачастую не учитывает интересы всех участников оказания услуг туристу. В этом смысле не может быть достигнута главная экономическая и экологическая цель ТРК, чтобы заставить туриста не только полюбить удивительный уголок природы и насладиться им, но и непременно возвращаться снова, платить деньги и становиться бесплатным и надёжным агентом рекламодателей, рассказывая близким, друзьям о собственном открытии достойного тура.

В рамках особенностей структуры ТРК сложность создания единой системы экоменеджмента очевидна. И она большей частью

должна быть составной частью системы управления территориями, предоставляющими услуги устойчивого экотуризма, сфокусированного на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных уголков.

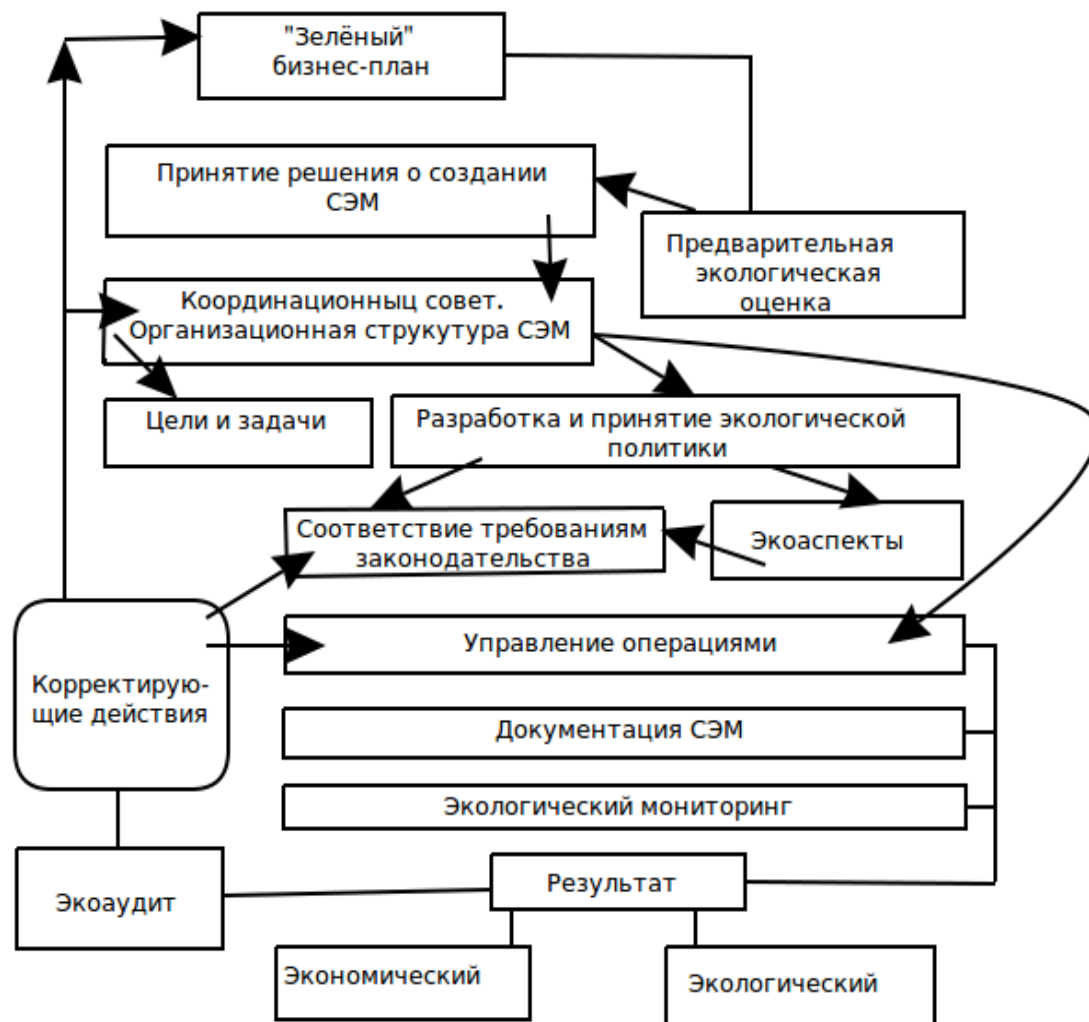


Рис. 1 – Схема функционирования самоорганизующейся системы экоменеджмента ТРК

Сущность самоорганизующейся СЭМ ТРК заключается в непрерывном улучшении не только организационной структуры, но и управления процессами экологизации инфраструктуры, поддержания состояния качества окружающей среды и рекреационного комплекса в рамках принятой экологической политики и её соответствия целям и задачам ТРК. Координационный совет и организационная структура СЭМ не дублируют функции государственных, региональных и муниципальных органов, а интегрированы в существующую систему сохранения и воспроизводства природно-ресурсного потенциала,

обеспечивающего непрерывность функционирования ТРК. Его результат складывается из баланса между получением экономического эффекта и поддержанием качества окружающей среды в процессе функционирования инфраструктуры и оказании туристических услуг. Максимизация прибыли на вложенный капитал ТРК складывается из количества и качества оказываемых услуг при минимизации издержек на природоохранные мероприятия и способности территорий к естественному восстановлению их ассимиляционного потенциала. Большой частью минимизация давления на окружающую среду связана с управлением отходами инфраструктуры и оказываемыми услугами туристам со стороны населения. Не в меньшей степени экологические риски ТРК зависят от естественных и антропогенных факторов не связанных с оказанием туристических услуг. В этом смысле деятельность ТРК и СЭМ должна быть застрахована.

К аксиоматике ТРК. 1. Любой туризм обязан быть экологичным. 2. Экономические цели ТРК не должны противоречить экологическим целям. 3. На ТРК, туристические компании и самих туристов возлагается ответственность за сохранение эколого-природных условий в рамках существующего экологического права. 4. Экологизация сознания неременный атрибут системы управления ТРК, общественного сознания населения территорий, управляющих компаний и туристов. 5. Помнить, что получивший удовлетворение от экологического тура станет рекламировать близким, друзьям и знакомым прекрасный маршрут гармоничного отдыха и оздоровительного путешествия, тем самым окажет бесплатные рекламные услуги ТРК.

Список использованных источников

1. *Двинин Д.В.* Обобщенная схема управления в системах экологического менеджмента // Экономика и управление. Экономические науки. 2011. 5(78).

2. *Кокин А.В., Игнатов В.Г.* Экологический менеджмент. Ростов-на-Дону. 2011.

3. *Пестова Л.В.* Экологический менеджмент, как один из механизмов туристско-рекреационного развития Алтайского края // Региональная экономика: теория и практика. Туристско-рекреационные зоны. 2009. 3(96).

А.М. Ветитнев, П. Эфстатиу

СРАВНИТЕЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГРЕЦИИ КАК ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ ПО ОЦЕНКЕ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

Сочинский государственный университет

Аннотация: Статья содержит результаты сравнительной оценки конкурентоспособности турпродукта Греции российскими туристами. Отмечены такие сильные стороны дестинации, как национальная кухня, организация размещения, окружающая природа, гостеприимство жителей. К недостаткам следует отнести недостаточное информационное обеспечение, невысокий уровень чистоты на улицах и пляжах, разнообразие развлечений и уровень шопинга. Эта информация может быть полезна туристкой администрации Греции, а также турфирмам, работающим на данном рынке.

Ключевые слова: турпродукт Греции, сравнительная конкурентоспособность, въездной туризм, российские туристы.

Summary: The results of comparative assessment of the competitiveness of Greek tourism products by Russian tourists are presented. The strengths of Greek tour product were national cuisine, the quality of accommodation, surrounding nature, hospitality of residents. The disadvantages include insufficient information support, low level of cleanliness on the streets and beaches, variety of entertainment and the level of shopping. This information can be useful for the tourist administration of Greece, as well as for travel agencies operating in this market.

Key words: tourist product of Greece, comparative competitiveness, inbound tourism, Russian tourists.

Греция является страной с выраженной туристской ориентацией. Показатели туризма в период до начала пандемии вируса COVID-19 демонстрировали существенный рост (Табл. 1).

В 2019 г. въездной турпоток в Грецию увеличился на 4,1%. В частности, увеличилось количество прибытий через аэропорты на 1,6%, прибытие наземным транспортом увеличилось на 9,0%. За этот период турпоток из стран ЕС составил 22 053 тыс., что на 3,1% больше,

чем в 2018 г., а турпоток из стран, не входящих в ЕС увеличился на 6,5% и составляет 9 295 тыс. туристов.

Табл. 1. – Основные показатели внутреннего, въездного и выездного туризма Греции (тыс.)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018
Внутренний туризм					
Всего внутренних поездок	..	19 025	17 154	24 650	..
Число ночевок	5 622	5 111	4 873	5 492	5 691
Частный сектор	44 089	39 104	39 373	44 999	48398
Въездной туризм					
Всего международных прибытий, в т.ч.	24 272	26 114	28 071	30 161	33 072
Германия	2 459	2 810	3 139	3 706	4 381
Болгария	1 535	1 901	2 523	2 546	3 135
Великобритания	2 090	2 397	2 895	3 002	2 943
Италия	1 118	1 355	1 387	1 441	1 667
Франция	1 463	1 522	1 314	1 420	1 524
Количество ночей во всех средствах размещения	186 927	188 012	193 419	213 516	230 727
Выездной туризм					
Всего международных выездов, в т.ч. в	5 802	6 291	7 235	7 685	7 961
Болгарию	751	1 109	1 557	2 186	2 371
Македонию	1 800	1 979	1 923	1 787	1 352
Турцию	716	652	803	810	967
Германию	469	400	444	421	500
Италию	292	297	364	351	405
Туристские поступления и расходы, млн евро					
Въездной туризм					
Всего международных поступлений, в т.ч.	14 652	15 824	15 086	16 621	18 444
от туризма	13 393	14 126	13 207	14 630	16 086
от транспорта	1 259	1 698	1 879	1 991	2 359
Выездной туризм					
Всего международные расходы, в т.ч.	3 014	3 189	3 081	2 920	3 314
туристов	2 076	2 037	2 005	1 905	2 191
пассажиров	937	1 151	1 076	1 015	1 123

Источник: Source: OECD Tourism Statistics (Database). StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888934076875>

Для российских туристов Греция традиционно является одной из самых привлекательных европейских стран. В 2019 г. страну посетили 742,197 тыс. туристов из России, что на 12,9% меньше предыдущего

года. В структуре въездного туризма Греции россияне стабильно занимают 15-е место.

В тоже время, учитывая популярность для россиян соседней Турции, эти показатели явно ниже огромного туристского потенциала Греции. В связи с этим, основной целью данной работы было получение информации о сравнительной конкурентоспособности туристского продукта Греции по мнению туристов из России по сравнению с турпродуктами стран Южной Европы и Средиземноморья.

Методология исследования. Оценку конкурентоспособности национального турпродукта проводили по методике TRAVELSAT © Competitive Index. Это наиболее распространенная и общепризнанная в ЕС платформа для исследования туризма, которая собирает данные об удовлетворенности посетителей для измерения и глобального сопоставления их опыта с конкурентными рынками и сегментами путешественников [TCI Research, 2020]. Методика предусматривает заполнение универсальной многоязычной электронной анкеты по 60 позициям, сгруппированным по блокам со шкалой оценки удовлетворенности по каждому индикатору от 1 до 10. Итоговый индекс отражает уровень удовлетворенности по каждому критерию и может варьироваться от -50 до 400. Оценки очень довольных или недовольных посетителей имеют большее значение в оценке, чем средние числовые значения. Основная цель индикаторов - сравнить качество опыта в разных направлениях со стандартами и конкуренцией.

Исследование проводилось в аэропортах городов Афины и Салоники путем опроса отъезжающих туристов. В данном исследовании приводятся данные только об оценке российских туристов. Всего было получено 425 анкет. Результаты опроса сравнивали с данными, полученными в 2015-2017 гг. центром INSETE INTELLIGENCE [Evaluation of the «Greece» brand..., 2019].

Результаты и обсуждение. Все опрошенные российские туристы распределились по регионам посещения следующим образом: 29% Афины, 41% острова, 25% Северная Греция и 5% Пелопоннес.

Результаты оценки представлены в таблице 2. В целом, сравнивая суммарный индекс конкурентоспособности, можно отметить, что турпродукт Греции, по мнению российских туристов, близок к аналогичным продуктам стран Южной Европы.

Табл. 2. – Результаты вычисления TRAVELSAT © Competitive Index по отдельным индикаторам

№	Индикатор	Греция	Южная Европа
	<i>Опыт размещения</i>	575	533
1	общее качество	180	178
2	гостеприимство персонала	205	192
3	цена/качество	190	163
	<i>Опыт питания</i>	840	703
4	общее качество	215	184
5	разнообразие	197	167
6	гостеприимство персонала	220	188
7	цена/качество	208	164
	<i>Общественный транспорт</i>	580	455
8	Доступность	135	141
9	Гостеприимный персонал	112	99
10	Цена	201	127
11	Такси	132	88
	<i>Транспортная инфраструктура</i>	647	542
12	удобная парковка	65	30
13	дорожная инфраструктура	113	48
14	доступ в аэропорт	121	164
15	гостеприимный персонал на въездах	132	116
16	маркировка	98	78
17	езда к месту назначения	118	106
	<i>Культурная и развлекательная деятельность</i>	779	868
18	разнообразие	155	163
19	экскурсии	185	154
20	культурные мероприятия	55	111
21	тематические парки/луна-парк	177	187
22	ночная жизнь	108	156
23	стоимость	99	97
	<i>Историческое наследие и музеи</i>	870	875
24	разнообразие достопримечательностей	210	242
25	состояние / обслуживание археологических памятников	166	188
26	гостеприимный персонал музеев	216	183
27	стоимость билета	133	125
28	легкость посещения	145	137
	<i>Опыт покупок</i>	663	693
29	разнообразие товаров	75	149
30	соотношение цена / качество	90	109
31	гостеприимство персонала магазина	175	137
32	часы работы	180	160
33	качественные сувениры / изделия ручной работы	143	138
	<i>Окружающая среда</i>	578	714
34	пейзажная красота	278	258
35	городская чистота	111	152
36	чистота за пределами городов	88	135
37	архитектура / состояние городов	101	169

Окончание табл. 2

	<i>Пляжный отдых</i>	880	1017
38	красота пляжей	247	267
39	разнообразие пляжей	166	203
40	чистота пляжа	115	183
41	водные развлечения	177	187
42	безопасность для купания	175	177
	<i>Информация и помощь посетителям</i>	259	381
43	количество информационных центров	36	70
44	эффективность персонала	88	112
45	часы работы	97	116
46	качество приложений мобильной телефонии	38	83
	<i>Гостеприимство жителей, чувство безопасности</i>	628	497
47	гостеприимство / дружелюбие жителей	241	189
48	легкость общения жителей	152	138
49	чувство безопасности	235	170
	Competitive Index	7299	7278

Однако по отдельным позициям имеются существенные отличия. Одной из самых сильных составляющих является питание, основанное на национальной кухне и по относительно невысоким ценам. Хорошие оценки получили также услуги размещения. Без сомнения, высоко конкурентной позицией является гостеприимство жителей, с радушием встречающих туристов со всех концов света. К сильным позициям можно отнести и транспортные возможности Греции: состояние дорог, удобство подъездов и парковки. К недостаткам туристского продукта страны следует отнести недостаточное информационное обеспечение туристов, индикацию объектов притяжения, недостаточную чистоту и обустройство, как в городах, так и за пределами населенных пунктов, разнообразие развлечений и уровень шопинга. Эти проблемы должны быть взяты на контроль национальной и местными туристскими администрациями с целью улучшения качества и привлекательности дестинации.

Список использованных источников

1. Evaluation of the «Greece» brand and comparison with competitors in Southern Europe based on the experience of tourists / INSETE INTELLIGENCE, 2019. URL: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019_TRAVELSAT_Greece_2018.pdf.

2. TCI Research. The global standard for measuring and benchmarking visitor experience quality. 2020. URL: <https://tci-research.com/travelsat/travelsat-competitive-index/>.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ (ИНФОРМАЦИОННЫЕ, ТРУДОВЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ)

Абхазский государственный университет

Аннотация: Актуальность темы связана с тем, что Абхазия как туристское направление должна быть представлена, в международном туристском пространстве. Для повышения качества предоставляемых услуг важна также роль трудовых и образовательных ресурсов. Выделены основные направления деятельности Республики Абхазия в направлении развития этих ресурсов.

Ключевые слова: социально-экономические ресурсы туризма; информационные туристские ресурсы; трудовые и образовательные ресурсы.

Summary: Topic rationale is connected to the fact that Abkhazia as a tourist destination should be presented in the world tourism. To improve the quality of provided services, the role of workforce and learning resources is important. The main activities of Republic of Abkhazia to develop these resources are identified.

Key words: social-economic resources of tourism; information tourism resources; workforce and learning resources.

Социально-экономические ресурсы туризма подразделяются на шесть основных блоков: информационные; трудовые и образовательные; финансовые; материальные; управленческие и инфраструктура туризма [Кусков А.С., 2008]. В статье исследуются информационные, трудовые и образовательные ресурсы

Информационные туристские ресурсы – совокупность форм и видов информации о конкретной территории или объекты. Информационное обеспечение туризма на территории РА пока не получило должного развития. Роль информационных ресурсов для Абхазии усиливается еще и тем, что в информационном пространстве наша страна представлена как неблагополучная в политическом и криминогенном отношении. В этих условиях необходимо усиление работы с целью опровержения негативной и необъективной

информации об Абхазии.

Для повышения привлекательности туристского направления Абхазии используется печатная реклама. Сегодня издаются буклеты, справочники, путеводители, плакаты, проспекты, брошюры, каталоги, листовки по всем туристским достопримечательностям, предприятиям размещения, питания.

Выпускаются путеводители по Абхазии для пешеходов под названием «Прогулки по Абхазии» - иллюстрированное издание о путешествиях по Абхазии, где описываются все 7 районов со своими достопримечательностями, иллюстрированный атлас «Абхазия» с картами, схемами городов и туристских маршрутов и справочной информацией.

Ежегодные каталоги достопримечательностей выпускают туристские фирмы, работающие в направлении Абхазия, например, «Русалтурс», «Аква Абаза», «Роза ветров» и другие.

Телевидение как информационный ресурс в туризме используется мало в Абхазии. С рекламными целями организованы съемки и показ цикла передач «Заметки путешественника» про Абхазию в российском телевидении.

В прессе публикуются материалы о туризме и отдыхе в Абхазии. В российских журналах, частности «Турист», печатают обо всех имеющихся видах туризма в Абхазии и об исторических памятниках с их историей.

Интернет – беспрецедентное по масштабам рекламное пространство. В Абхазии использует это средство рекламы, рекламные агентства РА внедряют рекламу на популярных сайтах, в социальных сетях.

Действует официальный сайт Министерство по курортам и туризму Республики Абхазия, где можно получить всю необходимую информацию о регионе.

Туристская интернет-реклама в Абхазии представлена различными приложениями-путеводителями. Так, приложение «Абхазия» представлена в виде гида по Абхазии, с картой, где помечены средства размещения, краткая история о культуре и о достопримечательностях Абхазии.

Приложение «Храмы Абхазии» – виртуальный 3D-тур по храмам Абхазии, Пещера 3D – виртуальная экскурсия по Новоафонской пещере, Рица 3D – это экскурсия по Ричинскому реликтовому

национальному парку, с возможностью свободного перемещения. Идет работа по созданию мобильного приложения «Карта гостя».

Популярными средствами распространения информации о туризме Абхазии становятся выставки и ярмарки. Участие в подобных выставках является отличным средством распространения информации туристских возможностей страны.

Министерство по курортам и туризму Республики Абхазия совместно с Торгово-промышленной палатой (ТПП) отдельным стендом участвуют в работе международной туристской выставке МИТТ «Путешествия и туризм» уже третий год. Здесь демонстрируют потенциальным клиентам возможности путешествия в Абхазию; устанавливают контакты и заключают договора с представителями турбизнеса и СМИ; изучают передовой опыт организации туризма; получают информацию о состоянии конъюнктуры рынка туризма.

По данным официального сайта ТПП, принимали участие в выставках в сфере туризма: 23 международной туристской выставке в г. Братислава, 59 дамасской международной ярмарке в Сирийской Арабской республике и Международной туристской инвестиционном форуме ITIF [Торгово-промышленная...].

Министерство по курортам и туризму усиливает наращивание информационного потенциала на туристском рынке РФ, т.к. на долю российских туристов приходится до 96% приезжающих в нашу страну [Цушба А.С., 2010].

Весной Министерство совместно с ООО «Туроператор Интурист» – один из ведущих туроператоров России проводит рекламно-информационный тур для представителей туристических агентств РФ

В ходе тура участники посещают главные достопримечательности республики. Кроме того, турагенты смогут осмотреть большинство отелей в курортных городах Абхазии и лично оценить готовность объектов к приему туристов.

В эти сроки проводят пресс-тур для журналистов российских СМИ. В числе гостей представители федеральных изданий - портал «Тонкости туризма», «Известия-туризм» и «Комсомольская правда». Региональные СМИ представляют журналисты издания правительства РФ «Российская газета» и информагентства «Интерфакс».

Цель рекламного и пресс-тура – дать возможность представителям средств массовой информации самостоятельно оценить состояние туристических объектов, увидеть потенциал

Абхазии, в котором соединены природно-климатические и историко-культурные особенности [Министерство...].

Несмотря на все эти мероприятия, недостаточно информационного ресурса для продвижения национального туристского продукта. Об этом свидетельствуют итоги опроса, проведенного ЦСИ при президенте по заказу Академии Наук РА. По данным анкетного опроса установлено, что самым популярным источником информации (81%) является так называемое «сарафанное радио» (мнение близких, друзей, родственников). Для 25% опрошенных источником информации является Интернет, 14,5% – СМИ. 63,4% опрошенных считают недостаточным существующей информации об Абхазии [Цушба А.С., 2010].

Это подтверждает вывод о том, что одним из сдерживающих факторов развития туризма в Абхазии является несовершенная система информационного и рекламного продвижения республики на туристский рынок.

Для полноты информации об Абхазии необходим единый туристский информационный центр, а также реестр с полной информацией об Абхазии. Проводятся работы над их созданием.

Изучение персонала в сфере туризма является важнейшей составной частью конечного продукта. К трудовым ресурсам туризма относятся кадры туристских предприятий – как штатный персонал, так и работники, привлекаемые для работы в туристский сезон. На сегодняшний день по данным статистического управления Республики Абхазия в сфере туризма занято более чем 3745 человек.

С трудовыми ресурсами туризма тесно связаны образовательные ресурсы. Необходимым условием для организации туристского предприятия и успешной работы на нем профессиональных кадров является профильное образование.

На территории Абхазии существуют несколько образовательных учреждений, в которых получают образование специалисты по туризму. Это Абхазский государственный университет (АГУ) и Сухумский Открытый Институт (СОИ).

В АГУ первый выпуск специалистов был в 2005 г. С этого года по 2017 г. выпуск специалистов составляет около 230 человека. управление курортами и туризмом» с 2002 г. Общее количество выпускников этого ВУЗа – 308 чел.

Есть еще колледжи в городах Сухум и Гагра, где готовят обслуживающий персонал среднего звена. Таким образом, в сфере подготовки кадров имеются определенные положительные сдвиги.

Еще один аспект проблемы обеспечения кадрами в Абхазии – отсутствие системы повышения квалификации сотрудников предприятий туризма. Для Абхазии это особенно актуально, т.к. в этой сфере работают в основном кадры без специальной подготовки. Они нуждаются в постоянном совершенствовании своих профессиональных знаний и навыков.

Список использованных источников

1. *Кусков А.С.* Туристское ресурсоведение. М., 2008.
2. Министерство по курортам и туризму Республики Абхазия. URL: <https://ru-ru.mintourismra>.
3. Торгово-промышленная палата Республики Абхазия. URL: <https://www.tppra.org/o-torgovo-promyshlennoy-palate/>.
4. *Цушба А.С. Сабекия Э.Л.* Проблемы и перспективы социально-экономического развития современной Абхазии. Проблемы и перспективы социально-экономического развития современной Абхазии. Сухум, 2010.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ ВЬЕТНАМА

Кубанский государственный университет

Аннотация: Развитие туризма во Вьетнаме имеет ряд современных социально-экономических акцентов. Интерес со стороны операторов к направлению создал прямо пропорциональный рост показателей доходов, занятости.

Ключевые слова: Вьетнам, воздействие туризма, экономика туризма.

Summary: The development of tourism in Vietnam has a number of modern socio-economic emphases. Operators' interest in the direction created a directly proportional growth in income and employment indicators.

Key words: Vietnam, tourism impact, tourism economics.

В последние годы Вьетнам получает больше популярность у иностранных туристов вследствие высокой концентрации достопримечательностей и богатой истории. Наряду с увеличением числа прибывающих туристов наблюдается рост показателей развития туристской индустрии, вклада в национальную экономику. По статистике Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с 2015 по 2018 гг. рост доли туризма в ВВП стабильно увеличивается и составляет ежегодно в среднем 4,9% (прямое потребление в ВВП) и 7,75% (косвенное потребление в ВВП) (Рис. 1).

2018 г. считается удачным годом, когда индустрия туризма обеспечила наивысший уровень экономической эффективности, что привело к увеличению прироста ВВП, который является самым высоким за последние годы (Таб. 1). В 2018 г. стоимость валового продукта прямого вклада туризма Вьетнама оценивалась в 7,08 млрд долл. – 5,6% от ВВП страны. Этот показатель превышает по сравнению с прошлым годом на 270 тыс. долл. (0,1% от ВВП страны).

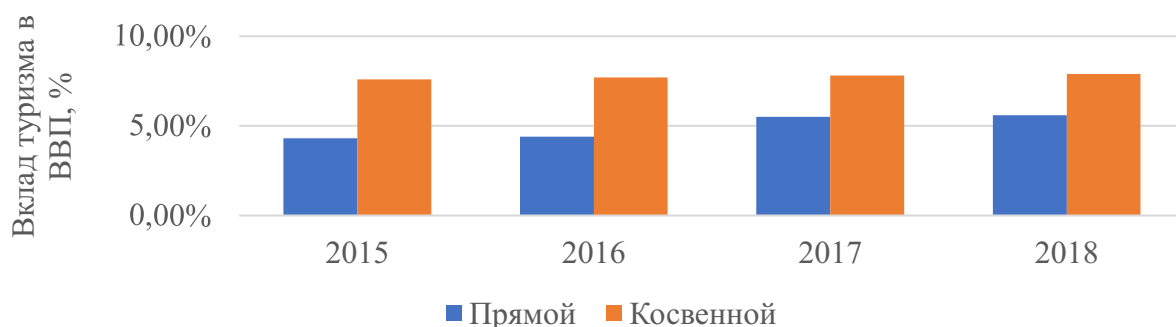


Рис. 1 – Прямой и косвенный вклад туризма в экономику Вьетнама в период 2015–2018 гг. (выражен в % от ВВП) [The Travel...]

В то время, объем косвенного вклада туризма в ВВП составил 18,8 млрд долл., что составляет 7,9% от общего ВВП.

Табл. 1 – Прямой и косвенный вклад туризма в экономику Вьетнама в период 2015–2018 гг.

Год	Номинальный ВВП, млрд долл.	Прирост ВВП, %	Прямой вклад, млрд долл.	Косвенной вклад, млрд долл.
2015	193,2	6,68	8,4	15,1
2016	202,6	6,21	8,9	15,9
2017	223,9	6,81	12,6	17,2
2018	239,7	7,08	13,5	18,8

Анализируя данные в период 2015–2018 гг., занятость в индустрии туризма стабильно повышалась и наблюдалась умеренная изменчивость количества занятых в сфере услуг в пределах 2%. Заметный рост занятости прямого влияния туризма зафиксирован в 2017 г. и составляет более 2,46 млн работников, что на 26% превышает уровень занятости по сравнению с предыдущим годом. В 2018 г. под прямым воздействием в туристской индустрии страны занято 2,51 млн работников (4,5% рабочей силы страны), а с учетом косвенного влияния число занятости – 4,5 млн чел. (7,6% рабочей силы страны) [The Travel...]. Показатели в 2018 г. являются самыми высокими за последние годы. С учетом темпов роста туризма, как и в настоящее время требуется ежегодно проводить дополнительную подготовку для около 25 тыс. новых работников [Moi nam...]. Этому способствует тот факт, что Вьетнам считается новым потенциальным направлением на туристском рынке Юго-Восточной Азии. Однако, одной из основных проблем трудовых ресурсов в индустрии туризма Вьетнама является нехватка квалифицированных кадров в обслуживающем персонале, особенно, отсутствие хороших вьетнамских менеджеров по туризму.

По анализу Национальной администрации по туризму Вьетнама, в 2018 г. занятость в туризме также распределяется по видам деятельности следующим образом: управление в различных предприятиях туризма – 21%, организация туризма составляют 7,4% и обслуживающий персонал в общем составляет 71,6%, к числу которого относятся: персонал на предприятиях размещения – 23,8%, персонал на предприятиях общественного питания – 25,6%, работники в сфере транспортного обеспечения – 10,6%, гиды-переводчики и экскурсоводы составляют всего лишь 2,4%, на других рабочих местах в сфере туризма занимают около 9% рабочей силы.

С целью определения значения туризма для других отраслей экономики страны, необходимо рассмотрение туристских мультипликаторов. По оценкам Всемирного совета путешествий и туризма (WTTC) мультипликативный эффект расходов туристов на общую экономику во Вьетнаме ниже, чем в среднем по сравнению с другими странами в Азии. В 2017 г. мультипликатор дохода в туризме составляет 1,6, это означает, что каждый 1 долл. от расходов туристов, который был сохранен во внутренней экономике (т.е. не просочился за границу за счет импорта), принес дополнительные 0,6 долл. дохода для остальных отраслей экономика. Однако это значение мультипликатора ВВП немного меньше, чем в других странах развивающейся Юго-Восточной Азии, где в среднем показатель составлял 2,4 в 2017 г., а также ниже, чем в среднем по миру для туристического сектора, равному 3,3 [Economic...].

То же самое относится и к мультипликатору занятости во Вьетнаме, который составляет около 1,7. При этом региональное и глобальное среднее значение – 2,5 и 2,6 соответственно. Это указывает на необходимость укрепления связей туристического сектора с остальными отраслями экономики Вьетнама, позволяя работниками и фирмам в других секторах косвенно извлекать выгоду из растущего туризма Вьетнама.

На данный момент, прямые иностранные инвестиции играют важную роль в развитии и экономики и туризма страны. Большая часть капитальных вложений использована в разных секторах туристской индустрии туризма с целью создания новых объектов размещения, ресторанов, развития транспортного обеспечения и организации различных развлекательных мероприятий. За период 2015–2018 гг. наблюдается умеренный рост капитальных вложений, в среднем составляет 3–5% ежегодно. На развитие туризма в 2018 г. вложено 8,4% от всех инвестиций страны. К концу 2018 г. Вьетнам привлек 145 проектов прямых иностранных инвестиций с общим

зарегистрированным капиталом около 5,4 млрд долл. [Van tin..., 2019]. Иностранные инвестиции оказали положительное влияние, способствуя реструктуризации отраслей экономики в целом, а также внутренней структуры индустрии туризма, в частности. Вместе с возрастанием объемов инвестиций в туризме создается ряд высококачественных туристских отраслей и улучшается туристская инфраструктура страны.

Быстрый рост числа иностранных туристов во Вьетнаме привел к значительному притоку чистых иностранных доходов. Доходы от международных туристов в абсолютном выражении почти удвоились в 2017 г. по сравнению с 2013 г. Также денежные поступления от международного туризма повышают, как и долю ВВП страны, так и общий объем экспорта товаров и услуг (Рис. 2). Расходы на выездной туризм со стороны вьетнамских граждан также значительно выросли за этот период, но даже после учета этого, баланс туристических услуг Вьетнама остался положительным. Это означает, что туризм постоянно обеспечивает приток чистых внешних доходов во Вьетнам. Кроме того, туристические услуги представляют собой крупнейший экспорт услуг во Вьетнаме, на который приходится 68% от общего объема экспорта услуг в 2017 г.

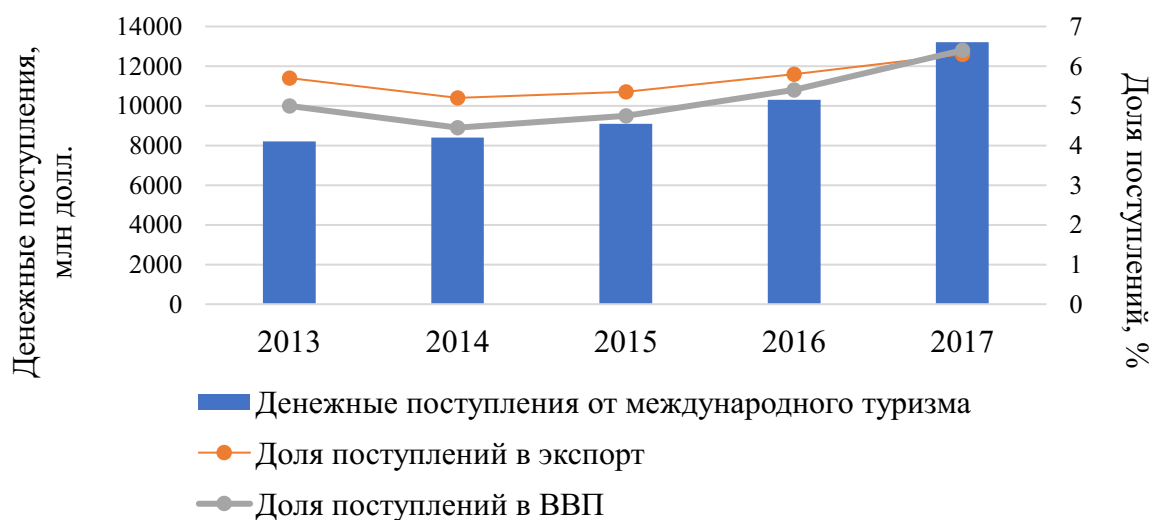


Рис. 2 – Динамика денежных поступлений во Вьетнаме от международного туризма с 2015–2018 гг. [Economic...]

Помимо положительных эффектов, развитие туризма также оказывает следующие негативные экономические последствия: сокращение доступности земли для сельского хозяйства и других отраслей; рост цен на потребительские товары, используемые для

обслуживания туристов; появление диспропорций в экономике и уровнях развития регионов; превращение местных жителей в работников с малой зарплатой и нестабильным доходом; сокращение местных экономических ресурсов, особенно природных; вывоз большого количества иностранных валют за границу.

Вьетнам на сегодня является перспективной страной для развития туризма. Прогнозируется, что на 2021 г. прямой вклад туризма в ВВП страны будет составлять 15,9%, и косвенный – 24,8%. Количество рабочих мест в индустрии туризма под прямым воздействием будет достигать 2,66 млн мест, и под косвенным – 5,1 млн мест. Однако, процесс глобализации и международной интеграции не только создает благоприятные условия, но и усиливает давление для развития туризма Вьетнама. В соответствии с этим, определение ориентации и тенденции развития туризма очень актуально. Для решения этого вопроса Министерство культуры, спорта и туризма Вьетнама представило проект «Стратегии развития туризма во Вьетнаме до 2030 г. и концепции развития туризма до 2050 г.». Основная цель к 2030 г. для индустрии туризма Вьетнама является становлением передовой экономической отраслью страны с высокой конкурентоспособностью. Согласно этому проект ориентирован на 2050 г. туризм Вьетнама будет глобально ценным и высококлассным направлением, одной из ведущих стран развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Список использованных источников

1. Ban tin du lich va phat trien so 22 – Quy IV/2019 // Vien Nghien Cuu Phat Trien Du Lich Viet Nam. URL: http://itdr.org.vn/an_pham/ban-tin-du-lich-va-phat-trien-so-22-quy-iv-2019/.

2. Economic impacts of tourism // Taking Stock: Recent Economic Developments of Vietnam. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/821801561652657954/pdf/Taking-Stock-Recent-Economic-Developments-of-Vietnam-Special-Focus-Vietnams-Tourism-Developments-Stepping-Back-from-the-Tipping-Point-Vietnams-Tourism-Trends-Challenges-and-Policy-Priorities.pdf>.

3. Moi nam can dao tao 25 000 lao dong moi cho nganh du lich // Bao Dan Sinh. URL: <http://baodansinh.vn/nhan-luc-nganh-du-lich-moi-nam-can-dao-tao-25000-lao-dong-moi-59032.htm>.

4. The Travel & Tourism Economic Impact 2018 Vietnam // World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data>.

КУРОРТНЫЙ СЕЗОН 2020 ГОДА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

¹Кубанский государственный университет

²Абхазский государственный университет

Аннотация: в статье приводятся результаты опроса студентов с целью изучения влияния COVID-19 на предпочтения граждан с точки зрения отдыха. Опрос проводился со студентами направления «Туризм» Кубанского государственного университета.

Ключевые слова: COVID-19, туризм, опрос, отдых.

Summary: the article provides the results of a survey of students in order to study the effect of COVID-19 infection on the preferences of citizens in terms of rest. The survey was spent with students of the «Tourism» direction of Kuban State University.

Key words: COVID-19, tourism, survey, rest.

Если бы проводился конкурс: «Как назвать 2020 г.?» – то можно с уверенностью сказать, что в этой номинации победило бы название «Год коронавируса». Меры по защите граждан стран мира, в т.ч. и России, наложили неизгладимый отпечаток на мировую экономику, в первую очередь на экономику туризма. Запрет на перемещение жителей даже внутри муниципалитетов практически остановил деятельность индустрии гостеприимства.

Снятие ограничительных мер (в части поездок) позволило в конце июня – начале июля восстановить работу гостиниц, санаториев и других средств размещения. Но снятие запретов, тем не менее, не позволило всем гражданам отдохнуть в туристских локациях. В сентябре было проведено анкетирование студентов 1 курса Института географии, геологии, туризма и сервиса (направление «Туризм» в рамках изучения темы «Статистическое наблюдение») с целью

выяснения, какой процент граждан не поехал на отдых по причине боязни заболеть. Анкета называлась «Как я провел лето».

Помимо основного вопроса, были попутно заданы вопросы по составу семьи, куда и сколько раз выезжали на отдых и проч. В анкетировании приняли участие 38 студентов из разных семей, т.е. фактически в опросе участвовало 38 семей с общим количеством – 162 чел. Почти половина опрошенных студентов (17 чел.) – из Краснодара, 10 чел. – из Краснодарского края, 9 чел. – из других регионов России (Республик Крым, Карачаево-Черкессия, Адыгея, Ставропольского края, городов Кемерово и Иркутск), двое – из Республики Абхазия.

В летний период 2020 г. на отдых не поехали в силу различных причин 19 семей, т.е. ровно половина респондентов. По причине отсутствия средств не поехали только 3 семьи (16%). Из-за боязни заболеть коронавирусом остались дома 9 семей (47%, почти половина не поехавших). Однако основная причина отказа от путешествий – занятость (14 чел., 74%–³/₄ оставшихся дома). Занятость обусловлена как поступлением в вуз (около половины опрошенных), так и необходимостью зарабатывать средства после вынужденного отдыха во время карантина.

Как видно, коронавирусная инфекция серьезно повлияла на возможность отдыха: причем не только напрямую – из-за вероятности заражения, но и косвенно – из-за необходимости улучшения финансового положения.

Рассмотрим некоторые аспекты предпочтений семей, поехавших на отдых. Подавляющая часть выбравших отдых семей отдохнули в своем регионе (17 чел.), и только трое выбрали поездку за пределы места жительства. В среднем на отдых каждая семья выезжала 1,63 раза. Посещали родственников и друзей 9 семей (и останавливались у них, 47%). Выбрали средства размещения (СР) 10 чел. (53%). Средняя продолжительность поездки составила 4,1 суток, только одна семья выехала на 30 сут. (месяц).

Интересен выбор транспорта на отдых: основная часть (16 семей) предпочла добираться до места отдыха на личном автомобиле (84%),

2 человека выбрали автобус и 3 чел. – поезд. Комбинированным транспортом не добирался никто.

Нужно отметить, что туристы выбрали отдых по праву как основной вариант ответа, т.к. в среднем за 1 поездку они посетили только 0,32 экскурсии (другими словами: за 3 поездки посещают только 1 экскурсию).

Из 19 чел. только 9 чел. пожелали (или смогли) ответить, сколько средств потратили на отдых. По опросу, в среднем за поездку семья тратила 37 тыс. руб. Исключая 1 семью, потратившую на отдых около 150 тыс. руб. (4 детей – исключительный случай), получим, что траты на поездку снизились до 23 тыс. руб., что более вероятно, т.к. медианное значение ряда совпало с модальным и составило 18 тыс. руб.

Таким образом, несмотря на небольшую выборку (исследование будет продолжено), можно сказать, что коронавирусная инфекция сильно влияет на граждан в плане отдыха: 50% респондентов не поехали по причинам, обусловленным боязнью заболеть этим вирусом, а также отсутствием средств для проведения отдыха (также из-за карантина).

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СЕРБИИ

¹ Центр РГО в Сербии

²Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье анализируются особенности исторического развития туризма на территории Республики Сербия. Регион имеет давнюю историю развития туризма начиная с VI–VII вв. Особые темпы роста были заметны с 1914 г., когда был принят первый закон о курортах, а уже в 1919 г. в Белграде открылось первое туристическое агентство. С 1948 г. по сегодняшний день внутренний туризм пережил много взлетов и падений. Улучшения начались в двадцать первом веке, отрасль туризма начала восстанавливаться.

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационный комплекс, республика Сербия, история туризма.

Summary: The article analyzes the features of the historical development of tourism in the territory of the Republic of Serbia. The region has a long history of tourism development since the 6th – 7th centuries. A particular growth rate has been noticeable since 1914, when the first law on resorts was adopted, and already in 1919 the first travel agency was opened in Belgrade. From 1948 to the present day, domestic tourism has experienced many ups and downs. Improvements began in the twenty-first century, and the tourism industry began to recover.

Key words: tourism, tourist and recreational complex, Republic of Serbia, history of tourism.

Если термин «туризм» приравнять к таким терминам, как «путешествие» и «перемещение в целом», можно сказать, что начало развития туризма в Сербии находится в далеком прошлом. Миграции многих народов, основанные на движении, продолжались в течение длительного времени. Таким образом, по мнению многих историков, славяне в VI–VII вв. переселились на территорию сегодняшних Балкан и начали свою многовековую историю благодаря движениям и путешествиям. Тем не менее, многие находки и остатки культурных и исторических памятников в Сербии указывают на тот факт, что до переселения славян на Балканы римляне были гостями (хозяевами) в

период около I в. н.э., но также и то, что до них жили разные племена, среди которые были иллирийцы, фракийцы, даками и др. [Волкова Т.А., Рыжоволова Э.А., 2020; Мищенко Т.А., 2009].

Одним из старейших и наиболее важных путешествий было путешествие Кирилла и Мефодия в середине IX в. Их путешествия и путешествия их учеников принесли народам Балкан письма и грамотность. Этот тип путешествий сегодня можно рассматривать как религиозный, деловой туризм, а также поездки для обучения и образования.

Ранние корни туризма в Сербии можно проследить до XIX в., когда короли и др. правители открыли курорты и др. вновь образованные туристические места. Еще в 1739 г. турки признали свободную навигацию, и, поскольку р. Дунай получил статус международной реки со свободной навигацией в 1856 г. ее значение возросло до международных перевозок. Таким образом, благодаря рекам Дунаю, а также Тисе и Саве, Сербия была связана с другими частями Европы. В то время как Томас Кук основал первое туристическое агентство в мире в 1845 г., в 1846 г. в Сербии, которая еще находилась под властью турок, Иосиф Панчич организовал первые поездки не только для ученых и ботаников, но и для его учеников. Открытие первого туристического агентства в г. Белграде в 1919 г., т.е. филиала «Wagon Lits Cook», который первоначально продавал билеты на внутренние и международные железнодорожные перевозки, а также билеты на поезд «Восточный экспресс».

С XIX в. в Сербии настаивали на организации курортов и развитии спа-туризма. Так, в 1914 г. был принят первый закон о курортах. Популярными курортными местами в то время были Врнячка, Аранджеловачка, Матарушка, Рибарска, Враньска, Нишка, Соко-Баня и Баня-Ковиляча. Создается материальная база для развития туризма, и курорты стали привлекательны как для профилактики и лечения инфекционных заболеваний, особенно туберкулеза, так и в качестве мест, где раненые солдаты залечивали свои раны. В 1980 гг. Югославия была важным туристическим направлением на Балканах. Количество ночевков составляло почти 12 млн в год, из которых около 1,5 млн составляли иностранные туристы. События, связанные с распадом Югославии, привели к значительному сокращению туристов как в сфере отдыха, так в сфере делового туризма [Волкова Т.А., 2020].

Несколько видов туризма в Сербии приобрели важное значение между двумя войнами. Это относится к охотничьему туризму, существуют статистические данные, которые показывают, что охотничий туризм официально начал свою деятельность в середине XIX в. Одним из первых охотничьих обществ в стране было Белградское охотничье общество, в котором также был свой музей, вход в который платный. В др. городах страны также были охотничьи клубы.

Исходя из исторических фактов, можно сделать вывод, что войны как неэкономический фактор долгое время оказывали влияние не только на развитие туризма в Сербии, но и на жизнь людей общее развитие страны. Трудная жизнь населения Сербии (рабство, бедность, болезни, неграмотность и опустошенная страна) в значительной степени отразилась негативно на развитии всех отраслей экономики, включая туризм.

В период после Второй мировой войны происходило интенсивное улучшение финансового положения людей, восстановление страны после войны, а также строительство материально-технической базы для развития туризма (дороги, объекты общественного питания и размещения, а также очень популярные рабочие курорты). Туризм рассматривается как шанс для государства увеличить занятость, но также и как отрасль, которая может способствовать восстановлению страны. Бывшая Югославия состояла из нескольких стран, и в этот период в Сербии ценились курорты и горы, а через несколько лет – г. Нови Сад и г. Белград.

С 1948 г. по сегодняшний день внутренний туризм пережил много взлетов и падений. В период с 1953 по 1961 гг. были приняты определенные меры для развития внутреннего туризма. Определенные скидки были введены для внутренних туристов, а также была оказана поддержка развитию средств размещения. В период с 1961 по 1968 гг. рост цен на жилье и услуги общественного питания и девальвация динара привели к определенному снижению развития туризма. Однако наибольший рост туризма был зафиксирован в период с 1980 по 1987 гг. В то время было зарегистрировано наибольшее количество туристов, и, следовательно, наибольшее потребление. В период с 1987 по 1990 гг. произошло снижение числа прибывающих туристов. Однако этот спад даже не был близок к таковому в период с 1990 по 2000 гг., когда экономические и неэкономические факторы оказали

очень негативное влияние на тенденции туризма и развитие туризма в целом.

В двадцать первом веке туризм начал восстанавливаться были построены первые серьезные отели по всей стране, рестораны и кафе. Со временем в Сербии строятся дороги, и таким образом создаются предпосылки для ввоза автомобилей в страну.

В целом, общее экономическое развитие, строительство материально-технической базы для развития туризма (гостиницы, мотели, рестораны, места для пикников, дороги, агентства и т.д.), восстановление и строительство инфраструктуры, увеличение доходов, стабильная экономическая политика и мир в стране, оказали положительное влияние на увеличение спроса на путешествия, а также формирование более выгодного предложения для туристов и посетителей.

Список использованных источников

1. *Волкова Т.А.* Агротуризм в республике Сербия // Актуальные аспекты развития сельского (аграрного) туризма в России. 2020.

2. *Волкова Т.А., Рыжволова Э.А.* Туристско-рекреационный комплекс республики Сербия // Успехи современного естествознания. 2020. № 7-0.

3. *Мищенко Т.А.* Рекреационный потенциал территории: содержание и проблемы оценки // География: проблемы науки и образования. Санкт-Петербург, 2009.

*Н.Р. Молочников, И.Ф. Макарем,
К.О. Литвинский, Д.Н. Ванян*

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кубанский государственный университет

Аннотация: предложена оптимальная структура бизнес-плана предприятия вместе с сетевой моделью и матрицей взаимосвязи его разделов. Последняя выступает как инструмент повышения качества бизнес-планирования.

Ключевые слова: бизнес-план, сетевая модель, матрица, инструмент, качество.

Summary: an optimal structure of an enterprise's business plan is proposed along with a network model and an interconnection matrix of its sections. The latter acts as a tool to improve the quality of business planning.

Key words: business plan, network model, matrix, tool, quality.

Строгой регламентации структуры бизнес-плана не существует. Однако, в связи с неоправданным многообразием подходов к этому вопросу, представляет особый интерес уточнение ее оптимального варианта. Претендентами на такую оптимизацию, в российской версии, можно считать Бринка И.Ю. и Савельеву Н.А., которые, обобщая отечественный опыт бизнес-планирования, предложили следующую структуру бизнес-плана предприятия [Бринк И.Ю. и др., 2002]:

1. Резюме.
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Характеристика услуг и продукции.
4. Исследование и анализ рынка сбыта.
5. Конкуренция и конкурентное преимущество.
6. План маркетинга.
7. План производства.
8. Организационный план.
9. Финансовый план.

С нашей точки зрения, в данном вопросе необходимо учитывать огромный опыт постиндустриальных стран и признать, что в РФ рынок

все еще формируется, а элементы бизнес-планирования заимствуются. Более того, отдельные российские предприятия вообще не разрабатывают бизнес-планы, а ограничиваются лишь планами производства. Те же предприятия, которые руководствуются не инновационной стратегией и не стратегией устойчивого роста, а консервативной, из года в год повторяют один и тот же вариант бизнес-плана с поиском инвестора и, как правило, теряют финансовую устойчивость [Молочников А.Н., 2010].

Обратимся, например, к опыту Великобритании. Так, английская версия структуры бизнес-плана, предложенная россиянам компанией Grown Great Britain и опубликованная Департаментом занятости Великобритании, выглядит следующим образом [Менеджмент..., 1991]:

1. Обзор (краткие выводы, резюме).
2. Компания и отрасль, в которой она занята.
3. Продукция (услуги).
4. Рынки.
5. Маркетинг.
6. План и развитие.
7. Производство и производственные операции.
8. Управленческая команда.
9. Финансовый план.

Изучение практики разработки бизнес-планов в США дает следующее представление об их структуре:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Исполнительное резюме.
4. Стратегия компании и команда управления.
5. Маркетинг.
6. Описание продукции.
7. Продажа и продвижение продукции на рынок.
8. Финансовый раздел.

Вычленив из приведенных структур бизнес-планов общие разделы, получим оптимальную структуру (назовем ее англо-американской версией), с которой хорошо коррелирует и российская версия:

1. Резюме.
2. Управленческая команда.

3. Стратегия.
4. Продукция.
5. Маркетинг и производство.
6. Финансовый план.

Нами также предложены: сетевая модель разработки бизнес-плана (Рис. 1) и матрица взаимосвязи его разделов (Табл. 2).

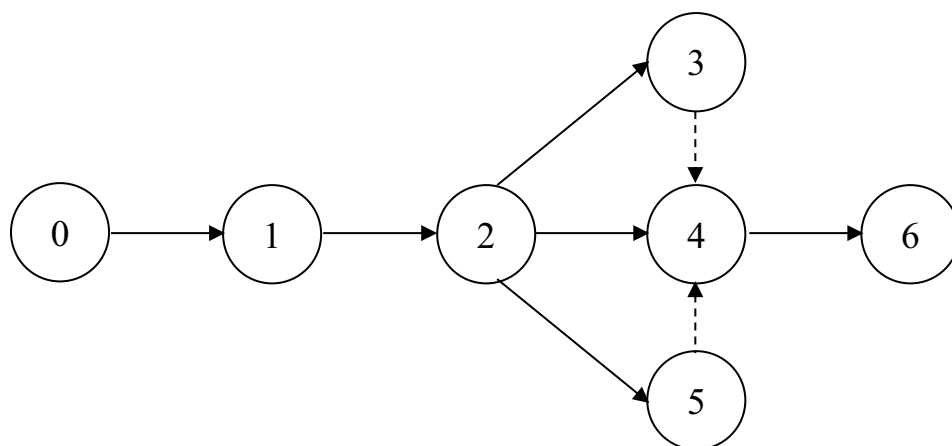


Рис. 1 – Сетевая модель разработки бизнес-плана (англо-американская версия)

Коды и наименования разделов бизнес-плана приведены в таблице 1.

Табл. 1 – Код и наименование разделов бизнес-плана

Код раздела	Наименование раздела
0–1	Управленческая команда
1–2	Стратегия
2–3	Продукция
2–4	Маркетинг и производство
2–5	Финансовый план
4–6	Резюме

Для повышения качества бизнес-планирования необходимо, по нашему мнению, первоначально спланировать матрицу взаимосвязи разделов, а потом приступить к разработке бизнес-плана.

Примерная версия (не уточненная относительно конкретного предприятия) матрицы взаимосвязи разделов бизнес-плана может иметь следующий вид (Табл. 2).

Табл. 2 – Матрица взаимосвязи разделов бизнес-плана

	Управленческая команда	Стратегия	Продукция	Маркетинг и производство	Финансовый план	Резюме
Управленческая команда		Повышение конкурентоспособности предприятия	Повышение качества продукции (услуг)	Продвижение продукции (услуг)	Развитие конкурентоспособности работников	Необходимая компетентность персонала, его численность
Стратегия			Товарная политика предприятия	Краткосрочные и долгосрочные прогнозы развития рынка, программа НИОКР	Сокращение расходов	Этапы реализации проекта
Продукция				Реклама и продвижение продукции (услуг)	Составление прогноза объема реализации продукции (услуг) в после-дующие периоды	Описание продукции (услуг), оценочная доля на рынке
Маркетинг и производство					Обоснование необходимости инвестиций в развитие производства	Доля предприятия на рынке, рентабельность, объем сбыта
Финансовый план						Источники инвестиций, кредиты и сроки их погашения, показатели эффективности проекта
Резюме						

Таким образом, нами вычленена оптимальная структура бизнес-плана с учетом опыта постиндустриальных стран и предложена при этом сетевая модель, уточняющая последовательность и параллельность необходимых разделов. Также, впервые в специальной литературе, приведен пример матрицы взаимосвязи разделов бизнес-плана, выступающей в роли инструмента повышения качества бизнес-планирования в целом на предприятии.

Список использованных источников

1. *Бринк И.Ю., Савельева Н.А.* Бизнес-план предприятия. Теория и практика. Ростов н/Д., 2002.
2. Менеджмент в малом бизнесе: Бизнес-план. Департамент занятости Великобритании. Grown Great Britain, 1991.
3. *Молочников А.Н.* Повышение конкурентоспособности человеческих ресурсов на промышленном предприятии. Краснодар, 2010.

ПОГОДНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА МЕСТ ОТДЫХА

Кубанский государственный университет

Аннотация: предложен погодный указатель, детально и ежемесячно в течение года описывающий изменения в погоде и природе в качестве инструмента маркетинга мест отдыха с целью привлечения туристов в кубанскую столицу.

Ключевые слова: указатель, инструмент маркетинга, параллель, широта, этюд.

Summary: a weather indicator is proposed that describes in detail and monthly throughout the year changes in weather and nature as a marketing tool for vacation spots in order to attract tourists to the Kuban capital.

Key words: index, marketing tool, parallel, latitude, study.

Маркетинг мест отдыха ставит своей целью привлечение туристов и отдыхающих на конкретные курорты, в города и страны. Инструментами маркетинга мест обычно выступают региональные конкурентные преимущества (природные факторы с охотой, рыбалкой, пляжами и экскурсиями), а также конференции, форумы, сервис обслуживания и проживания, печатные издания, телереклама и др.

Если, к примеру, говорить о г. Краснодаре, то надо в первую очередь отметить, что географически город расположен на 45-й параллели северной широты и что невидимая линия «золотой параллели «Краснодар – 45-я параллель» проходит на карте города по определенным улицам. В данном случае именно параллель, как ещё так называемая «золотая середина Земли», выступает в качестве одного из основных инструментов маркетинга мест по г. Краснодару. При этом в разных микрорайонах города установлены памятные знаки, посвященные 45-й параллели. (Рис. 1).

Кроме того, 90 км отделяют г. Краснодар от Чёрного моря (пос. Джубга) и 250 км – от Азовского моря, кроме того г. Краснодар славится своими парками и озёрами.



Рис. 1 – Парк «Солнечный остров», г. Краснодар

Отдельные микрорайоны г. Краснодара отдалённо напоминают канадский Ванкувер (ул. им. 40-летия Победы до пересечения с ул. Первое мая) и даже австралийскую Канберру (ул. Кубанская-Набережная) (Рис. 2, 3).



Рис. 2 – Ул. им. 40-летия Победы, г. Краснодар



Рис. 3 – Ул. Кубанская-Набережная, г. Краснодар

Сама история г. Екатеринодара-Краснодара и дарения Екатериной II черноморским казакам кубанской земли на вечное владение также может рассматриваться как инструмент маркетинга мест.

Инструментом маркетинга мест отдыха, по нашему мнению, выступает предложенный нами на всеобщее обозрение «Погодный указатель по Краснодару», в котором отражены не только статистические данные о среднемесячной температуре за ряд последних лет, но и ежедневные авторские наблюдения на протяжении двенадцати месяцев (2018–2019 гг.) за всеми происходящими изменениями в погоде и природе. При этом данный указатель, с определенной степенью вероятности, можно использовать при конкретном выборе времени собственного отдыха (отпуска).

Для повышения привлекательности погодный указатель выполнен в поэтических этюдах.

Список использованных источников

1. *Воронина Л.А., Горецкая Е.О.* Иностранные инвестиции как современный источник финансирования российской экономики // Дайджест-финансы. 2007. № 2 (146).

2. *Горецкая Е.О.* Интеграция регионов России в международный инвестиционный процесс. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Краснодар, 2008.

3. *Цулая И.В., Кучер М.О.* Анализ туристского рынка Гагрского района республики Абхазия в 2014 г. // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. 2015. №2 (161).

4. *Шевченко И.В., Горецкая Е.О.* Территориальная концентрация иностранных инвестиций в регионах России. Региональная экономика: теория и практика. 2007. №10.

РЫНОК СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОЦЕНКА И ОСОБЕННОСТИ

Донской государственный технический университет

Аннотация: Сельский туризм, как отрасль российской экономики, вступил в активную фазу, но, с одной стороны, это реальный сектор экономики, а, с другой, – настоящий фантом, из-за отсутствия информации о реальном вкладе в ВВП. В этой статье представлен обзор региональных проектов сельского туризма, и попытка определить тип рынка сельского туризма в Российской Федерации.

Ключевые слова: Сельский туризм, сектор экономики, тип рынка, валовый внутренний продукт.

Summary: Rural tourism, as an industry of the Russian economy, has entered an active phase, but on the one hand it is a real sector of the economy, but on the other it is a real phantom, due to the lack of information about the real contribution to GDP. This article provides an overview of regional rural tourism projects and an attempt to determine the type of rural tourism market in the Russian Federation.

Key words: Rural tourism, economic sector, market type, gross domestic product.

В рыночной экономике импульс к развитию территории дается с подачи частных инвестиций, девелоперов, бизнеса, и, в связи с этим, исследование ресурсного потенциала территории с целью развития той или иной деятельности, а также размещения производств становится мейнстримом в современных исследованиях.

Общественно-географические и экономические исследования сектора сельского туризма как отрасли экономики начались в нашей стране с начала 2000-х гг. Спрос на услуги сельского туризма постепенно нарастал и достиг 15% от общего спроса на предоставление услуг в сфере туризма и рекреации в 2010 г. [АгроТуризмАссоциации..., 2020]. Наряду с увеличением спроса возрос и интерес исследований (экономистов, географов, градостроителей и др.) к теме пространственного размещения

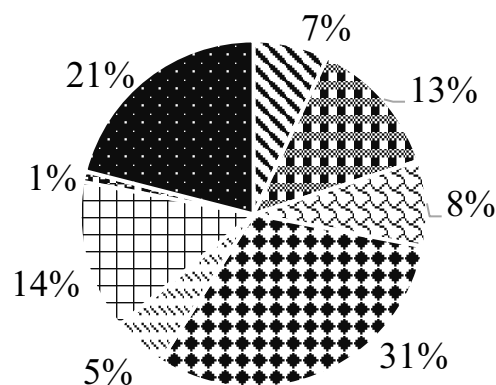
туристских объектов и оценки социально-экономической эффективности от региональных проектов сельского туризма. На сегодняшний момент сельский туризм вступил в активную фазу в российских регионах после разработки и принятия на федеральном уровне первого правового акта ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования» [ГОСТ Р 56641-2015..., 2015]. Сельский туризм провозглашен эффективным направлением социально-экономического развития российских регионов в «Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 г.» [Стратегия устойчивого развития..., 2020] и в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.» [Стратегия развития туризма..., 2020].

Безусловно, сельский туризм является реальным сектором российской экономики и по оценкам специалистов Ростуризма вклад в валовый внутренний продукт (ВВП) составляет от 1,5–2%. Туристский рынок сельского туризма пространственно дифференцирован на территории Российской Федерации. Лидерство по услугам сельского туризма делят между собой азиатская и европейская части РФ (преимущество ее центральная часть вокруг Москвы).

В российских регионах расположено свыше 1 063 гостевых домов, предоставляющих услуги сельского туризма. Доля гостевых домов в Сибирском ФО составляет 31% (Иркутская область, Республика Алтай и Алтайский край), 21% рынка сельского туризма принадлежит Южному ФО, 14% – Центральному ФО (Калужская обл., Ивановская обл., Московская обл.), 13% – Приволжский ФО, 8% – Северо-Западный ФО, 7% – Дальневосточный ФО, 5% – Уральский ФО, 1% – Северо-Кавказский ФО (Рис.1).

Несмотря на то, что сельский туризм достаточно молодое направление туристской отрасли, в регионах уже реализуются десятки успешных проектов таких, например, как «Дорога к дому» (Ленинградская область), «Зеленый дом» (Горный Алтай), так называемая сеть «В&В» (Прибайкалье), «Ольгин хутор», «Солнечная ферма», «Машенька», экодеревня «Рожество».

Российскими лидерами по организации сельского туризма являются регионы европейской части: Калужская и Владимирская области, Подмосковье, окрестности Санкт-Петербурга и азиатская часть Российской Федерации: Республика Карелия, Алтай, Байкальский регион.



▫ ДВФО ▫ ПФО ▫ СЗФО ▫ СФО ▫ УФО ▫ ЦФО ▫ СКФО ▫ ЮФО

Рис. 1 – Доля гостевых домов по предоставлению услуг сельского туризма

Сельский туризм в российских регионах выстраивается на базе трех основных моделей, таких как:

– построение по европейским аналогам (5% от общего количества предприятий, работающих на рынке по предоставлению туристских услуг в сельской местности). Примером данного вида может быть «Солнечная ферма» в Тверской области,

– построение на базе существующих крестьянско-фермерских КФХ и личных подсобных хозяйств ЛПХ (55% от общего числа предприятий) в качестве примера можно привести КФХ «Машенька» (Московская область), «Ольгин хутор» (Псковская область),

– создание новых сельских гостевых домов или гостевых комплексов (40% от общего числа предприятий). Примером данной модели сельского туризма в РФ является экодеревня «Рождество» (Ивановская область).

Туристская отрасль сельского туризма в российской практике характеризуется как отрасль с умеренной концентрацией на рынке, и мы имеем полное право утверждать о существовании в Российской Федерации *олигополистической конкуренции* на рынке сельского туризма, которая оценивается с применением индекса Херфиндаля-Хиршмана (НИ). Для верификации и достоверности расчетов во внимание взята статистика, а именно, доля каждого федерального округа по количеству гостевых домов, предоставляющих услуги сельского туризма, учитываемая АгроТуризмАссоциацией. Как мы

видим из диаграммы, точки располагаются практически на одной оси в интервале от 3 000 до и 2 000 (ННИ = 1 961,97) (Рис. 2).

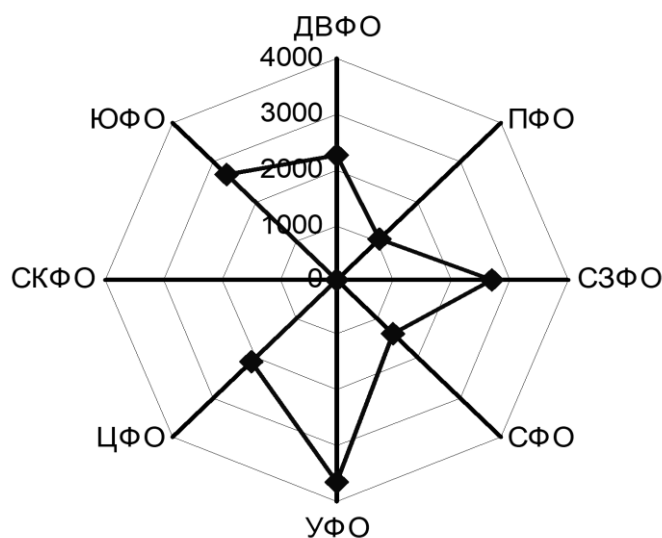


Рис. 2 – Диаграмма индекса ННИ отрасли сельского туризма в РФ [АгроТуризмАссоциации..., 2020]

Крайне малое количество домохозяйств делят между собой рынок сельского туризма и взаимосвязано осуществляют ценовую политику. По своей сути домохозяйства предоставляют однородный туристский продукт, т.е. комплекс туристских услуг необходимых туристу в период его путешествия (проживание, питание и транспорт), но в, тоже время каждый продукт разнороден (дифференцирован), т.к. регионы располагают уникальной производственной базой построения региональных моделей развития сельского туризма. Территориальная дифференциация рынка сельского туризма зависит от особенностей природно-ресурсной, производственной и духовной подсистем региона (Табл. 1).

Табл. 1 – Индекс ННИ по доли гостевых домов в разрезе федеральных округов [АгроТуризмАссоциации..., 2020]

Федеральные округа	ДВФО	ПФО	СЗФО	СФО	УФО	ЦФО	СКФО	ЮФО
Доля, %	6,5	12,6	7,6	32,3	4,5	14,2	1,4	20,9
Индекс ННИ	2 269	1 031,08	2 686,49	1 411,05	3 648,16	2 114,32	1,21	2 669,65

В Российской Федерации институционализация данного сегмента рынка находится в незавершенной стадии, имеются единичные примеры в регионах страны, которые предоставляют услуги в сфере сельского туризма. Отметим, что расчеты и суждения о

структуре рынка сельского туризма носят приблизительный характер, в связи с тем, что в реестре АгроТуризмАссоциации представлен далеко не весь список гостевых домов, предоставляющих услуги сельского туризма в российских регионах. Рынок сельского туризма в российских регионах можно охарактеризовать как теневой рынок, и поэтому статистика не так прозрачна, как например, по культурно-историческим объектам, определяющим тенденцию развития культурно-познавательного туризма в стране. В большей степени это связано с тем, что представленная существующая законодательно-правовая база не дает четкого определения места сельского туризма в институциональной среде региона, страны и т.д.

Список использованных источников

1. АгроТуризмАссоциация. URL: <http://www.agritourism.ru/6578>.
2. ГОСТ Р 56641-2015 «Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования». М., 2015.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648>.
4. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 г. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420251273>.

УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ СЕРВИСА

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье рассматриваются актуальные для отечественных предприятий сферы сервиса методы мотивации персонала. Проанализированы особенности типов и подходов, которые необходимы для создания эффективной стратегии управления персоналом и повышения результативности деятельности предприятия.

Ключевые слова: Методы мотивации, персонал, управление мотивацией, руководитель.

Summary: The article discusses relevant for domestic enterprises in the service industry personnel motivation methods. The features of the types and approaches that are necessary to create an effective personnel management strategy and improve the performance of the enterprise are analyzed.

Key words: Motivation methods, staff, motivation management, supervisor.

Большинство управленцев задумываются о мотивации своих подчиненных только тогда, когда идет падение результативности и эффективности работы организации, поскольку руководство больше нацелено на прирост прибыли и увеличение числа клиентов, а не на работу с персоналом. Задача руководства организации – разработать гибкую систему управления мотивацией персонала, понимая, что эта система эволюционирует, постоянно меняясь и развиваясь. Различают два основных вида трудовой мотивации:

1. Материальная. С помощью данной системы, создаются программы денежной мотивации с расчетом планов, процентов, остатков, маржи. К основным формам материального вознаграждения сотрудников:

– должностной оклад, в зависимости от квалификации труда и сложности должностных обязанностей,

- премии, надбавки за качественные и количественные показатели труда,
- полная или частичная оплата расходов на транспорт,
- полная или частичная оплата расходов на питание,
- обучение, лечение.

Следовательно, мотивация – это внутренний мотив, побуждающий человека к действию, т.е. используя метод мотивации денежными средствами можно не угадать с мотивами, что подталкивает сотрудника к выполнению работы. Если обозначить метод основным, то происходит смещение ценностей и деградация эффективности работы персонала в область денежных средств, тем самым ставя в их приоритеты только финансовое вознаграждение, которое со временем становится не заметно [Галимова А.Ш., 2018].

2. Нематериальная. Данный метод подразумевает выделение личного времени руководителя, чтобы поблагодарить своего сотрудника различными способами, а также создание устойчивой корпоративной культуры внутри организации. Как правило, это различные бонусы, на которые сотрудник в большинстве случаев никогда не потратит часть своей заработной платы или премии, но руководитель, награждая данным способом оставляет шлейф эмоций, который долго остается в памяти. Варианты и способы выразить благодарность:

- предоставить возможность сотруднику пользоваться услугами партнеров компании с большими скидками,
- предоставить от компании путевки для сотрудников и членов его семьи,
- предоставить билеты в театр, цирк и др. культурные мероприятия,
- предоставить возможность съездить в заграничную командировку за счет компании,
- предоставить возможность пройти обучение за счет компании,
- предоставить возможность получить сертификат на посещение фитнес-центра или SPA-салона.

Помимо бонусов, работа в команде способна сплотить даже самый не этичный коллектив. Когда сотрудники увлечены одним делом они тем самым узнают друг друга намного лучше, нежели при рабочих моментах, которые проходят зачастую с множеством конфликтных ситуаций [Шубина Н.А., 2015]. Существует множество видов нематериальной мотивации персонала:

а) тренинги. Проведение для персонала психологических тренингов помогает сотруднику почувствовать себя частью всего коллектива и организации, не забывая, что выполняет важную функцию, благодаря которой, удовлетворяя потребности клиента, улучшается благосостояние не только управленца компании, но и его собственное,

б) обучение продажам и продукту. Необходимо обучить своего сотрудника мобильным скриптам общения с клиентами, чтобы находить к нему индивидуальный подход и разрешать конфликтные ситуации. Скрипт продаж – алгоритм общения по телефону или на встрече, цель которого помочь менеджеру по продажам довести клиента до намеченной цели, основная – понять этапы и какие цели должен достигнуть каждый мини-скрипт на своем участке,

в) карьерная лестница. Если вкладывать денежные средства в обучение, но не создавать условия роста, персонал рано или поздно потеряет мотивацию продолжать сотрудничать с компанией и уйдет к конкурентам уже обученными, потому что у них будет перспектива роста. В случае, если компания небольшая, все позиции заняты и перспективы движения вверх нет, то нужно создать карьерную лестницу в ширину. Например, можно разделить должность администратора на три категории, где каждая ступень – это более высокая зарплата, повышенные коэффициенты и дополнительные привилегии. Для успешной реализации, нужно обязательно прописать путь достижения этих категорий, разработать прозрачный и пошаговый план достижения каждой планки: определенное количество месяцев/лет работы в компании или же самый высокий индекс лояльности NPS в отделе,

г) корпоративы. Устраивая небольшие корпоративы, они автоматически переходят в тимбилдинг, который предназначен для создания командного духа и сплочения коллектива. Можно передавать ответственность за организацию корпоратива по очереди каждому из штабов сотрудников, чтобы каждый работник штаба принимал участие, вносил свои изменения и идеи по его проведению,

д) собрания. Собирать коллектив на планерку нужно хотя бы раз в неделю для того, чтобы люди понимали куда стремится компания и что от них требуют. Основной список тем для обсуждения на собрании:

- результаты за прошлый период (общие, личные),
- самые большие достижения за период,

- план на следующий период (общий, личный),
- новые акции и специальные предложения,
- небольшое обучение по продажам/продукту.

В случае ежедневной планерки обсуждаются только небольшие моменты продолжительностью 5–10 мин. в начале рабочего дня,

е) делегирование. Передавая часть работы и ответственность на работника, нужно ему доверять и знать точно, что он в силах выполнить поставленную перед ним задачу. Метод отличителен тем, что зачастую один сотрудник не может выполнить в сроки свою работу и приходится делегировать часть на другого, так же он дает понять персоналу, что каждый в команде важен и ценен. Если работник справляется, значит выбор в пользу него при устройстве на работу был не ошибкой. Любой метод мотивации персонала должен быть уместным. Для того, чтобы выбранный метод был максимально эффективен, нужно понимать и знать своих подчиненных [Волкогорова О.Д., 2019]. При правильном комбинировании и использовании методов мотивации, персонал:

- принимает на себя перцепцию ответственности за уровень услуг сервиса, оказываемых клиенту,
- хорошо знает объект, на котором работает, думает и действует как часть команды,
- понимает и умеет определить потребности разных категорий клиентов и предлагает выгодные решения в ситуации для двух сторон,
- инициативно предлагает своему руководству улучшения правил обслуживания,
- заботится и обеспечивает безопасность гостю,
- демонстрирует искреннее внимание и активно слушает клиента,
- проявляет гибкость и ищет решения в нестандартных ситуациях, неформально подходит к просьбам и потребностям гостей,
- стремится выстроить долгосрочные отношения с клиентом,
- понимает, что его внешний вид и профессионализм – важная составляющая сервиса, поскольку потребитель оценивает предприятие по самому лучшему в нем звену,
- повышает производительность компании,
- способствует долгосрочной работе сотрудников (снижая текучесть кадров и затраты на персонал).

Таким образом, в современной экономике роль сотрудника возрастает из-за скорости происходящих изменений и повышения

требовательности клиентов. Для того, чтобы эффективно мотивировать сотрудников, нужно комбинировать методы и отобрать те, что будут наиболее подходить под тип организации.

Список использованных источников

1. *Волкогонова О.Д.* Управленческая психология. М., 2019.
2. *Галимова А.Ш.* Заработная плата как фактор мотивации к труду // Приоритетные направления развития науки. Уфа, 2018.
3. *Лымарева О.А., Миненкова В.В.* Корпоративная культура как элемент менеджмента персонала гостиничного предприятия // Теория и практика общественного развития. 2011. № 2. С. 339–342.
4. *Миненкова В.В., Лымарева О.А., Миненков В.М.* Корпоративная культура в гостиничных предприятиях // Географические исследования Краснодарского края: сборник научных трудов. Краснодар, 2012. С. 162-165.
3. *Шубина Н.А.* Материальное и нематериальное стимулирование труда: организационный опыт и общественное мнение // Научное сообщество студентов XXI столетия. Новосибирск, 2015.

МЕХАНИЗМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ТУРИЗМА И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

**¹Воронежский государственный лесотехнический
университет им. Г.Ф. Морозова**

^{2,3}Воронежский государственный университет

Аннотация: В статье раскрыта роль туризма для развития сельских территорий. Показаны взаимосвязи сельского туризма и экономики. Обоснованы механизмы экономического взаимодействия между туризмом и сельским хозяйством.

Ключевые слова: Экономика, сельский туризм, механизмы, взаимосвязи.

Summary: The role of tourism for the development of rural areas is revealed. The interrelations between rural tourism and the economy are shown. The mechanisms of economic interaction between tourism and agriculture are substantiated.

Key words: Economy, rural tourism, mechanisms, interrelations.

В настоящее время туризм является одним из ведущих секторов мировой экономики. Сельский туризм как инструмент экономического развития имеет большой потенциал для содействия развитию сельских территорий. Сельскохозяйственные территории в нашей стране имеют много туристических достопримечательностей, которые могут стать основой для отдыха, удовольствия и образования туриста. Как указывает Т.Г. Нефедова: «важными факторами изменения сельского пространства России стали резкое уменьшение государственного участия в сельскохозяйственном и лесохозяйственном производстве, что снизило их конкурентоспособность как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Многие небольшие города и деревни сейчас борются за сохранение своей жизнеспособности. Для большинства районов сельской местности вопросы сельского упадка остаются важными» [Нефедова Т.Г., 2011]. Традиционно сельское хозяйство занимало центральное место в сельской жизни и являлось основным источником дохода в сельской экономике. Земледелие оказывало мощное влияние на традиции, властные структуры и образ жизни, определяя сельское землепользование и ландшафт. В настоящее время сельские районы переживают огромные изменения и вызовы этому традиционному образу жизни, поскольку земельные профессии находятся в упадке, а молодые сельские жители мигрируют в города

для работы, а также для получения социальных и культурных возможностей. Многие фермеры и сельские жители восприняли сельский туризм как возможность привлечь «новые деньги» для стимулирования экономического роста сельских территорий, обеспечивая занятость и пытаясь, таким образом, приостановить упадок сельских районов. Сельский туризм предлагает множество возможностей, включая предоставление жилья, рекреационные мероприятия, сельские удобства, возможность продемонстрировать местную культуру и наследие, а также интересные занятия в сельской местности. Сельские общины располагают достаточными ресурсами и возможностями для того, чтобы извлечь выгоду из отказа от массового туристического продукта, чтобы удовлетворить желание туристов провести более нишевый отдых, который можно найти в сельской местности.

Влияние глобальных рынков, коммуникаций и телекоммуникаций изменило рыночные условия и ориентацию традиционных продуктов. Рост экологизации привел к усилению контроля со стороны посторонних лиц над землепользованием и освоением ресурсов. Некогда четкое различие между городом и деревней теперь размывается субурбанизацией, междугородними поездками на работу и развитием вторичного жилья.

Сельский туризм – это сложная многогранная деятельность, а не просто фермерский туризм. Она включает в себя отдых на фермах, но также включает в себя особый интерес к природным праздникам и экотуризму, прогулкам, скалолазанию и верховой езде, приключениям, спортивному и оздоровительному туризму, охоте и рыбной ловле, образовательным путешествиям, искусству и туризму наследия, а в некоторых регионах и этническому туризму. Существует также большой общий рынок интереса для менее специализированных форм сельского туризма. Эта сфера раскрыта в исследованиях немецких ученых, где главным требованием развития сельского туризма является способность обеспечить отдых и удовольствие в сельской местности. Сельская местность является центральной и уникальной точкой продаж в пакете сельского туризма. Успешное расширение и углубление местных сельскохозяйственных и туристических связей является неотъемлемой частью того, чтобы туризм работал на экономическую диверсификацию [Lejarraja I., 2007]. Укрепление связей между сельским хозяйством и туризмом открывает значительные возможности для стимулирования местного производства, удержания доходов от туризма в регионе и улучшения распределения экономических выгод от туризма среди сельского населения. Два производственных сектора, т.е. сельское хозяйство и туризм, по-видимому, предлагают наилучшие возможности для

инклюзивного экономического роста в странах мира, в т.ч. и России [Яковенко Н.В. и др., 2016, 2017].

Рассматривая взгляды на практичность связи между туризмом и местной сельскохозяйственной деятельностью можно выделить два направления. Согласно *первому*, туризм и местная сельскохозяйственная деятельность никаким образом не связаны в большинстве стран из-за влияния различных факторов, таких как сезонный характер туризма, низкое качество местных продуктов, зависимость индустрии туризма от импортных поставок и отсутствие прямой связи между сельским хозяйством, предприятиями и отраслями туризма. В противовес этим взглядам, представители *другого* направления указывают на существование и важность связи между туризмом и отдельными местными сельскохозяйственными производствами, такими как животноводство, овощеводство и плодоводство, рыболовство, пчеловодство, зерновое и молочное хозяйство. Сельское хозяйство обеспечивает не только ресурсы индустрии туризма, но и выступает важной составляющей для показа достопримечательностей в сельской местности.

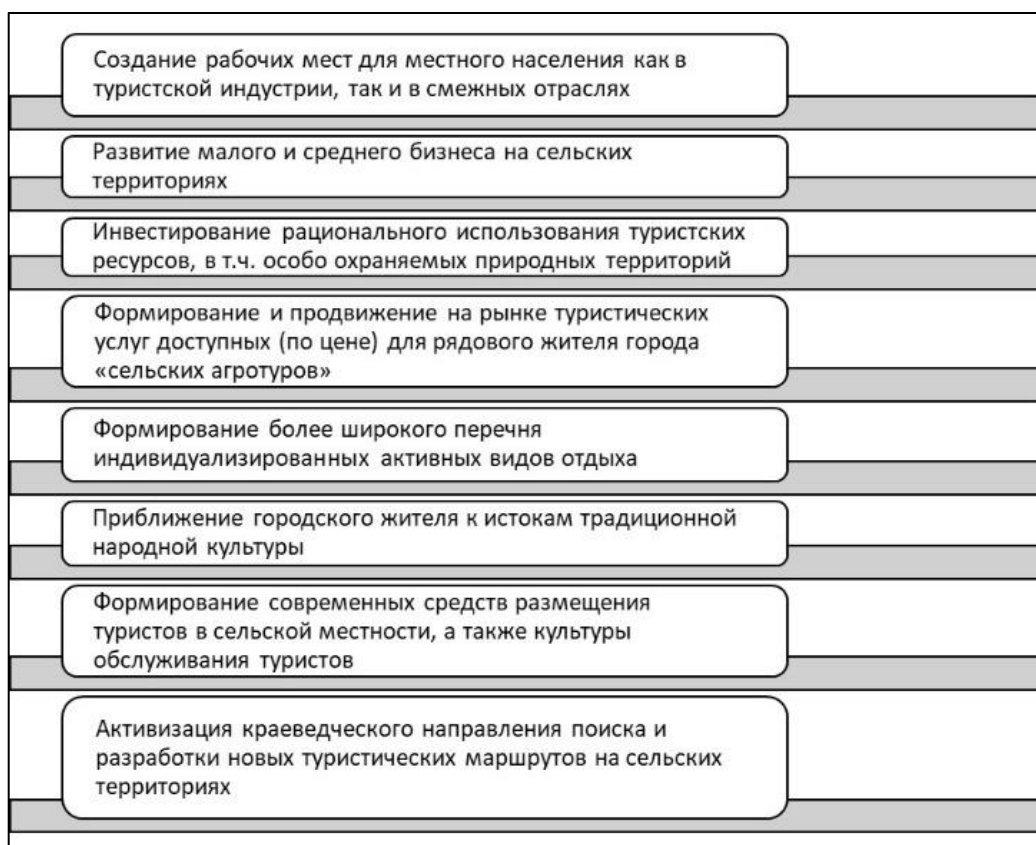


Рис. 1 – Влияние сельского туризма на развитие сельской местности

Вероятно, что необходимо изыскать пути использования такой связи, чтобы максимизировать вклад туризма в развитие сельскохозяйственного сектора и способствовать устойчивому

местному/региональному социально-экономическому развитию в целом (Рис. 1). Одним из таких направлений может выступить «поток косвенных выгод» через индуцированные воздействия, которые существуют через цепочки туристических поставок, и прямые потоки выгод через прямые контакты с посетителями. Содействие развитию связей между туризмом и сельским хозяйством в последнее время привлекает все большее внимание с позиций стратегического развития сельских территорий, которые наименее развиты.

Среди механизмов, которые могли бы выступить связующим звеном между сельским хозяйством и туризмом отметим следующие (Рис. 2).

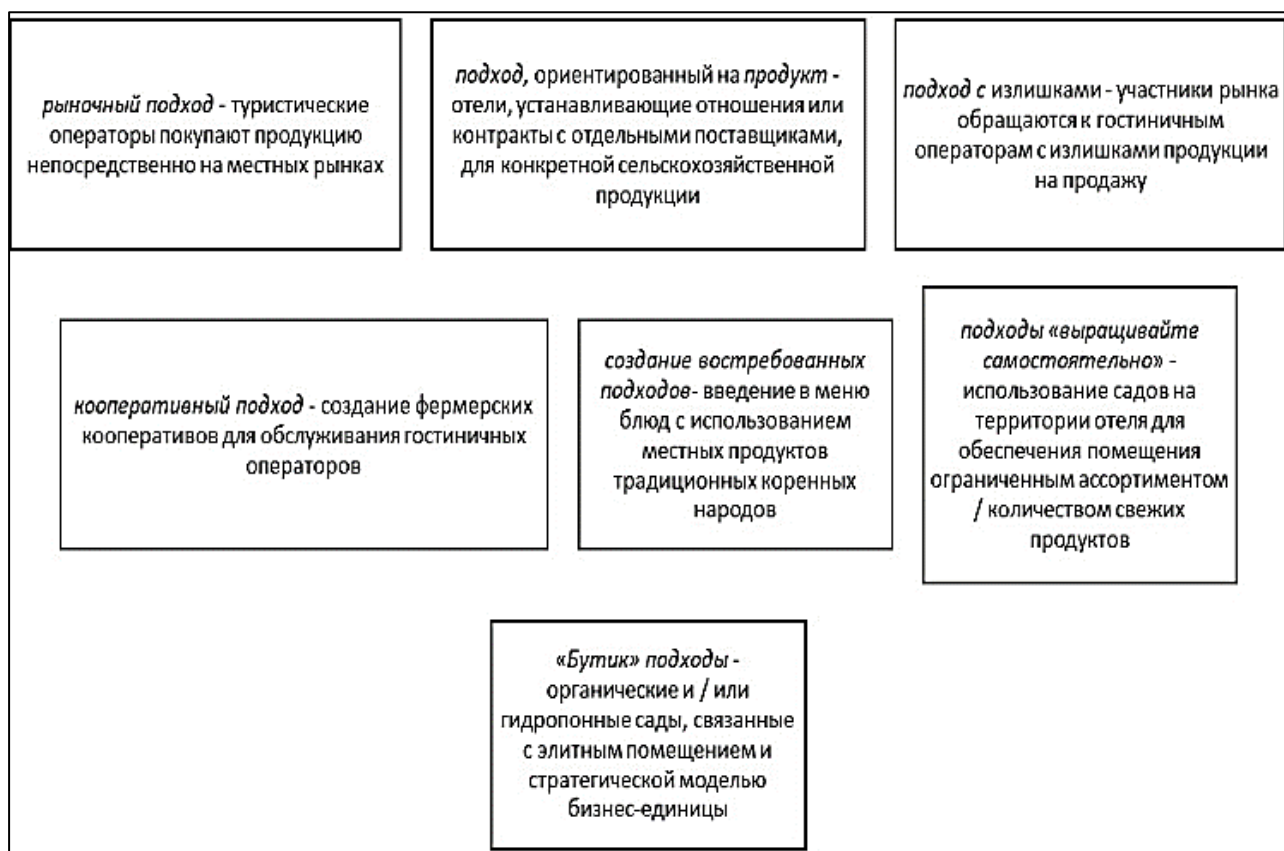


Рис. 2 – Механизмы экономического взаимодействия между туризмом и сельским хозяйством

Среди факторов, которые влияют на взаимосвязь туризма и сельского хозяйства выделим следующие: факторы, связанные со спросом, включая форму собственности на жилье; зрелость туристической индустрии; проблемы здоровья и безопасности; и сезонность. Фактор предложения выступает как физическое ограничение; низкое качество продукта из-за отсутствия знаний об ожиданиях туристов; высокие цены на продукты питания местного производства; технологические и технологические ограничения; конкуренция за рабочую силу; недостаточная капитализация

аграрного сектора. *Рыночные и посреднические факторы*, в т.ч. ограничения на маркетинг и инфраструктуру, недоверие между торговцами и производителями сельскохозяйственной продукции и ремесленных производителей, препятствуют лучшему сотрудничеству; *посредники* – это фактор, ограничивающий связь между туризмом и сельским хозяйством. Четвертый фактор – государственная политика, обуславливающая неблагоприятную инвестиционную политику; отсутствие кредитной и микрофинансовой поддержки, а также ограниченность образования в сфере сельского туризма. Таким образом, сельский туризм как одна из специфических форм туризма является важным звеном в цепи развития сельских территорий. Она включает в себя все виды деятельности в сельской местности, а также основные особенности тихой и защищенной окружающей среды, отсутствие шума, общение с хозяевами, местную еду и изучение сельскохозяйственных видов деятельности. В функции развития сельских районов сельский туризм вносит ряд положительных эффектов с экономической и социальной точки зрения. Благодаря прямому потреблению сельскохозяйственной продукции туризм стимулирует развитие сельского хозяйства. Однако достичь положительных результатов от организации сельского туризма станет возможным только при правильном подходе к его развитию, поэтому необходимо разработать комплексную стратегию устойчивого развития туризма, которая должна быть направлена на предоставление стимулов, обучение и поддержку фермерам, стремящимся диверсифицировать свою агропромышленную деятельность посредством предпринимательских действий.

Список использованных источников

1. *Нефедова Т.Г.* Основные тенденции изменения социально-экономического пространства сельской России // Известия российской академии наук. 2012.

2. *Яковенко Н.В.* Сельский туризм как фактор устойчивого развития сельских территорий Воронежской области // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. География. Геология. 2017.

3. *Lejarraja I.* Diversification by deepening linkages with tourism. Washington DC: International Trade Department. The World Bank. 2007.

4. *Yakovenko N.V.* Agrarian policy of the region in terms of economic development innovation // International Journal of Economics and Financial Issues. 2016.

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Т.А. Волкова, Т.А. Гоева

МИФОЛОГИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТКОГО ПРОДУКТА РЕГИОНА

Кубанский государственный университет

Аннотация: В настоящее время использование культурно-исторического наследия, становится особенно актуально, т.к. оно способно повысить привлекательность территории, а его мифологизация позволит разнообразить туристско-экскурсионный продукт. В данной статье отражена важность мифологизации туристского пространства, обозначены основные этапы мифотворчества, сделаны выводы о перспективах применения данного инструмента при управлении развитием туристско-рекреационного комплекса территории.

Ключевые слова: Туризм, Краснодарский край, туристская мифология, экскурсионное обслуживание, легенда, миф.

Summary: Currently, the use of cultural and historical heritage is becoming particularly relevant, since it can increase the attractiveness of the territory, and its mythologization will allow you to diversify the tourist and excursion product. This article reflects the importance of mythologizing the tourist space, identifies the main stages of myth-making, and draws conclusions about the prospects for using this tool in managing the development of the tourist and recreational complex of the territory.

Key words: Tourism, Krasnodar region, tourist mythology, excursion service, legend, myth.

Исторически сложилось, что Краснодарский край является одним из рекреационных центров России. Специфика такова, что на его территории в основном предлагаются услуги лечебно-оздоровительного и рекреационного характера. На данный момент остро стоит проблема привлечения туристов с иными целями, нежели лечение и пляжно-купальный отдых. Диверсификация туристско-рекреационного продукта, предлагаемого на данной территории необходима на административном уровне. В данном случае наблюдается тенденция создания или продвижения иных видов

туристско-рекреационной активности, таких как: экологический, этнографический, сельскохозяйственный и пр. виды туризма. Для более эффективного использования имеющихся ресурсов было бы целесообразно использовать туристскую мифологию, которая станет важной и неотъемлемой частью экологических, этнографических, сельскохозяйственных и пр. видов туров.

Сейчас использование культурно-исторического наследия, становится особенно актуально, т.к. у большинства людей Краснодарский край ассоциируется с казачеством. Кроме того, активно развивается серия маршрутов по «Золотому кольцу Боспорского царства», а на территории Таманского п-ова существовала культура амазонок, наследие которой еще пока не используют в туристской рекреационной деятельности. Так среди знаменитых археологических находок на Таманском п-ове оказался уникальный Боспорский рельеф со сценой амазономахии. На рельефе изображена борьба меотской царицы Тиргатао с Боспорским тираном Сатиром. Также было найдено захоронение женщины-воительницы с ее вооружением [Волкова Т.А., 2020]. Таким образом, именно миф об амазонках может выступить в качестве дополнительной мифологии региона и разнообразить экскурсионный продукт, предлагаемый гостям края.

Мифологизация пространства – это процесс генерации художественных образов на основе реальных свойств и событий, связанных с этой территорией. Основой для формирования мифологического пространства являются легенды, эпос, народные предания, художественный вымысел, устное народное творчество, рассказы очевидцев о мистических событиях и пр. [Волкова Т.А., 2012]. Для создания или «активации» мифотворчества на локальном уровне ресурса необходимо пройти основные этапы:

1. Определение ресурса, нуждающегося в мифологизации.
2. Определение цели, для которой необходимо создание мифологии.
3. Поиск существующей мифологии рекреационного ресурса. Этот этап в зависимости от ситуации может включать в себя несколько стадий: а) опрос местных жителей; б) анализ архивных источников; в) в случае отсутствия существующих легенд и историй, появляется необходимость искусственного создания такого материала. В этом случае весьма полезным будет использование языческой мифологии региона, где находится исследуемый рекреационный ресурс.
4. Переработка материала относительно экскурсионной программы.

5. Включение материала в экскурсионную программу [Кашенкова И.С., 2018].

На региональном, либо на федеральном уровне мифологизация пространства может быть полезна при создании определенного имиджа территории. Удачно созданный образ, как известно, гарантирует успех в продаже турпродукта. Традиционно в качестве рычага изменения направления и плотности турпотоков рассматривались введение новых видов туризма, нетипичных для конкретной территории, различные экономические инструменты управления турпотоками (курортный сбор), повышение доступности отдельных рекреационных зон, пользовавшихся малой популярностью. Сторителлинг и трансмедийный сторителлинг являются кардинально новыми инструментами в данной области [Мищенко Т.А., 2009].

Устойчивое развитие туризма в пределах территории следует обеспечивать путем ее включения в систему развития сопредельных территорий, не обладающих достаточным туристско-рекреационным потенциалом, причем не только за счет формирования радиально-узловой структуры туристского пространства, но и микрозонирования. Однако, создание подобной структуры не всегда эффективно без использования инструментов управления процессом формирования потребностей туристов и продвижения территории. Такими инструментами как раз могут стать мифологизация пространства и сторителлинг, если применить их в контексте управления развитием туристско-рекреационного комплекса территории.

Список использованных источников

1. *Волкова Т.А.* Мифологизация пространства: амазонки на Кубани // Региональные географические исследования. Краснодар, 2020.

2. *Волкова Т.А., Карпова Ю.И., Мищенко А.А., Задорожная В.В.* Мифологизация рекреационного пространства как фактор освоения территории // Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2012.

3. *Кашенкова И.С., Волкова Т.А.* Функциональный аспект мифологизации в экскурсионном обслуживании (на примере сторителлинга) // География и туризм, 2018.

4. *Мищенко Т.А.* Рекреационный потенциал территории: содержание и проблемы оценки // География: проблемы науки и образования. Санкт-Петербург, 2009.

СПЕЦИФИКА УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНЫХ ПОХОДОВ В ПЕШЕХОДНОМ ТУРИЗМЕ

**Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского
Таврическая академия (СП)**

Аннотация: В данной статье рассмотрены значение и особенности учебно-тренировочных походов в пешеходном туризме. Пешеходный туризм – это вид спортивного туризма, основной целью которого является пешее преодоление группой туристов маршрута по слабопересеченной местности. Выявлена специфика учебно-тренировочных походов в таких видах туризма как: пешеходный туризм, горный туризм, спелеотуризм.

Ключевые слова: Пешеходный туризм, спортивный туризм, спелеотуризм, турист, учебно-тренировочный поход.

Summary: The article is devoted to determination of importance of educational and training hikes in pedestrian tourism. Pedestrian tourism is a type of sport tourism, the primary purpose is the pedestrian overcoming of route on locality by the group of tourists. Much attention is given to the specific of educational and training hikes in types of tourism as: pedestrian tourism, mountaineering, speleotourism.

Key words: Pedestrian tourism, sport tourism, speleotourism, tourist, educational and training hikes.

Пешеходный туризм – наиболее массовый вид туризма, отличающийся доступностью и пользой для здоровья и организма человека. Пешеходный туризм предоставляет большую свободу в выборе маршрута в соответствии с эстетическими познавательными и культурными потребностями туристов. Для пешеходных походов характерны относительная простота подготовки и проведения походов, организации полноценного отдыха на биваке. Сложность походов варьируется от экскурсий и походов выходного дня до сложных категорийных спортивных туристских походов.

Ю.Н. Федотов выделяет следующие виды туризма: пешеходный, лыжный, горный, велосипедный, спелео, водный, мото, авто, парусный [Федотов Ю.Н., 2002].

Учебно-тренировочный поход является неременным элементом подготовки туристов к спортивному походу. Организация и проведение учебно-тренировочных походов в различных видах спортивного туризма характеризуются определенной спецификой. На основании анализа научно-методической и специальной литературы нами были выявлены аспекты предподходной подготовки в таких видах спортивного туризма как: пешеходный, спелео и горный.

Ю.В. Байковский рассматривает горный туризм как вид туризма, заключающийся в передвижении группы людей с помощью мускульной силы по определенному маршруту, проложенному в горной местности в условиях высокогорья [Байковский Ю.В., 2015]. В.А. Таймазов определяет спелеотуризм как освоение группой людей пещер, подземных гротов и узких щелей, с целью получения спортивного азарта и познавательной информации. Такой способ путешествий не выполняется в одиночку, всегда проходит в группе, где хотя бы несколько человек имеют спортивный разряд по данному виду туризма [Таймазов В.А., 2014]. Ю.Н. Федотов дает определение пешеходному туризму как наиболее массовому виду туризма, отличающегося доступностью и пользой для здоровья и организма человека [Федотов Ю.Н., 2002].

Особенностью учебно-тренировочного похода в пешеходном туризме по цели его проведения является отработка первоначальных навыков и практическое обучение выполнению бивачных работ, разведению костра, транспортировке пострадавшего, преодолению локальных и протяженных препятствий при прохождении маршрута. В спелеотуризме – прохождение по пещерам и преодоление в них различных препятствий с использованием различного специального снаряжения (карабины, веревки, индивидуальные страховочные системы и др.), отработка техники SRT. В горном туризме – отработка навыков и техники на маршруте, который проложен в местности с горным рельефом, а также в условиях высокогорья.

В пешеходном туризме прежде всего следует развивать такое физическое качество как выносливость. При ходьбе с грузом акцент тренировок делается на силу мышц ног и туловища, отработка техники

ходьбы. В спелеотуризме туристы так же должны развивать навыки скалолазания и плавания, работать над силой мышц как верхних конечностей, так и нижних. Кроме того, немаловажным является развитие гибкости. В горном туризме следует развивать, выносливость, силу мышц рук и плечевого пояса, высокий уровень развития которых необходим при наведении различных переправ, работе на сложных участках с горным рельефом.

Особенностью учебно-тренировочного похода в пешеходном туризме по психоэмоциональному состоянию является то, что на конец туристского похода начинает проявляться усталость, а также снижается уровень внимания и реакция. В целом пешеходный поход дает эмоциональную разгрузку для человека, положительные эмоции и навык работы в команде. В спелеотуризме особенностью психоэмоционального состояния туриста является подготовка туристов к условиям большой влажности, замкнутого пространства и полного отсутствия естественного освещения, что не является для человека комфортными условиями для пребывания на длительное время. В горном туризме – подготовка к акклиматизации туристов. В первые дни горного похода психоэмоциональное состояние носит негативный характер. Чувствуется тяжесть рюкзака и сильная усталость.

Среди особенностей туристских походов можно выделить наличие препятствий, которые определяют сложность и категорию похода. В пешеходном туризме к препятствиям относятся: растительность, болота, осыпи, пески, снежные участки, холмы, овраги, промоины, лощины и пр.; в спелеотуризме – колодцы, завалы, узкие щели, подземные реки и др.; в горном туризме – перевалы, траверсы хребтов, вершины, пещеры, пороги и т.д. В отличие от пешеходного похода, в горном не оцениваются протяженные препятствия (например, болота или заросли), а из локальных препятствий учитываются только перевалы, траверсы вершин и радиальные восхождения на вершины. Таким образом учебно-тренировочный поход является начальной ступенькой в росте спортивного мастерства туриста. Походы могут включать элементы (участки) походов любой категории сложности. Опыт, приобретенный в таких походах, учитывается при допуске туристов к спортивным походам.

Список использованных источников

1. *Байковский Ю.В.* Теория и методика тренировки в горных видах спорта. М., 2015.
2. *Таймазов В.А.* Теория и методика спортивного туризма. М., 2014.
3. *Федотов Ю.Н.* Спортивно-оздоровительный туризм. М., 2002.

КОРАБЛИ-МУЗЕИ КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИСТСКОГО ПОКАЗА

Кубанский государственный университет

Аннотация: Корабли и суда различного назначения, расположенные в различных регионах нашей страны, выполняют функции музеев. Крейсер «Михаил Кутузов» – яркий представитель класса кораблей-музеев, привлекающий массы туристов.

Ключевые слова: Корабль-музей, крейсер, Новороссийск, познавательный туризм.

Summary: Ships and vessels for various purposes, located in different regions of our country, serve as museums. The cruiser «Mikhail Kutuzov» is a striking representative of the class of museum ships, attracting masses of tourists.

Key words: Ship-museum, cruiser, Novorossiisk, educational, cultural and historical tourism.

В г. Новороссийске, у набережной им. Адмирала Серебрякова стоит на вечной стоянке корабль-музей – крейсер «Михаил Кутузов». Он пользуется огромной популярностью как у жителей города, так и у туристов. Это частный пример того, как памятники техники становятся популярным туристским ресурсом во всем мире. Интерес к старой технике получил название «техно-ностальгия» и проявляется в самом разном виде. Самым известным примером этого, наверное, можно назвать коллекционирование старых автомобилей, но и другие виды техники прежних времен также являются объектом интереса, изучения и коллекционирования. Например, актер Том Хэнкс коллекционирует пишущие машинки, делает их героями своих фильмов и рассказов.

Любой старый предмет техники, например, корабль, является для туристов источником интереснейшей информации трех видов. Во-первых, это памятник достижений науки и техники и, шире, материальной культуры своего времени. Во-вторых, он несет информацию о людях и событиях в истории, с которыми он был связан. В-третьих, он показывает, как люди его использовали в своей жизни и деятельности, т.е. «рассказывает» о повседневной жизни людей своей эпохи. Помимо этого, многие экземпляры техники, будучи созданы с

утилитарными целями, являются прекрасными образцами художественного искусства и дизайна своего времени, доставляют эстетическое удовлетворение туристам. Поэтому во всем мире ширится количество кораблей, становящихся музеями.

Аналогичные функции памятников истории и культуры выполняют и другие средства транспорта, например, паровозы. Когда в 1960-е гг. в разных странах на смену паровой тяге стала приходиться тепловая и электрическая, и паровозы стали списывать в металлолом, появилось новое общественное явление – увлечение старой железнодорожной техникой, которое было названо «ностальгией по пару». В странах Европы общественные группы стали выкупать списываемые паровозы, реставрировать их и создавать железнодорожные музеи, сохранять и восстанавливать участки железных дорог на паровой тяге. Если первоначально это увлечение объединяло узкий круг бывших железнодорожников, фанатов и историков, то очень скоро стало привлекать большие массы туристов, и сейчас миллионы туристов разного возраста платят большие суммы за то, чтобы проехать на поезде, который тянет старинный паровоз, с ностальгией окунуться во времена своей молодости или познакомиться с чудесами техники прошлых столетий.

Мемориальную функцию корабли стали выполнять в XVIII в. Широко известен хранящийся в Центральном военно-морском музее в г. Санкт-Петербурге ботик Петра I. Император Петр I называл ботик «дедушкой русского флота», использовал его во время морских парадов и других церемоний, а также приказал хранить как памятник эпохи создания военно-морского флота в России. В Великобритании такой же популярностью пользуется флагманский корабль адмирала Нельсона в Трафальгарском сражении «Victory», стоящий на вечной стоянке в г. Портсмут.

На сегодняшний день в мире насчитывается 65 кораблей-музеев и 68 подводных лодок – памятников и музеев. Такое большое количество кораблей, выполняющих мемориальную и культурно-познавательную функции, говорит о том, что они являются очень популярными объектами для туристов во всем мире. В России корабли стали массово музеефицировать относительно недавно – в 1990-е гг. В императорской России и в Советском Союзе не придавали этому большого значения. В результате от эпохи парусного флота до нас дошли 2 небольших парусных кораблика, называемых «ботиками» Петра I. В Советском Союзе единственным кораблем-музеем стал

революционный крейсер «Аврора». Он был поставлен в 1948 г. на вечную стоянку у Петроградской набережной и стал учебной базой для воспитанников Нахимовского училища. В 1956 г. приказом Главнокомандующего военно-морским флотом на «Авроре» образован филиал Центрального военно-морского музея [Крейсер «Аврора»..., 2020].

Активно процесс музеефикации кораблей пошел в Российской Федерации с самого момента ее образования. Он был вызван мощным общественным интересом к истории страны, ликвидацией монополии КПСС на управление исторической памятью, активностью различных общественных организаций, развитием внутреннего и международного туризма. На сегодняшний день в России насчитывается 11 кораблей и судов – музеев и 11 подводных лодок – музеев и памятников. Это корабли и суда различного назначения – военные и научные, рыболовные и пассажирские, морские и речные, расположенные в различных регионах нашей страны.

Крейсер «Михаил Кутузов» – яркий представитель класса кораблей-музеев, привлекающий массы туристов, которые стремятся посетить его, несмотря на обилие других разнообразных интереснейших туристских ресурсов в Краснодарском крае. Этот корабль является представителем послевоенного поколения советских легких крейсеров. Заложен он был в 1951 г., а боевую службу начал в 1955 г. Исключен из состава военно-морского флота в 1992 г. и после десятилетних усилий общественных организаций ветеранов флота, в 2002 г. получил статус корабля-музея и является филиалом Центрального военно-морского музея [Крейсер-музей..., 2020].

Туристы, посещающие с экскурсией крейсер, знакомятся с научными и техническими достижениями мощного советского послевоенного кораблестроения, чьим достойным детищем является «Михаил Кутузов». Также экскурсанты могут узнать о советском Черноморском флоте – флоте великой морской державы, увидеть фамилии и портреты выдающихся адмиралов и капитанов, посвятивших свою жизнь службе на флоте и защите своего Отечества. Туристы на себе могут почувствовать условия жизни простых матросов и офицеров, проходя по узким коридорам и крутым лестницам крейсера, получить ни с чем не сравнимые ощущения службы на боевом корабле. Посещающие корабль дети и подростки заражаются романтикой морской службы, получают уроки патриотизма и любви к Родине [Бочкарь Е.В., 2016]. Популярность

крейсера «Михаил Кутузов» у туристов проявляется не только в большом количестве экскурсантов, но и в большом числе интернет-ресурсов, рассказывающих о характеристиках и судьбе крейсера, содержащих множество фотографий, запечатлевших прошлую боевую службу и нынешний вид корабля [Крейсер «Михаил Кутузов»..., 2020].

К сожалению, «Михаил Кутузов» – единственный корабль-музей в Краснодарском крае. Некоторое время музеем была и подводная лодка М-261, находящаяся на территории парка 30-летия Победы в г. Краснодаре, но вход в нее давно закрыт и теперь она представляет собой корабль-памятник. Огромный интерес, который проявляют туристы к кораблям-музеям, требует, чтобы количество таких музеев росло. Корабль, не отправленный на слом, а ставший музеем, еще способен принести много пользы в привлечении туристов, просвещении и патриотическом воспитании граждан нашей страны.

Список использованных источников

1. *Бочкарь Е.В.* Прикладные аспекты разработки экскурсии (на примере патриотического экскурсионного маршрута по городу-герою Новороссийску) // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

2. Крейсер «Аврора». URL: https://navalmuseum.ru/cruiser_avrora.

3. Крейсер «Михаил Кутузов» URL: https://www.kchf.ru/ship/cruiser/mihail_kutuzov.

4. Крейсер-музей «Михаил Кутузов». URL: https://navalmuseum.ru/filials/cruiser_mikhail_kutuzov.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ И РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАРАСУНСКИХ ОЗЕР Г. КРАСНОДАРА

Кубанский государственный университет

Аннотация: В данной статье рассмотрены вопросы культурно-исторического и рекреационного потенциала Карасунских озер г. Краснодара, их значение как объекта культурно-исторического наследия, возможности их рекреационного использования, а также намечены некоторые пути развития как рекреационного объекта.

Ключевые слова: Культурно-исторический потенциал, рекреационный потенциал, р. Карасун, Краснодар.

Summary: This article discusses the issues of cultural, historical and recreational potential of the karasun Lakes in Krasnodar, their significance as an object of cultural and historical heritage, the possibility of their recreational use, and also outlines some ways of development as a recreational object.

Key words: Recreational potential, cultural and historical potential, Karasun river, Krasnodar.

С точки зрения рекреационного и культурно-исторического потенциала бывшая р. Карасун не достаточно вовлечена в общественную жизнь г. Краснодар. В настоящее время она предстает перед нами в черте города в самых разнообразных формах – в виде озер (наиболее часто), в виде гидротехнического сооружения, предназначенного для сбора и перекачки в ливневую канализацию поверхностных вод и промышленных стоков (так называемый «Вонючий прудик» в районе ул. Селезнева–Старокубанская), в виде объектов ООПТ (присвоен еще в 1980-х гг. Верхнему и Нижнему Покровским озерам), в виде осушенных и засыпанных участков и построенных на них таких объектов как рынки («Вишняковский», «Восточный»), гаражи, жилые многоквартирные дома как старой, так и современной постройки, а также подземные бетонные трубы большого диаметра с обустроенной в последствии поверх них проезжей частью (ул. Суворова и ул. Переходная).

Сегодня город продолжает хранить эту историю и загадки в виде названия своих улиц: Озерная – между ул. Ставропольской и ул. Новороссийской двумя параллельными линиями по бывшему левому и правому берегу оз. Карасун; ул. Карасунская набережная начинается с пересечения с ул. Гоголя идет вдоль берега двух Покровских озер до ул. Казачья, а дальше извивается вдоль бывшего берега, но уже без озера, которое тут давно осушено и засыпано. Тут хранятся следы одной из загадок р. Карасун. Считается, что Покровские озера – это остатки либо правого притока р. Карасун, либо ее северного русла. По этой версии р. Карасун в районе современного восточного окончания мрн Пашковский раздваивалась на южный и северный потоки и сходилась у нынешней Дмитриевской дамбы. Часть северного потока р. Карасун – Покровские озера уцелели, а основной южный поток сначала был закован в канал, а затем в трубы, и, наконец, повторяя линию русла реки превратился в ул. Переходную и ул. Суворова. Место слияния потоков когда-то перегородила Чистяковская дамба у самого впадения южного потока в северный. Сегодня следы Карасунского канала можно видеть на пересечении нынешних ул. Гудимы и ул. Суворова, где сейчас под автомобильной эстокадой расположены бетонные входы в канал. В прежние времена ул. Гудимы носила название Насыпная, что свидетельствует о нахождении русла реки на этом месте. Сейчас там сохранился пер. Насыпной. По свидетельству местных жителей многоквартирных домов между ул. Гудимы и ул. Суворова (это и есть бывшее русло р. Карасун) – раньше это место сильно подтапливалось [Бондарь В.В., 2009].

Примерно в месте пересечения нынешней ул. Ставропольской и ул. Суворова – в районе железнодорожного моста – когда-то течение р. Карасун преградила Казачья дамба (предположительно в 1778 г.). В этом месте и находится главная загадка р. Карасун – где же находится ее устье? Возможно, она впадала в р. Кубань по самому короткому отрезку – в районе бывшей Краснодарской районной электростанции (КРЭС) или у северного окончания завода им. Г.М. Седина. Некоторые авторы прямо утверждают, что устье р. Карасун, это современный «Затон» [Илюхин С.Р., 1998].

Современные ул. Береговая, Затонная, Речная являются напоминаниями того, что здесь были различные водные объекты. Вдоль ул. Речной в рельефе местности четко выражен обрыв одной из террас р. Кубань, высота которого более 5 м. Над этим обрывом когда-

то в начале основания города в конце XVIII – начале XIX вв. возвышалась Екатерининская крепость. Современный пруд в Городском саду является свидетельством протекания здесь когда-то р. Карасун. Место заложения Екатеринодара было обусловлено именно наличием здесь естественной водной преграды с запада и юга – р. Кубань, а с востока – р. Карасун. По еще одной версии до строительства Казачей дамбы р. Карасун могла впадать в р. Кубань немного восточнее современного Яблоновского моста, на территории современной нефтебазы [Илюхин С.Р., 1998].

Интереснейшим историческим местом с точки зрения жизни городской реки является место впадения р. Карасун в оз. Старая Кубань в районе ТЭЦ. Кубань, прорабатывая свое русло в направлении севера перехватила русло р. Карасун. Со временем этот участок р. Кубань превратился в старицу, что привело к снижению объема стока р. Карасун ниже по течению. Как следствие, вода стала застаиваться, и река начала постепенно заболачиваться. Есть и другие мнения, которые считаются ошибочными. Так Пашковский Карасун считали самостоятельной рекой, впадавшей в Старую Кубань, а часть р. Карасун (именуемой Калининской балкой) ниже по течению относительно Старой Кубани считали одним из рукавов р. Кубань [Бондарь В.В., 2009]. Место впадения р. Карасун в Старую Кубань находится в районе Краснодарской ТЭЦ и парка Старая Кубань в районе мкр Гидростроителей. Часть русла р. Карасун в этом месте преобразована в водозаборный канал ТЭЦ, а другая часть – Калининская балка, соединялась со Старой Кубанью в районе нынешнего моста на Солнечный остров с ул. Ставропольской, там за первым рядом домов и сейчас находится один из сохранившихся участков р. Карасун.

Как объект рекреационного использования р. Карасун и окружающие ее леса всегда была важной частью города. Вот как описывали отдых на ней в XIX в.: «Вне города, за Карасуном, начиналась Дубинка – молодой дубовый лесок, в котором много зелени, дрова из валежника, хорошая родниковая вода и «простор для игр и увеселений». Здесь устраивались «рекреации» – нечто вроде совместных пикников учащихся и учителей, на которые приглашались также «духовные лица с семьями, важные в городе особы, богатые купцы». Вскладчину делалось угощение, купцы провозили пряники, орехи и др. сласти для детей. Примерно с 12 ч. участники праздника располагались группками в разных местах леса, устраивались веселые

игры, а с наступлением темноты зажигали костры...» [Екатеринодар..., 1993]. Карасун всегда был излюбленным местом для купания, запрет на которое был введен в 1922 г. в связи с эпидемией холеры [Илюхин С.Р., 1998].

В советский период большая часть Карасунских озер была достаточно хорошо благоустроена. Покровские озера имели хорошую набережную, соседствующую с благоустроенным сквером. Карасун в районе «Кубанского государственного госуниверситета» так же сохранил следы бывшего благоустройства в виде сохранившейся местами асфальтированной набережной и участков ее озеленения. Сейчас здесь есть и два новых участка набережных. В районе полуострова генеральным планом города запланирован сквер «Тенистый» [Симатова Ю., 2020].

Практически на каждом из сохранившихся озер располагаются рестораны, гостиницы, рекреационные зоны, небольшие набережные, беседки у воды и на воде, скверы, облагороженные территории. Хороший пример взаимоотношений с любимой рекой-озером подают и местные жители. Так, в мкр Комсомольский при активном участии местных жителей создан Народный парк. На оз. Карасун в районе ФГБОУ ВО «КубГУ» создавался Общественный совет по развитию территории водоема [Симатова Ю., 2020] из местных жителей по обустройству парка. Активную позицию занимает общественность и на Покровских озерах, здесь постоянно проходят акции по благоустройству и очистке территории.

Позитивной практикой гармоничного экономико-экологического решения является принятый ФЗ № 457801-7 «О внесении изменений в Водный кодекс Российской Федерации», в т.ч. в ст. 521 [Козырь Н.С., 2020]. Ввиду чего, городские власти предлагают такой инструмент взаимодействия с местными жителями, при котором они могут подавать заявку на обустройство различных городских территорий, и после рассмотрения будет выдаваться разрешение на такую деятельность. Данный инструмент можно использовать и сообществу ФГБОУ ВО «КубГУ» для благоустройства прибрежной зоны, ведь на сегодняшний день прибрежная зона оз. Карасун в районе университета остается одной из самых неблагоустроенных, более того она регулярно засоряется местными (и не только) жителями. Университетское сообщество должно разработать и предложить варианты проектов рекреационного развития прибрежной зоны оз. Карасун, а возможно и акватории в примыкающих к университету участках [Кучер М.О.,

2020]. Такой проект может стать и важным элементом практики студентов разных факультетов, и возможностью апробации теоретических разработок профессорско-преподавательского состава в сфере градостроительства, архитектуры, юридических вопросов, территориального планирования, комплексного развития территории, развития рекреационной деятельности, экологии, биологии и т.д. [Кучер М.О., 2020].

Таким образом, можно сделать вывод, что утраченное русло и устье р. Карасун скорее всего не восстановить в прежнем «здоровом» и привлекательном виде в виду невероятной сложности таких работ (хотя мировой опыт говорит о том, что такие проекты осуществляются), но их можно реконструировать посредством мультимедийных технологий, в т.ч. с применением технологий дополненной и виртуальной реальности, а успешный опыт разработки таких проектов у автора имеется.

Список использованных источников

1. *Бондарь В.В.* О распространенных ошибках в освещении ранней истории Екатеринодара // Культурная жизнь Юга России, 2009.

2. *Екатеринодар – Краснодар 1793–1993: Материалы к летописи.* Краснодар, 1993.

3. *Илюхин С.Р.* При реке Кубани, в Карасунском куте или ландшафтная экология Екатеринодара в историческом плане. Краснодар, 1998.

4. *Козырь Н.С., Нищук Ю.С.* Экономический рост и экологическая система: диалектика целей государства // Вестник университета, 2020.

5. *Кучер М.О., Аравин А.В., Коваленко Л.М.* Опыт разработки программ продуктов на основе технологии виртуальной реальности в сфере образования // Региональные географические исследования. Краснодар, 2020.

6. *Кучер М.О., Миненкова В.В.* Возможности использования технологии виртуальной реальности в географическом образовании // Региональные географические исследования. Краснодар, 2020.

7. *Симатова Ю.* В Краснодаре общественность и власть приводят в порядок «университетский» Карасун. URL: <https://kinews.ru/2020/03/05/v-krasnodare-obshhestvennost-i-vlast-privodyat-v-poryadok-universitetskij-karasun>.

АНИМАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ И НАУЧНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЭТНОГРАФИЧЕСКОМ МУЗЕЕ НАРОДОВ ЗАБАЙКАЛЬЯ

**Бурятский государственный университет
им. Доржи Банзарова**

Аннотация: В статье представлен опыт Этнографического музея народов Забайкалья по внедрению анимационных проектов, посредством которых происходит «воспитание» посетителя и превращение его в грамотного потребителя услуг музея.

Ключевые слова: анимационный проект, просвещение, анимация.

Summary: The article presents the experience of the Ethnographic Museum of the Trans-Baikal Peoples in the implementation of animation projects through which the visitor is “educated” and turned into a competent consumer of museum services.

Key words: animation project, education, animation.

Этнографический музей народов Забайкалья на сегодня является «Забайкальем в миниатюре», представляя уникальную культуру и традиционный быт этнических групп Бурятии, и еще что самое важное, это то, что они играют особую роль в сохранении культурного (материального и духовного) наследия. В своей работе О.Н. Труевцева справедливо отметила, что «музеи хранят весь спектр памятников истории и культуры: движимых, недвижимых, материальных, духовных, природных ... они неразрывно связаны с сохранением и воспроизводством историко-культурного наследия народов. Только в музее, по ее словам, на основе подлинных памятников и присущих музею форм коммуникации формируется объективное представление об этносе и его культуре, о проблемах взаимоотношения и взаимовлияния народов их истории, традициях, обычаях, национально-психологических особенностях и формах их проявления. Более того, музейные коллекции являются не только ценным информационным источником, но и обладают мощным эмоциональным потенциалом воздействия на посетителей» [Труевцева О.Н., 2010].

Одним из целей создания музеев, согласно федеральному закону [ФЗ...], наряду с хранением, выявлением, изучением является публикация музейных предметов и музейных коллекций и осуществление просветительной и образовательной деятельности. В этой связи, в последнее время проблемы анимационного сервиса (или внедрения анимационных проектов) на территории музеев стали еще более актуальными в научно-просветительской деятельности.

Само слово «анимация» означает дословно «от фр. *Animation* – оживление, одушевление». Хотя следует отметить, что понятия анимации немного отличаются друг от друга, например, анимация в киноискусстве или в компьютерных технологиях. С одной стороны, считается личное участие в культурно-массовых мероприятиях, оживление, в частности, музейных предметов и коллекций – с другой. На наш взгляд, именно в музеях происходит и то и другое одновременно. Вместе с тем, человеческий фактор и компетентность специалиста-музееведа, становится либо проблемой или находкой, ведь стимулирование общения и создание условий для отдыха, доступа к культурным ценностям является задачей не из легких.

Исследователи, учитывая, что аниматор является центральной фигурой, выделили некоторые типологии, согласно которой, они подразделяются на культурных, социальных и социокультурных аниматоров. На современном этапе в деятельности Этнографического музея в основном все три типа совмещаются, но следует признать, что разработка социальных и культурно-образовательных проектов и участие в ней аниматоров все еще находятся в начальной стадии, даже если они на сегодня очень востребованы.

Начиная со дня основания, в Этнографическом музее народов Забайкалья, вплоть до 1990-х гг., шла кропотливая работа по выявлению, сбору и хранению уникальных музейных предметов и экспонатов, характерных для идентификации этнических групп Забайкалья, позже сформированных в музейные комплексы. С нач. 90-х гг. XX в. до середины I десятилетия XXI в. идет процесс активного распространения информации о музейных коллекциях и развития культурно-досуговой деятельности на территории музея. Так, согласно материалам Л.Ц. Цыбиктаровой (1999), в связи сокращениями количества посетителей, сотрудниками разрабатывались новые формы работы, и они были обусловлены экономическими реформами в стране. С другой стороны, этот период известен в истории как этап возрождения национальных культур. И здесь особую роль стала играть

научно-просветительская деятельность Этнографического музея, где подлинная культура была представлена редкими и уникальными предметами быта, религии, архитектуры и т.д., что полностью соответствовала и природному и культурному ландшафту Бурятии. Это реконструкция праздника Сагаалган, проведение фольклорных праздников и мероприятий, фестивалей как Масленица, Троица, Байкальские встречи, шаманские тайлаганы и многое другое. С другой стороны, была активизирована работа со школьными заведениями, высшими и средними учебными заведениями, организациями и предприятиями, что также увеличивало количество посетителей и приносило неплохой доход.

Отличительной чертой деятельности в последнее время ЭМНЗ является активная работа по организации и проведению временных выставок и камерных мероприятий. Большой интерес к собранным музейным коллекциям все же сохраняется, ведь в фонды музея собраны подлинные порой уникальные предметы и экспонаты материального и духовного наследия народов Забайкалья. Стоит признать, что в основе этих выставок лежит огромный титанический труд предшественников, которые по крупицам собирали экспонаты по всем районам и областям Предбайкалья и Забайкалья. Более того, неоценим их вклад по изучению и систематизации музейных коллекций. Однако, несмотря на это, проблем в дальнейшем изучении и систематизации, хранении и новом использовании великое множество. Этому есть много объяснений в силу объективных и субъективных причин.

Тем не менее, как отмечает О.А. Шагланова (2010), одним из популярных музейных продуктов в этой отрасли профессиональной деятельности является создание анимационных сценариев или интерактивной живой экспозиции, отражающих различные аспекты этнической культуры. В Этнографическом музее уже как несколько лет подряд активно проводятся анимационных экскурсий, как для взрослого населения («В поисках сокровища»), так и для детей дошкольного, младшего и среднего школьного возрастов («Забайкалья в миниатюре», «Сокровище Забайкалья»). Например, за два года через эти экскурсии прошли несколько десятков школ и тысячи школьников. Задействованы несколько музейных комплексов (эвенкийский, предбайкальский, забайкальский, семейский).

На эвенкийском комплексе дети с удовольствием «ловят» оленя с помощью лассо, пробуют силы рук и спины, перетягивая палки,

отгадывают различные загадки и т.д. Что касается дальнейших планов, сотрудниками музея готовится к апробации экскурсии, рассчитанные на выход на пределы территории музея, следуя по лесной тропе, с дальнейшей установкой традиционного эвенкийского жилища, разведением огня. Данные проекты в основном будут рассчитаны на такие целевые группы как группы среднего и старшего школьных возрастов.

На предбайкальском бурятском комплексе всегда актуальны такие формы анимации как традиционная встреча (приветствие, песня – *угтамжын дуун*) гостей белой пищей, презентация элементов свадебного обряда с использованием традиционных женских украшений, организация кругового бурятского танца *ехор* с дополнительным мастер-классом для желающих выучить элементы танца и традиционные напевы. Для детской аудитории стали популярными анимация «стрельба из бурятского лука», где посетители пробуют себя в меткости и попадании мишени. Вместе с тем, в анимационных программах музея не хватает проектов по использованию предметов материального наследия (настриг шерсти овец, перегонка традиционного молочного спиртного напитка, возделывание шкуры домашних животных).

А вот создание проекта «Один день из жизни улигершина» и использование эпического наследия (исполнение улигеров), предметов материального быта, музыкальных инструментов и воинского снаряжения подробно описала в своей работе О. Шагланова: «Созданием временной экспозиции «Юрта улигершина» и исполнением образцов эпических произведений, музей не только расширил бурятский комплекс, но и усилил информационную значимость предметов, отражающих эпоху бытования эпических сказаний – улигеров. Бурятская традиция устного пересказа эпосов из поколения в поколение как форма передачи древнего фольклорного наследия и особый социальный статус его исполнителя – улигершина, свидетельствует о высоком социальном значении эпических текстов и их востребованности в этнической памяти» [Шагланова О.А., 2010]. Кроме презентации эпического наследия, в юрте улигершина впервые была внедрена услуга по исполнению свадебных обрядов молодоженам, в частности, поклонением духу-хозяину огня о благополучии и процветании вновь создаваемой семьи, которая судя по отзывам, обрела традиционный смысл соединения двух родовых структур, получения молодой семьей

покровительства от духов огня, очага и дома. Однако данная услуга, включая проект по использованию эпического наследия несет в себе опасность проведения как самих обрядов, так и соблюдения традиционных отношений для лиц, ответственных за проект и учреждение в целом.

На семейском комплексе традиционными стали такие игры как «Ходули», «Бой с мешками», а также анимация с использованием прялки и т.д. Следует отметить, что семейский комплекс имеет огромный потенциал для анимационных проектов. Для примера, проведение традиционных свадебных обрядов среди русских и семейских повлекло бы к возрождению старинных форм проведения свадеб.

О.Э. Мишакова справедливо отмечает в своей работе, что «современное развитие общество ведет к тому, что люди утрачивают собственные историко-культурные корни. На данном этапе развития цивилизации именно традиционная духовная культура, в том числе в ее приложении к объектам материального мира выступает как средство национальной самоидентификации и воспитания человека» [Мишакова О.Э., 2010].

Подобные музейные сценарии направлены на сохранение важных элементов национальной культуры через наглядную демонстрацию музейных предметов, где очень важным следует считать активное или живое участие аудитории, самих экскурсантов.

Действительно, по словам Н.Д. Нагайцевой, «общение в анимационном проекте позволяет аниматорам и потребителям оказаться в сложной коммуникационной ситуации, и только сам процесс заставит задуматься о проблемах, связанных с жизнедеятельностью, получить эмоциональную разрядку, и возможно в какой-то мере даже проявить себя» [Нагайцева Н.Д., 2010].

В завершении следует еще раз отметить, что Этнографический музей народов Забайкалья в современных условиях становится на новую ступень развития. Здесь основную роль наряду с фондовой, выставочной, развлекательной деятельностью музея все же будет играть анимационный сервис, посредством которого будет идти «воспитание» посетителя и превращение его в грамотного потребителя, который должен остаться довольным от погружения в информационно-культурное пространство, получив при этом социокультурные услуги музея с достойным сервисом.

Список использованных источников

1. *Мишакова О.Э.* Этнокультурное наследие, музеи и туризм на примере стратегии социально-экономического развития Республики Бурятия // Museums and Ethnocultural Tourism: collection of materials of the IIIrd Annual International Symposium ICOFOM SIB. Novosibirsk, 2010.

2. *Нагайцева Н.Д.* Музейная анимация как ресурс развития современного музея // Museums and Ethnocultural Tourism: collection of materials of the IIIrd Annual International Symposium ICOFOM SIB. Novosibirsk, 2010. *Труевцева О.Н.* Роль музеев Сибири в сохранении культурного наследия коренных малочисленных народов // Культура как ресурс социально-экономического развития. Улан-Удэ. 2010.

3. ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10496/.

4. *Цыбиктарова Л.Ц.* Деятельность Этнографического музея народов Забайкалья по возрождению и сохранению традиционной духовной культуры народов Бурятии // Проблемы сохранения культурного наследия. Музей под открытым небом на рубеже XXI века. Улан-Удэ. 1999.

5. *Шагланова О.А.* Этнографический музей народов Забайкалья как модель сохранения этнокультурного наследия автохтонных этносов и этнических групп Байкальского региона // Museums and Ethnocultural Tourism: collection of materials of the IIIrd Annual International Symposium ICOFOM SIB. Novosibirsk, 2010.

УНИКАЛЬНЫЕ ГЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В ТУРИСТСКО- ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

¹Кубанский государственный университет, г. Краснодар

²Океанографическая экспедиция, г. Севастополь

Аннотация: Выполнен обзор и анализ уникальных геологических объектов Краснодарского края как основы различных видов туристско-экскурсионной деятельности. Даны рекомендации по использованию некоторых типов уникальных геологических объектов для интенсификации туристско-экскурсионной деятельности.

Ключевые слова: уникальный геологический объект, туристско-экскурсионная деятельность, Краснодарский край.

Summary: A review and analysis of the unique geological objects of the Krasnodar region as the basis of various types of tourist and excursion activities is carried out. Recommendations on the use of certain types of unique geological objects for the intensification of tourist and excursion activities are given.

Key words: unique geological object, tourist and excursion activity, Krasnodar region.

Уникальные геологические объекты Краснодарского края составляют базу для различных видов туристско-экскурсионной деятельности. Наиболее полная информация по уникальным геологическим объектам России (Геологические памятники России) представлена на сайте (<https://vsegei.ru>) Всероссийского научно-исследовательского геологического института им. А.П. Карпинского (ВСЕГЕИ, г. Санкт-Петербург), которые классифицированы по следующим группам: геоморфологические, гидрогеологические, историко-горногеологические, минералогические, палеонтологические, петрографические, тектонические, стратиграфические, комплексные. По каждому уникальному геологическому объекту представлена информация в виде его текстового описания с привязкой по координатам, фрагмента

геологической карты с указанием расположения объекта, а по большинству объектов и его фотография.

На территории Краснодарского края на сайте ВСЕГЕИ представлена информация по 99 уникальным геологическим объектам [Уникальные...] следующих групп:

- геоморфологические;
- гидрогеологические;
- комплексные;
- петрографические, тектонические и палеонтологические.

Группа уникальных геоморфологических объектов Краснодарского края включает сведения о 66 объектах, среди которых объекты следующих типов: водопады (Плесецкие, Пшадские, на р. Тешебс, г. Геленджик; Ореховый на ручье Безуменке, г. Сочи, и др.); скалы (Заводская, Монах, Киселева, Тренировочная, Туапсинский район, и др.); ущелья (Гуамское, Апшеронский район и Дантово, г. Горячий Ключ) и косы (Долгая, Ейский район; Камышеватская, Красноармейский район); пещеры (Большая и Малая Азишские, Нежная, Каньон, Красивая, Пикетная, Апшеронский район; Ахунская, Назаровская и Воронцовская пещерная система, г. Сочи; Фанагорийская, г. Горячий Ключ; Никитская, Мостовской район).

В группе уникальных гидрогеологических объектов Краснодарского края выделено 20 объектов, среди которых объекты следующих типов: месторождения минеральных вод (Ачибско-Женейское и Шебское, г. Геленджик), Михайловское месторождение йодо-бромистых вод и Солнцедарское месторождение лечебно-питьевых вод (г. Геленджик), горячий источник минеральных вод (Белореченский район); родники (Наташа, г. Геленджик; Заповедный, Павловский район; два родника «Двойники», Староминский район; родники Майкопский и Прохлада, Гулькевичский район); объекты грязевого вулканизма (грязевой вулкан Шуго, Гладковские сопки, Крымский район; грязевой вулкан Ахтанизовский, Гора Миска (вулкан) и Карабетова гора с грязевыми вулканами, Темрюкский район); озёра Солёное и Голубицкое (Темрюкский район); грязелечебный участок «Стеблиевская солёная подкова» (Красноармейский район).

В группе комплексных (9 объектов) выделены следующие типы: геоморфологический, тектонический (гора Шесси, ущелье Ацху, Туапсинский район; тектонический, петрографический (обнажения Агойского перевала, участок долины р. Паук, Туапсинский район;

флиши (геологические обнажения), г. Геленджик); петрографический, тектонический (гора Индюк, Скальное Море, Туапсинский район); стратиграфический, тектонический (Герейская балка, Апшеронский район); минералогический, геоморфологический (мыс Железный Рог, Темрюкский район). Выделены также объекты следующих групп: тектонические (озеро Хыжи, Туапсинский район), палеонтологические (Скала Су-Кар, Туапсинский район), петрографические (Гора Два Брата, Туапсинский район).

Большое разнообразие типов уникальных геологических объектов и их большое количество являются благоприятной предпосылкой к их использованию в различных видах туристско-экскурсионной деятельности. Так, например, довольно широко используются как объекты туристско-экскурсионной деятельности водопады, некоторые из них специально для этой цели оборудованы. Некоторые типы, к примеру, грязевые вулканы, на наш взгляд, используются недостаточно. В Таманской грязевулканической провинции насчитывается 43 грязевых вулкана, в основном наземных, 19 из них – действующие [Волкова Т.А. и др., 2018]. Грязевые вулканы как уникальные объекты природы (в России они распространены только на западе Краснодарского края и в пределах Керченского полуострова Крыма) используются и могут использоваться для проведения тематических экскурсий, учебных геологических и географических практик, а также курортного лечения с использованием сопочной грязи. Туристско-рекреационный потенциал многих из этих объектов довольно высокий и пока используется недостаточно.

Специфическими объектами являются многочисленные флишевые обнажения, широко распространённые от г. Новороссийска до г. Туапсе. Одним из направлений использования этого ресурса являются учебные геологические практики, например, проводимые на базе научно-образовательного полигона КубГУ в пос. Бетта Геленджикского района Краснодарского края [Бондаренко Н.А., Любимова Т.В., 2013]. Некоторые из этих объектов могут использоваться для организации тематических экскурсий научных конференций различного уровня, в том числе международных. Так, например, на участке долины р. Паук Туапсинского района имеется весь спектр мелового флиша Черноморского побережья Краснодарского края.

По некоторым регионам России опубликованы монографии по геологическим памятникам, примером которых могут служить монография по Республике Адыгея [Волкодав И.Г. и др., 2015] и по Республике Саха (Якутия) [Геологические ..., 1997]. Краснодарский край богат геологическими памятниками, подготовка и опубликование специальной монографии как путеводителя по уникальным геологическим объектам могла бы поднять интерес к этим природным объектам и интенсифицировать процесс их использования в туристско-экскурсионной деятельности.

Таким образом, уникальные геологические объекты Краснодарского края можно рассматривать как специфический ресурс, на использовании которого может быть интенсифицирована туристско-экскурсионная деятельность.

Список использованных источников

1. *Бондаренко Н.А., Любимова Т.В.* Беттинский научно-образовательный геологический полигон Кубанского госуниверситета. Краснодар, 2013. 332 с.

2. *Волкодав И.Г., Волкодав Я.И., Казаков О.А.* Геологические и археологические памятники Адыгеи. Майкоп. 2015.

3. *Волкова Т.А., Стогний В.В., Куропаткина Т.Н.* Грязевые вулканы Темрюкского района в процессе организации туристско-рекреационной деятельности // Вулканизм, биосфера и экологические проблемы. Майкоп, 2018.

4. Геологические памятники Якутии. Новосибирск-Финляндия, 1997.

5. Уникальные геологические объекты Краснодарского края
URL: http://www.geomem.ru/mem_all.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

С.И. Барыбина, А.Н. Пелина

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ КАРТЫ «ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ»

Кубанский государственный университет

Аннотация: В статье актуализируется роль памятников природы и описывается технология создания интерактивной карты «Памятники природы Краснодарского края» посредством ArcGIS Online.

Ключевые слова: интерактивные карты, Краснодарский край, памятники природы, туризм, ArcGIS Online.

Summary: The article actualizes the significance of natural monuments and describes the technology of making an interactive map using ArcGIS Online.

Key words: interactive maps, Krasnodar region, natural landmark, natural monument, tourism, ArcGIS Online.

Актуальность темы связана с активным развитием внутреннего туризма. Памятники природы – лучшие объекты для путешествий и отдыха. Значимость и польза от их создания для регионов, отдельных людей и природы очевидны. Окружающая среда, захватывающие дух пейзажи наилучшим образом влияют на психическое и эмоциональное здоровье, дают заряд бодрости и хорошего настроения. Велика не только рекреационная, но и учебно-познавательная роль памятников природы.

Краснодарский край щедро одарен природными богатствами: на относительно небольшой территории края можно увидеть практически все ландшафты России: степи и дельтовые плавни, снежные горные вершины, ледники и субальпийские луга, широколиственные леса, озера различного генезиса, песчаные берега Азовского моря и причудливые скалы берегов Черного моря. Ни в одном регионе России нет такого многообразия природных зон как в Краснодарском крае: от субтропиков до вечных снегов.

Ежегодно растет поток туристов по маршрутам природных достопримечательностей. В настоящее время их зарегистрировано более 400. В этом плане Краснодарский край представляет огромный интерес. Среди наиболее известных и посещаемых памятников природы края: оз. Абрау, г. Ахун, Гуамское ущелье, Малая и Большая Азишская пещеры, Сочинский Дендрарий и др.

Традиционным помощником туриста в путешествии остается карта. Сегодня сфера применения карт вышла за рамки традиционных прокладки маршрута и поиска объектов. Туристические компании могут использовать карты для информирования своих клиентов о маршруте путешествия и туристических объектах (достопримечательностях, заведениях общественного питания, гостиницах).

Не так давно на смену бумажным картам и атласам пришли электронные интерактивные карты, позволяющие находить любые объекты моментально: достаточно ввести название объекта, щелкнуть на соответствующей кнопке, и нужный фрагмент карты окажется перед вами. В электронных картах, в отличие от обычных, реализована интерактивность, то есть карты реагируют на действия пользователя. Не все страны и города на интерактивных картах представлены одинаково подробно. Изначально интерактивные карты отображали чисто картографическую информацию и выполняли в основном функции справочника. Теперь электронные карты стоит рассматривать и как интерфейс доступа к данным, связанным с определенной территорией.

Наиболее популярные картографические сервисы на сегодняшний день это: Mapme, Animaps, Click2Map, Zee Maps, Scribble Maps, GmapGIS, Heatmap Tools, MapTiler, Mapbox, ArcGIS Online.

Для того чтобы создать интерактивную карту необходимо подготовить данные. К ним относятся: фотографии, описание объектов, шейп-файлы с местоположением и атрибутивной таблицей, содержащей характеристики объектов.

На начальном этапе необходимо подготовить фотографии. Они должны соответствовать определенным требованиям: изображение должно быть резким и контрастным; фотография должна быть высокого качества, определенного размера, без чернильных помарок; без абберраций и т.д. Затем целесообразно собрать и обобщить описание для памятников природы. Оно тоже должно соответствовать

нескольким требованиям: достоверность, полнота, точность, актуальность, достаточность.

Создание интерактивной карты включает в себя несколько этапов: сбор данных, оцифровка памятников, загрузка данных и привязка к основе. Затем формируется zip-архив из созданных шейп-файлов. Этот архив загружается в онлайн карту так, что каждый файл соответствует определенному виду памятников природы. К примеру, шейп-файл «Ботанические» соответствует ботаническим памятникам природы. Делается выбор основы для отображения на карте. После подгрузки формируется описание каждого объекта с фотографиями, выбираются значки и их цвет

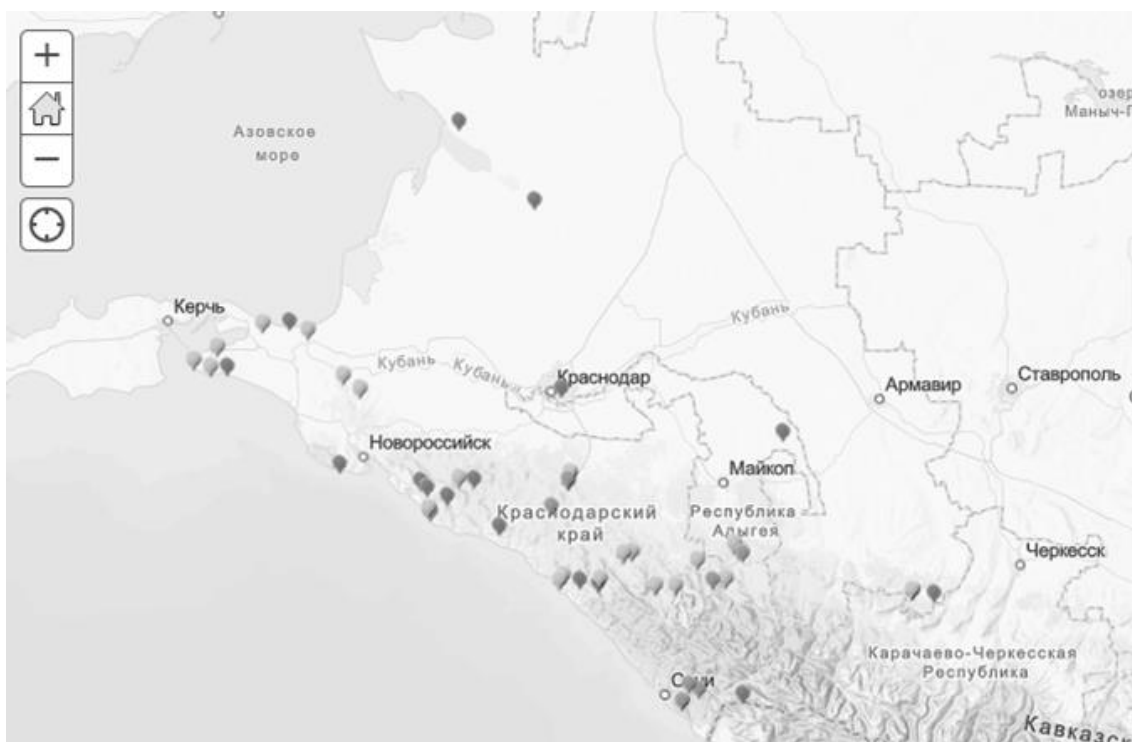


Рис. 1 – Значки на интерактивной карте

Само картографическое изображение создано в программе ArcGIS Online, в качестве подложки использовался проект OpenStreetMap (OSM) (Рис. 2).

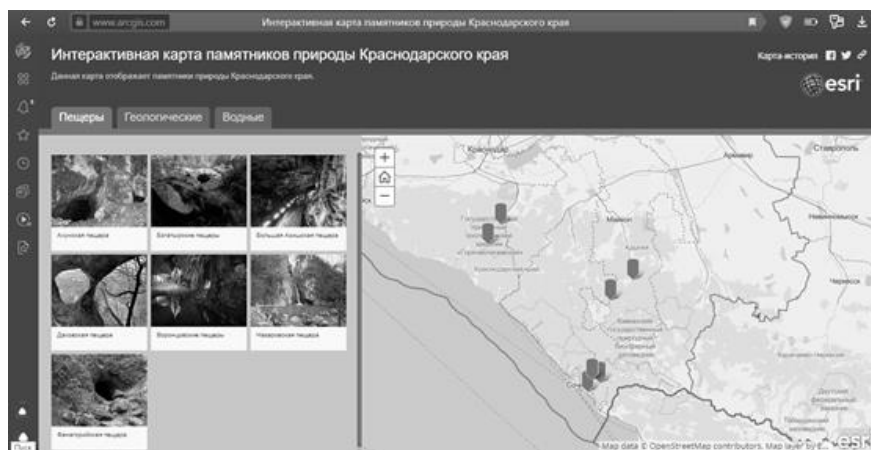


Рис. 2 – Фрагмент интерактивной карты
«Памятники природы Краснодарского края»

Интерактивная карта «Памятники природы Краснодарского края» позволит туристам и просто любознательным оперативно получать информацию об интересующих объектах, их местоположении и т.п. В перспективе такой сервис в целях увеличения наглядности и информативности может быть дополнен виртуальными турами [Артамонова А.А., 2016, 2017].

Список использованных источников

1. *Артамонова А.А., Пелина А.Н., Кузякина М.В.* Разработка виртуального тура по паркам города Краснодара // Региональные географические исследования. Краснодар, 2017.

2. *Артамонова А.А., Пелина А.Н., Кузякина М.В.* Создание виртуальных панорамных туров средствами KOLOR AUTOPANO GIGA 3.6.0 и TOURWEAVER 5.00 // Научный взгляд в будущее. Одесса, 2016.

**СТАРТАП-ПРОЕКТ
ОНЛАЙН-МАГАЗИНА ЭКСКУРСИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ
«BEMOVE»**

Кубанский государственный университет

Аннотация: С целью создания нового агрегатора туристских услуг в Краснодарском крае были проведены опрос потенциальных потребителей и анализ конкурентов, и разработана дорожная карта стартап-проекта онлайн-магазина экскурсий и мероприятий «Bemove».

Ключевые слова: Туризм, агрегатор туристских услуг Краснодарского края, бизнес-модель, стартап-проект онлайн-магазина экскурсий и мероприятий.

Summary: In order to create a new aggregator of tourist services in the Krasnodar Region, a survey of potential consumers and an analysis of competitors were conducted. A roadmap was developed for the startup project of the online store of excursions and events «Bemove».

Key words: Tourism, aggregator of tourist services for the Krasnodar Region, business model, start-up project for an online store of excursions and events.

Рынок агрегаторов туристских услуг – достаточно заполненный сегмент туристской сферы. Для успешного продвижения нового агрегатора необходимо уникальное торговое предложение, которое может выделить сервис среди множества конкурентов. Торговое предложение должно соответствовать трём критериям: конкретность, уникальность и эффективность.

Стартап-проект «Bemove» – агрегатор активных развлечений. При создании и начальном этапе работы проекта была введена в использование Трекш-карта. Данный документ разбивает все действия команды на этапе подтверждения выдвинутых гипотез и сбора данных для создания новых гипотез. Трекшн-карта – это российский инструмент проверки деятельности проекта, разработанный Фондом развития интернет-инициатив в 2016 г. По рекомендации Фонда стартапы проверяют от трёх до пяти гипотез в неделю, чтобы достичь необходимых KPI в поставленные сроки.

Дорожная карта продукта содержит в себе главное ценностное предложение компании: «Vemove» помогает новичкам и бывалым путешественникам решить проблему поиска и выбора развлечения. С помощью мобильного приложения вы найдёте лучшее активное развлечение по нужной цене». КРІ компании будут рассчитаны после запуска платного рекламного продвижения в Интернете.

За основной целевой рынок на данном этапе берётся рынок Краснодарского края, в котором основными потребителями станут жители г. Краснодара. При возможности занять 10% рынка рассчитанная прибыль составляет 9 млн руб.

Бизнес-модель стартапа была определена как брокерская. Данная концепция бизнеса используется и сервисами с моделью взаимодействия «бизнес для бизнеса» (B2B), и «потребитель для потребителя» (C2C). Брокерский бизнес объединяет клиентов и продавцов и проводит между ними транзакции, за что взимает конкретную необходимую сумму средств, это может быть, как фиксированная ставка, так и процент от каждой сделки. Подвид данной концепции – виртуальный рынок.

Был проведён анализ конкурентов на российском рынке. В данной выборке присутствовали такие сайты, как Трипстер, Туры в 15:15, Локали, Спутник, Виатлас, Турнадо, Экскурс, Экскурсио. С помощью анализа работы данных сервисов было выделено несколько общих черт сайтов такого вида. Они могут быть в зависимости от представленных категорий цен узкоспециализированными и широкопрофильными. Предоставлять экскурсии как по всему миру, так и точно только по туристским зонам России. К работе в качестве партнёров могут быть приглашены только профессиональные гиды, местные жители. Также представлены разные возможности для бронирования экскурсии, а точнее на некоторых сайтах предоставлена возможность оплатить только 20% от стоимости услуги, в некоторых случаях, можно оплатить полную стоимость услуги. На кризисную ситуацию реагируют только два сайта, оба запустили продажу билетов на онлайн-экскурсии, помогают гидам освоить данный относительно новый формат туристской услуги.

Для стартапа была выбрана следующая стратегия поведения в сети Интернет. Предоставление широкого ассортимента услуг с различными категориями цен, от бюджетных до дорогостоящих. К взаимодействию будут приглашены гиды и местные предприятия малого бизнеса, ограничение на сотрудничество вводится только для

незарегистрированных физических лиц. Онлайн-экскурсии не будут введены, так как компания не может предоставить платформу для проведения данного вида услуги.

Для приложения Vemove основные финансовые траты направлены на интернет-маркетинг. Данный показатель возможно рассчитать после привлечения первых клиентов, а также после пробного запуска рекламных моделей с бюджетом в 10 тыс. руб. на площадках Вконтакте и Instagram.

Продукт, над которым работает стартап, – это MVP мобильного приложения для операционной системы iOS, в котором есть возможность выбрать подходящую экскурсию или развлечения в том месте, куда человек планирует поехать. После выбора категории активности есть возможность сравнить цены в данном регионе, выбрать наиболее подходящий ваучер и отправить запрос организатору услуг для подтверждения. После подтверждения выбранной даты и времени клиент оплачивает 100% стоимости услуги в приложении, получает на электронную почту документ-подтверждение и в назначенное время приезжает на место оказания услуги с распечатанным или электронным ваучером, подтверждающим покупку услуги. После получения услуги клиент имеет возможность оставить отзыв в приложении и в последствии будет получать на почту список с рекомендованными предложениями и акционными развлечениями.

Определение потребностей пользователей стало возможно благодаря онлайн-опросу и личному интервьюированию людей. Главные проблемы респондентов в сервисах для покупки экскурсий и услуг активного отдыха представлены таким образом:

- люди тратят много времени на поиск необходимой услуги,
- недостаточно актуальной информации, непонятная информация в описании услуги, нет стандарта описания экскурсии,
- ложные положительные отзывы, написанные на заказ, не вызывают доверия,
- фото на сайте взяты из сторонних ресурсов,
- высокая цена на услуги,
- цена услуги не совпадает с качеством,
- нет возможности собрать компанию друзей для групповой экскурсии,
- поставщики услуги отвечают на сообщения клиентов,
- нет эксклюзивных услуг.

На основе данной информации были составлены гипотезы удовлетворения данных потребностей. Например:

- в приложении есть различные виды и категории активных развлечений,
- создан стандарт описания услуги,
- отзывы могут написать только клиенты, оплатившие услугу в приложении,
- представлены различные ценовые сегменты,
- представлены только реальные фото от партнёров и их клиентов,
- есть прямая связь с партнёрами с помощью функции в личном кабинете,
- удобное категорирование экскурсий уменьшит время поиска и анализа всех имеющихся в приложении вариантов услуг,
- эксклюзивные услуги добавляются благодаря поиску и отбору партнёров, у которых нет средств для рекламы и продвижения в интернете.

Резюмируя проведённую работу, необходимо подчеркнуть, что составление гипотез по решению определённых проблем клиентов даёт возможность отработать несколько вариантов развития продукта. Проверка гипотез будет проходить с помощью быстрых тестов с получением обратной связи от пользователей. Данная информация необходима для дальнейшего принятия решений относительно развития продукта в определённом направлении. Анализ моделей работы конкурентных сайтов даёт полную картину возможных вариантов работы стартапа. Также сбор и анализ поведения пользователей на сайтах конкурентов дали «преимущество второго хода», когда на исправление недочётов имеющейся системы не нужно тратить большой запас ресурсов и есть возможность создать продукт с учётом всех ошибок конкурентов.

Список использованных источников

1. *Калустова И.С., Карпова Ю.И.* Инновации в сфере услуг, 2016. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26296599>.
2. *Кондрашина М.К., Карпова Ю.И., Ходыкина М.Ф., Гоева Т.А.* Инновации в сфере гостеприимства, 2019. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37253932>.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ РЕГИОНОВ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА: КАЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ

Южный федеральный университет

Аннотация: В статье дается анализ туристского образа Северо-Кавказского округа в сетевом пространстве. Проанализированы данные сайтов, которые предоставляют информацию о туристских ресурсах в регионах. Проведен анализ содержания интернет-источников по определенным критериям.

Ключевые слова: туристско-рекреационные источники, интернет-ресурсы, сетевое пространство, регионы Северо-Кавказского округа.

Summary: In the article the analysis of the tourist means of North-Caucasian region in the net space is given. Are analyzed data of sites which they allow information about the tourist resources in the regions. The analysis of the content of Internet- sources on the specific criteria is carried out.

Key words: tourist-recreational sources, Internet-resources, net space, the regions of the North-Caucasian region.

Целью исследования была оценка качества информации на сайтах формирующих туристический образ региона, что крайне важно для развития туризма на данной территории. За счёт распространения интернет-ресурсами информации об отдельных достопримечательностях и территориальном рекреационно-туристическом потенциале территории идет продвижение туристского продукта, туристы получают информацию о гостиничных комплексах, идет популяризация основных видов туризма в регионе, развивается внутренний туризм в России, появляется возможность и привлечь дополнительные инвестиции в бюджет.

Путем анализа действующих Internet-страниц, справочных порталов и сайтов туристических фирм в сети интернет сделана попытка изучить сформированный образ субъектов Северо – Кавказского федерального округа (далее СКФО), провести анализ

содержания источников по определенным критериям, определить положительные и отрицательные составляющие образов регионов.

Разработка путей совершенствования использования интернет-технологий в сфере туризма представляет интерес, как для отдельных туристских предприятий, так и для туристской отрасли России в целом, способствуя повышению привлекательности туризма в регионах.

СКФО является самым активным и эффективно работающим округом страны в рамках действующей ФЦП «Развития внутреннего и въездного туризма» – по словам бывшего главы Ростуризма Олега Сафонова.

Регион обладает исключительным разнообразием природно-климатических, этнографических и антропогенных ресурсов, способных удовлетворить интересы и вкусы самых взыскательных туристов. На сегодняшний день, субъекты СКФО обладают достаточным потенциалом для развития внутреннего туризма. Из 150 большинство курортов климатического, бальнеологического профиля страны расположено в данном регионе, наиболее значимые: курортная зона Кавказских Минеральных Вод (включает в себя такие курортные города, как Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск), Кабардино-Балкарская республика (обладает крупнейшими базами горного туризма, альпинизма, курорт Нальчик – Всероссийская здравница), Карачаево-Черкесская республика (курорты – Домбай, Теберда, Архыз). Республика Северная Осетия-Алания (на своей территории локализовала все 6 бальнеологических групп общепринятой классификации минеральных вод), республики Дагестан (Дербент), Ингушетия, Чеченская республика обладают большим количеством архитектурных и исторических памятников. Красивые горные пейзажи округов привлекают российских и зарубежных путешественников, туристов, экскурсантов, а также спортсменов.

В каждом субъекте СКФО было проанализировано по 10 самых популярных сайтов: органов управления туризмом в регионах, туристических клубов, туроператоров и туристских агентств, гостиниц, общественных организаций и др. Анализировалось содержание сайтов, отражающих туристский образ субъектов по следующим направлениям: физико-географическое и социально-экономическое описание региона; количество и описание средств размещения; транспортное обеспечение; количество организаций

обеспечивающих общественное питание; наличие описания достопримечательностей и схем маршрутов, фотографий.

Из всех проанализированных сайтов регионов СКФО, на наш взгляд, только 2 содержат самую полную информацию о регионе: в Ставропольском крае это сайт «Отдыхай на Ставрополье» и сайт Чеченской республики «Visitchechnya». Сайт «Отдыхай на Ставрополье» изобилует большим количеством фотографий достопримечательностей, описанием всех развивающихся в регионе видов туризма. Также на сайте дано подробное описание бальнеологических и оздоровительных курортов КМВ, дается календарь мероприятий региона, приводится интерактивная карта по каждому административному округу края и аналитическая информация, приводятся характеристики самых популярных достопримечательностей, перечисляются санаторно-курортные учреждения, дается топ гостиниц, также есть активные ссылки на транспортное обеспечение и питание.

Сайт Чеченской республики («Visitchechnya» – рассказывает о популярных местах отдыха, приводится текстовая информация о особенностях региона, отдельными ссылками даются характеристики популярных видов туризма (экстремальный, культурно-оздоровительный, активный, горный туризм), описаны лучшие направления туристских маршрутов, приводится событийный календарь, есть информация где остановиться и как добраться, карты, путеводители, маршруты и где купить экскурсии, популярные сувениры. Очень хорошо освещено транспортное обеспечение республики (представлена форма поиска с возможностью выбора авиа, ж/д или автобусного вида транспорта прибытия в г. Грозный с интересующими датами).

Самой недостающей информацией на большинстве сайтов является – транспортное обеспечение: нет информации, как добраться до региона, виды доступного транспорта и какие возможности передвижения внутри региона или между туристическими объектами внутри определенного субъекта.

Особое значение, стоило бы уделить культурным особенностям регионов, включая символику – герб, флаг, карту региона, национальным обычаям и традициям в республиках СКФО (наиболее полную информацию по перечисленным пунктам можно получить на сайте Чеченской республики «Visitchechnya»: красиво оформлена

главная страница сайта и по ее открытию появляется 10 секундный видеоролик танцующей пары на склоне гор).

Хотелось бы отметить, что не всегда в электронном пространстве самым популярным сайтом являлся официальный сайт органа управления по туризму субъекта. Практически все сайты содержат текстовые блоки с общей информацией о регионе и туризме в нем, фотографии административных объектов, природных объектов и исторических мест региона и в настоящий момент данные сайты можно было бы модернизировать и добавить полную описательную характеристику достопримечательностей, новые дизайнерские визуальные образы. Рекомендуем продвигать туристические сайты в поисковых системах, что позволит сократить поиски необходимой информации и улучшит общее впечатление о туристических достопримечательностях в регионах. Также практически на всех сайтах нет информации о мерах безопасности при нахождении в горной местности, телефонов и адресов медицинских учреждений, спасательных служб, МЧС, что тоже следует доработать.

А.Д. Коробко, А.Н. Пелина, М.В. Кузякина

ОПЫТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОЙ КАРТЫ ОЛИМПЕЙКОГО ПАРКА Г. СОЧИ

Кубанский государственный университет

Аннотация: Статья описывает опыт создания туристской карты объектов Олимпийского парка Сочи (Имеретинской низменности) на основе современных геоинформационных технологий.

Ключевые слова: Сочи, туристская карта, Олимпийский парк, Имеретинская низменность, геоинформационные технологии.

Summary: The article describes the experience of making a tourist map of the Sochi Olympic Park objects (Imereti lowland) on the basis of modern geoinformation technologies.

Key words: Sochi, tourist map, Sochi Olympic Park, Imereti lowland, geoinformation technologies.

Сочи – один из городов Краснодарского края, расположенный на одной широте с пустыней Гоби и знаменитой французской Ривьерой. Сочи сегодня – это санатории, оснащенные современной лечебной и диагностической базой, гостиницы, пансионаты, базы отдыха, музеи, театры, цирк, зал органной музыки, открытые летние площадки, парки с аттракционами, фестивали, шоу, кафе и рестораны (с самой разнообразной кухней и современным интерьером). Для любителей активного отдыха разработано множество экскурсионных маршрутов с посещением пещер и каскадов водопадов, скал и ущелий, горных троп.

Эти и многие другие факторы делают город привлекательным для туристов. Одной из причин увеличения потока туристов, которое наблюдается в последние годы, является желание посетить Олимпийский парк и Красную Поляну. Олимпийский парк – один из главных объектов зимних Олимпийских игр 2014 г. в Сочи, на территории которого находятся главные спортивные сооружения, где проводились соревнования по хоккею, конькобежному спорту, шорт-треку, фигурному катанию, кёрлингу, а также церемонии открытия-закрытия XXII зимних Олимпийских игр: Олимпийский стадион «Фишт», Ледовая арена «Шайба», Дворец спорта «Большой»,

Керлинг-центр «Ледяной куб», «Адлер-Арена», Дворец зимнего спорта «Айсберг».

Актуальность статьи связана с возросшим интересом туристов к городу Сочи после проведения Зимних Олимпийских игр 2014. Инфраструктура города вышла на новый уровень, не уступающий зарубежным курортам. Многие жители России отдают предпочтение отдыху в Сочи. Целью статьи является описание технологии создания туристской карты объектов Олимпийского парка (Имеретинской низменности). Развитие туристского картографирования имеет многоплановый характер. Они предназначены для широкого круга пользователей и служат справочным пособием и путеводителем для общего обзора, знакомства с районом путешествия, ориентирования на местности, получения необходимых сведений о размещении достопримечательностей. Но, туристские карты сегодня это не только наглядные пособия, необходимые в путешествии. Они обеспечивают рекламу туризму, популяризируют его [Кузякина М.В., 2019], [Сологубова А.И., 2016].

Карта создавалась на основе снимков, скачанных посредством Sas.Planet – бесплатно распространяемой навигационной программы, которая объединяет в себе возможность загрузки и просмотра карт, а также спутниковых фотографий земной поверхности большого количества картографических онлайн-сервисов. Для обнаружения нужного участка на карте по названию (Олимпийский парк) использовался сервис Google (Рис. 1).

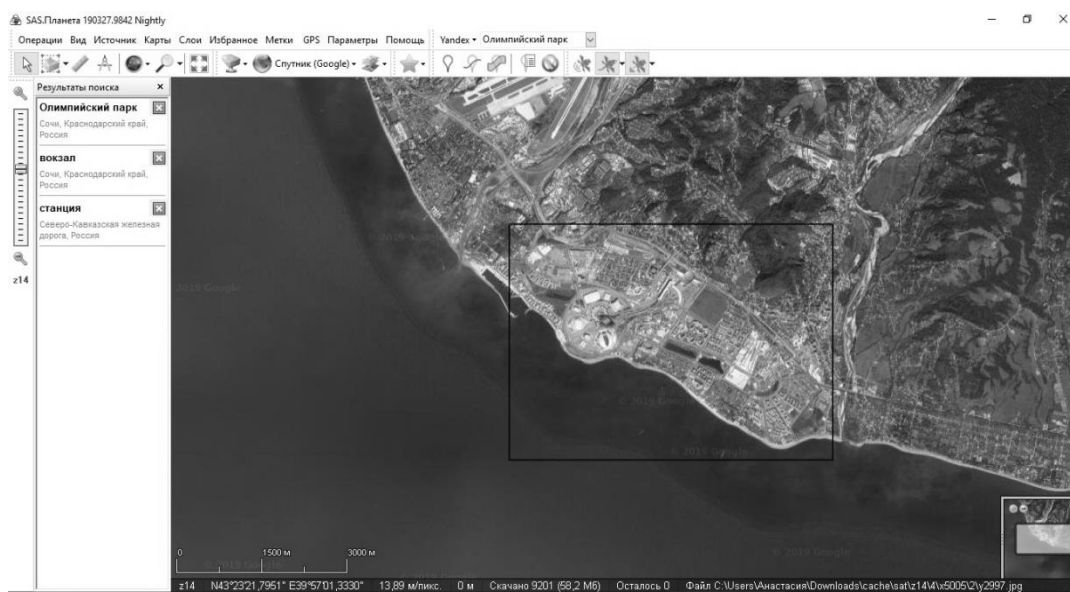


Рис. 1 – Поиск объекта на карте

Создание собственной карты требует выделения полигона и выбора масштаба (Рис. 2).

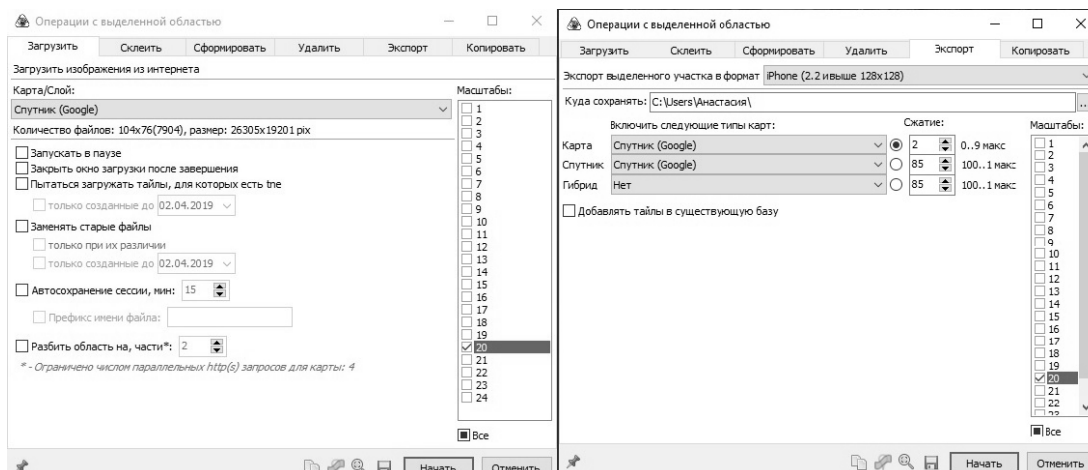


Рис. 2 – Экспорт карты

Далее карта экспортируется для работы в режиме офлайн в программе ArcMap. Оцифровка карты начиналась с полигональных объектов: достопримечательностей Олимпийского парка (инструмент Straight Segment, слой «Контуры зданий»), зон жилой застройки, гостиничных комплексов, зеленых насаждений, водных объектов и т. д. (слой «Зона»).

Линейным способом были оцифрованы границы Олимпийского парка, туристические тропы, авто- и железные дороги. На завершающем этапе добавлены точечные объекты: знаки парковки, пешеходные переходы, железнодорожный вокзал, медпункты, музеи (Рис. 3).

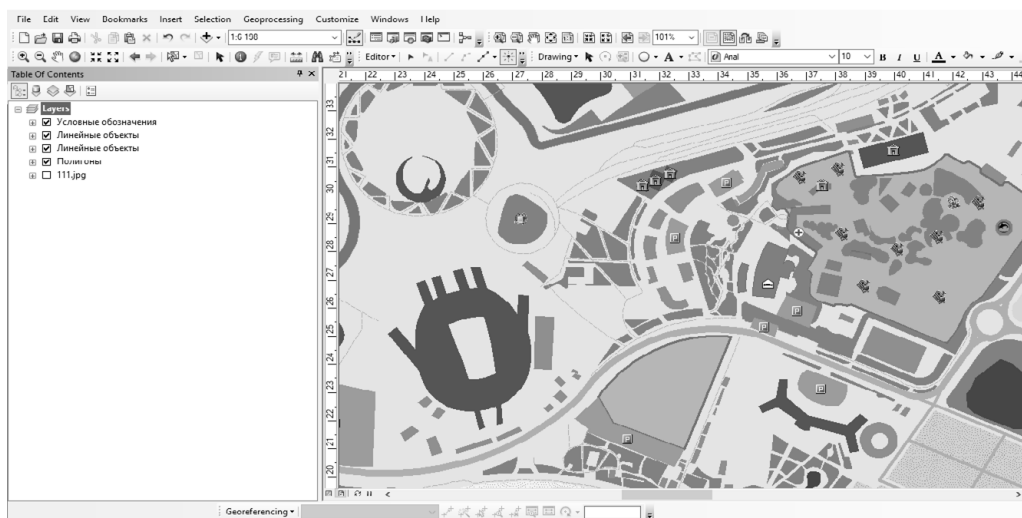


Рис. 3 – Оцифрованные в ArcMap объекты

После этого в режиме компоновки Layout View были добавлены необходимые элементы карты: направление на север, легенда, масштаб, названия объектов и произведено редактирование их свойств, размера, положения и вида. Итоговая карта представлена на рисунке 4.

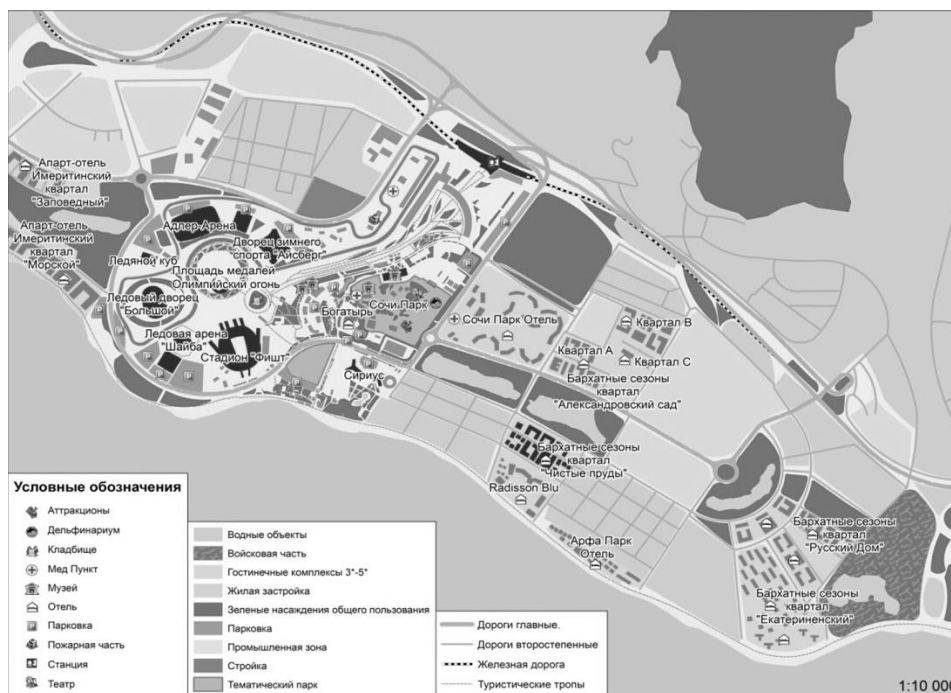


Рис. 4 – Карта объектов Олимпийского парка Сочи (Имеретинской низменности)

Полученная карта может быть дополнена также фотографиями и краткими описаниями туристских объектов.

Список использованных источников

1. Кузякина М.В., Басович С.Ю., Пелина А.Н. Создание туристической Z-карты Краснодара // Региональные географические исследования: сборник научных трудов. Краснодар, 2019.

2. Сологубова А.И., Пелина А.Н., Кузякина М.В., Шуило Н.Л. Картографо-информационное обеспечение как средство оптимизации туристских маршрутов (на примере курортного района Кавказских минеральных вод) // Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Симферополь, 2016.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ТУРИЗМЕ

Курский государственный университет

Аннотация: Рассматриваются возможности использования социального сетевого маркетинга (SMM) в туризме. Выявлена роль социальных сетей в продвижении туристских услуг и продуктов на рынке.

Ключевые слова: социальные сети, туризм, SMM, социальные медиа.

Summary: Were considered the possibilities of using social media marketing (SMM) in tourism. Was revealed the role of social networks in the promotion of tourism services and products in the market.

Key words: social networks, tourism, SMM, social media.

Социальные сети в определенной степени являются новой формой онлайн СМИ, где пользователи становятся частью интерактивного процесса по созданию и распространению информации. Взаимодействие в этой информационной среде предполагает двустороннюю связь, что является значительным преимуществом перед другими видами медиа. Сетевые коммуникации, как часть новых технологий, рассматриваются как один из факторов развития постиндустриального общества [Ефимова Г.З. и др., 2015].

В настоящее время наиболее популярные сайты и социальные медиа имеют многомиллионную аудиторию пользователей, большая часть которых проводят там свое онлайн-время ежедневно. Такой широкий охват населения успешно используется в рекламе товаров и услуг в сети Интернет.

Инструменты маркетинга в социальных медиа (Social Media Marketing, SMM) используются в различных сферах бизнеса и туризм не является исключением. Социальные сети приобретают все большее значение в рекламе и PR в продвижении туристских товаров и услуг. Во многом это обусловлено современными тенденциями роста активности населения страны в сети интернет – 93 млн россиян

пользуются интернет-ресурсами, что на 7% больше показателей 2016 г. [Компания...,2016]. Данная тенденция имеют ежегодную положительную динамику, поэтому, использование сетевых ресурсов в маркетинге является необходимым условием для успешной деятельности туристских организаций и предприятий.

Социальные сети лидируют среди тематических предпочтений населения страны, опережая такие разделы как «мессенджеры», «интернет-магазины», «поиск», «видеосервисы» и «банки». Растет и охват интернета среди всех медиа, который в настоящее время занимают лидирующие позиции, опережая телевидение и радио. В последние годы наблюдается понижение использования ТВ молодым поколением – лишь 47% и 44% смотрят телевидение среди половозрастных категорий 12–17 и 18–25 лет соответственно

Возрастающая роль социальных медиа в туристской сфере наблюдается не только на российском рынке: 40% туристов всех половозрастных групп в международных путешествиях ежедневно используют различные гаджеты, а в социальные сети выходят не менее трети – такие данные приводит Всемирная организация туризма ООН (UNWTO) [Исаева М.Б., 2017].

Социальные сети, как инструмент рекламы, позволяет продвигать свои услуги и продукты всем участникам туристской индустрии независимо от уровня – от создания положительного имиджа конкретного предприятия (например, отель), до продвижения привлекательности страны на уровне международного туризма. Для реализации этих целей используются различные способы: создание собственных блогов, аккаунтов, тематических групп и заметок; стимулирование продаж с использованием акций; негативные отзывы о конкурентах; привлечение к сотрудничеству популярных блогеров и известных людей; быстрая обратная связь с потребителями и др.

Возможности SMM способствуют формированию позитивного общественного мнения о конкретном турпродукте. Социальные сети позволяют в короткие сроки анализировать информацию о целевой аудитории (пол, возраст, география проживания, интересы) с помощью визуальных инструментов обработки статистики. Важным конкурентным преимуществом является относительно недорогие финансовые затраты на сетевой маркетинг, в отличие от остальных медиа (Рис.1).

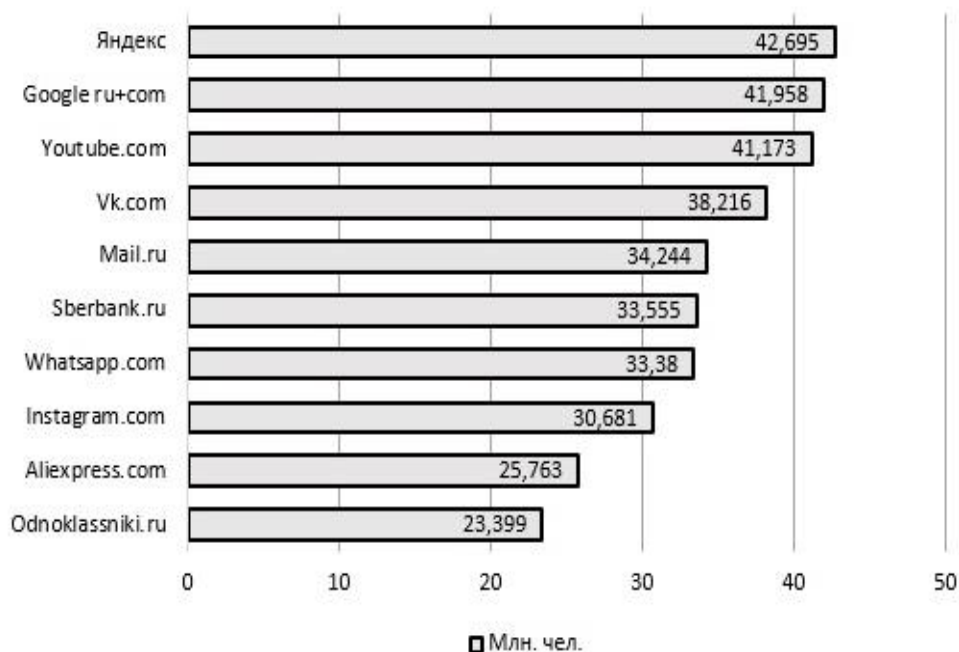


Рис.1 – Популярность социальных сетей и ресурсов в РФ в 2019 г.

Наиболее популярными социальными сетями в России являются «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Instagram». Для выявления наиболее востребованных web-платформ в рунете целесообразно использовать данные о средней суточной активности пользователей в течение года. Остальные интернет-ресурсы, представленные на рисунке 1, не являются онлайн социальными сетями в классическом понимании.

Важным условием успешного сетевого маркетинга в туристско-рекреационной деятельности является понимание особенностей каждой конкретной web-платформы. Несмотря на схожие черты в интерфейсе и визуальном оформлении, существует множество различий. Например, основной возрастной сегмент аудитории социальных медиа: «ВКонтакте» – 25–34 и 35–64 года; «Одноклассники» – 35–64 года; в «Instagram» – 18–24 и 25–34 года. Большинство успешных туристских предприятий представлены во всех социальных сетях, что позволяет охватить максимальное количество пользователей всех половозрастных групп.

Возможность публикации текстовой информации с аудио и видеоконтентом, встроенная таргетированная реклама, размещение геометок, экономичность, мгновенная обратная связь с потребителями по всему земному шару являются серьезными конкурентными преимуществами социальных сетей в туристском маркетинге перед

другими видами медиа. Однако, необходимо отметить, что социальные медиа имеют недостатки: доступ к сетевым ресурсам ограничен зоной покрытия интернета; недостоверная и ложная информация; риск хакерских атак; виртуальное мошенничество; некоторые возрастные сегменты практически не используют интернет.

Время, которое проводит современное общество в социальных сетях, растет ежегодно, что обуславливает необходимость использования возможностей SMM для формирования эффективной коммуникации между туристическими компаниями и потребителями в реальном времени.

Список использованных источников

1. *Ефимова Г.З., Зюбан Е.В.* Социальные сети как элемент социально-экономического развития постиндустриального общества // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». Т.7. №6. 2015.

2. *Исаева М.Б.* Влияние социальных сетей на развитие туризма на примере Facebook // Электронный научно-экономический журнал «Стратегии Бизнеса». №7 (39). 2017.

3. Компания медиа исследований «Mediascope». URL: <https://mediascope.net>.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
-------------------	---

УПРАВЛЕНИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ТЕРРИТОРИИ

Аигина Е.В. Сверхтуризм и уроки пандемии.....	4
---	---

Александрова А.Ю. Стратегическое управление туристскими дестинациями: лучшие мировые практики.....	9
--	---

Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Некоторые подходы в оценке проблем овертуризма для принимающих туристских дестинаций (на примере города-курорта Сочи).....	13
--	----

Гарькина И.А. Межрегиональная интеграция в туризме на примере проекта «Золотое кольцо Боспорского царства».....	18
---	----

Горецкий В.В., Рыжволова Э.А. Проекты развития в туристско-рекреационном комплексе.....	23
---	----

Жертовская Е.В., Якименко М.В. Трансформация подходов к управлению развитием туристско-рекреационных комплексов территорий с помощью инновационных технологических решений: архитектура туристского пространства.....	27
---	----

Зевреева З.Н., Клемпарская М.Н. Особенности подготовки кадров в туристско-рекреационном комплексе Республики Крым.....	31
--	----

Романова И.А., Карпова Ю.И., Анисимова В.В., Ходыкина М.Ф. Проблемы выхода из кризиса сетевых ресторанов г. Краснодара в условиях пандемии COVID-19.....	35
--	----

Романова И.А., Карпова Ю.И., Ходыкина М.Ф. Влияние карантинных мер в условиях пандемии COVID-19 на туристский спрос россиян.....	40
--	----

Салеева Т.В. Модернизация сельского туризма на примере Краснодарского края.....	44
---	----

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ

Абдулрахман Ю.О. Влияние экологический факторов на создание туристического имиджа Иракского Курдистана	49
Анисимова В.В., Карпова Ю.И., Волкова Т.А., Романова И.А. Возможности развития кинотуризма в Краснодарском крае.....	54
Волкова Т.А., Мищенко А.А. Туристско-рекреационная сфера Республики Дагестан.....	59
Захарченко Е.И., Рудомаха Н.Н., Захарченко Ю.И. Инженерно-геофизические исследования в условиях городской застройки (на примере территории северной части г. Краснодара)	62
Зуб О.Н. Повышение туристской привлекательности Краснодарского края посредством использования гидрорекреационного потенциала.....	67
Зырянов А.И., Зырянова И.С. Проектирование межрегионального туристского маршрута по Уралу.....	72
Иванусь И.В., Шелакина М.А. Организация парковых зон в городах Краснодарского края как ресурс социально-культурного туризма	77
Казалиева А.В. Проблемы и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Республики Дагестан.....	82
Колесникова В.В., Пелина А.Н., Кузякина М.В. Картографический анализ распределения объектов всемирного наследия ЮНЕСКО.....	87
Косолапов В.В. Климат Геленджика по USDA-зонам морозостойкости.....	92
Литвинская С.А. Природный потенциал Азовского рекреационного района.....	97
Миненкова В.В. Туристско-рекреационная система Архыза: история, характеристика, перспективы развития.....	102
Нагалеvский Ю.Э., Голубятникова Е.В., Нагалеvский Э.Ю. Термальные воды как фактор развития туристско-рекреационного комплекса Мостовского района.....	107
Нагалеvский Ю.Я., Нагалеvский Э.Ю. Месторождения лечебных грязей и их использование на курортах Краснодарского края.....	112

Нагалецкий Ю.Я., Нагалецкий Э.Ю., Бучнева В.А. Местные курорты и перспективы их развития на Азовском побережье Краснодарского края.....	116
Пашковская А.А., Анисимова В.В. Биоклиматические особенности г. Краснодара как рекреационная составляющая.....	120
Прохина Н.Ю. Организация выездов россиян в страны постсоветского пространства с целью кинематографического туризма: проблемы и перспективы.....	125
Сидоров В.П. Рекреационный потенциал г. Ижевск	131
Сидорова Д.В., Коновалова А.В., Кудинова Л.М. Потенциал и перспективы инвестиционных проектов в туристско-рекреационном комплексе Республики Адыгея.....	135
Станченко Л.Ю., Гикс С.В., Королева А.Е., Рагузина Г.А. Некоторые аспекты современного состояния сельского туризма в Калининградской области.....	139
Степанов М.А. Сафари-парк «Кудыкина гора» как один из туристских центров Липецкой области.....	144
Стогний В.В., Волкова Т.А., Куропаткина Т.А. Философские аспекты географии туризма	148
Тебиева Д.И., Айларов А.Е. Геологические объекты и процессы Казбекско-Джимарайского массива и прилегающих территорий	153
<i>УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫМИ ЗОНАМИ</i>	
Андрейко Н.Г., Захарченко Е.И., Захарченко Ю.И. Снижение вредных выбросов в атмосферной среде при работе котлов за счет использования водномазутных эмульсий.....	158
Волкова Т.А. Природный потенциал развития прибрежного туризма в береговой зоне Северо-Восточного Приазовья.....	163
Григорьева Е.А. Социальная уязвимость территории к опасным гидрометеорологическим явлениям как фактор развития туризма	167

Кокин А.В. К системе экологического менеджмента туристско-рекреационного комплекса.....	171
---	-----

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Ветитнев А.М., Эфстатиу П. Сравнительная конкурентоспособность Греции как туристской дестинации по оценке российских туристов	175
Герзмава Л.Р. Социально-экономические туристские ресурсы республики Абхазия (информационные, трудовые и образовательные).....	180
Лэ Т.М.Ф., Комаревцева Н.А. Воздействие туризма на экономику Вьетнама.....	185
Максимов Д.В., Цулая И.В. Курортный сезон 2020 года в условиях пандемии.....	190
Милинчич М., Беликов М.Ю. История развития туризма в Сербии	193
Молочников Н.Р., Макарем И.Ф., Литвинский К.О., Ванян Д.Н. К вопросу о повышении качества бизнес-планирования на предприятии.....	197
Молочников Н.Р. Погодный указатель как инструмент маркетинга мест отдыха.....	202
Семиглазова В.А. Рынок сельского туризма в Российской Федерации: оценка и особенности.....	206
Хожаинова М.И., Рововая Т.А. Управление мотивацией персонала на предприятии сферы сервиса.....	211
Яковенко Н.В., Комов И.В., Диденко О.В. Механизмы экономического взаимодействия туризма и сельского хозяйства	216

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Волкова Т.А., Гоева Т.А. Мифологизация пространства как элемент формирования туристского продукта региона.....	221
--	-----

Гаврилова Е.А., Клемпарская М.Н. Специфика учебно-тренировочных походов в пешеходном туризме.....	224
Жаворонков Д.В. Корабли-музеи как объекты туристского показа.....	228
Кучер М.О. Культурно-исторический и рекреационный потенциал Карасунских озер г. Краснодара.....	232
Старкова И.И., Мантатова А.В. Анимационные проекты и научно-просветительская деятельность в этнографическом музее народов Забайкалья.....	237
Стогний В.В., Стогний Г.А., Гросс С.С. Уникальные геологические объекты Краснодарского края в туристско-экскурсионной деятельности	243

***ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ***

Барыбина С.И., Пелина А.Н. Технология создания интерактивной карты «памятники природы Краснодарского края».....	247
Головина Е.А., Карпова Ю.И., Стартап-проект онлайн-магазина экскурсий и мероприятий «Vemove».....	251
Ивлиева О.В., Игнатченко О.С. Информационные интернет-ресурсы в популяризации регионов Северо-Кавказского федерального округа: качество информации.....	255
Коробко А.Д., Пелина А.Н., Кузякина М.В. Опыт создания туристской карты Олимпийского парка г. Сочи.....	259
Степанов М.А. Особенности использования социальных сетей в туризме...	263

Научное издание

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС
В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Материалы
VIII Международной научно-практической конференции

Публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 10.10.2020. Выход в свет 27.11.2020.

Формат 60×84¹/₁₆ Печать цифровая. Уч.-изд. л. 16,4.

Тираж 500 экз. Заказ № 4023.

Кубанский государственный университет
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

