



ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

МАТЕРИАЛЫ

**VI Международной научно-практической конференции
пос. Небуг, 11–15 апреля 2018 г.**



Федеральное агентство по туризму Российской Федерации
Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
Инсбрукский университет имени Леопольда-Франценса
Международный фонд береговых исследований Средиземноморских стран
Абхазский государственный университет
ЧПОУ Колледж права, экономики и управления
МРОО «Ассоциация выпускников географических факультетов»

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Материалы
VI Международной научно-практической конференции

пос. Небуг, 11–15 апреля 2018 г.

Краснодар
2018

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433
Т 878

Редакционная коллегия:
М.Ю. Беликов, В.В. Миненкова, Т.А. Волкова,
Н.А. Комаревцева, И.А. Романова, М.Ф. Ходыкина,
А.Г. Максименко (отв. редактор)

Т 878 Туристско-рекреационный комплекс в системе
регионального развития: материалы VI Междунар. науч.-практ.
конф. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2018. – 387 с. – 120 экз.
ISBN 978-5-8209-1467-6

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

Материалы конференции посвящены многоаспектным исследованиям прикладных и теоретических вопросов развития туризма: управлению туристско-рекреационным комплексом территории, географии туризма и туристско-рекреационного потенциала территорий, их устойчивому развитию, структуре туристского рынка, его динамике и инструментам воздействия, роли экскурсионного обслуживания и инновационным процессам в сфере рекреации и туризма.

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

Сборник материалов конференции размещен на сайте научной электронной библиотеки www.eLibrary.ru

УДК 338.48
ББК 75.81 : 65.433

ISBN 978-5-8209-1467-6

© Кубанский государственный
университет, 2018

ПРЕДИСЛОВИЕ

Ежегодная международная научно-практическая конференция: «Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития» нашла широкую поддержку среди организаций различного уровня. Круг обсуждаемых вопросов отражается в туристской стратегии регионов России и зарубежных стран, в деятельности организаций и предприятий индустрии туризма.

Конференция проводится ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» совместно с Инсбрукским университетом им. Леопольда-Франценса, Международным фондом береговых исследований Средиземноморских стран, Абхазским государственным университетом, ЧПОУ «Колледж права, экономики и управления» (Краснодар), МРОО «Ассоциация выпускников географических факультетов» с целью определения современных тенденций развития туристско-рекреационного комплекса, его роли для регионов, с учетом приоритетности инновационных подходов в экономике, развития международного и внутрироссийского 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 с учетом концепции устойчивого развития территорий, формирования маркетинговой политики нового туристского продукта и его имиджа, обмена опытом в подготовке кадров в сфере туризма, сервиса и рекреации.

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

М.Ю. Беликов, и. о. директора 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: ПОНЯТИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПРИМЕРЫ

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

Summary: Many destinations all over the world are struggling overtourism now. It requires defining the problems and understanding their possible solutions within responsible tourism agenda.

Key words: overtourism, carrying capacity, responsible tourism.

Летом 2017 г. сразу в нескольких крупных туристских дестинациях Европы прошли выступления местных жителей против чрезмерного, на их взгляд, количества туристов, а также удорожания и неприемлемого ухудшения качества их жизни в результате приоритетного развития туристской индустрии. Эта ситуация описывается термином «сверхтуризм» (overtourism), который впервые был использован как хештег в Твиттере в августе 2012 г., а теперь становится все более широко распространенным и обсуждаемым явлением.

К усилению напряженности во взаимоотношениях туристов и местных жителей привел ряд факторов ускоренного развития туризма в последние годы, включая рост кратковременных поездок, появление и активное развитие таких средств размещения, как Airbnb, а также низкостоимостных авиаперевозчиков, развитие круизной индустрии и др. Однако распределение туристских потоков крайне неравномерно как по странам, так и внутри них. Кроме того, туристская активность очень сезонна и часто сконцентрирована на ограниченном числе туристских объектов и видов деятельности, оказывая значительное воздействие как на туристские достопримечательности, так и на среду обитания людей – туристов и местного населения. При этом адекватные механизмы для сбалансирования экономических, экологических и социокультурных последствий туризма в местах его активного развития отсутствуют.

Примеров сверхтуризма или переполнения туристских дестинаций приводят все больше и больше. По данным Всемирного экономического форума, с этой проблемой уже столкнулись такие крупнейшие туристские центры Средиземноморья, как Барселона, Венеция, Дубровник, Балеарские острова, небольшие дестинации (в частности, Санторини и Чинкве-Терре) и крупные города (Амстердам, Париж и другие), и даже целые страны – например, Исландия [Misrahi, 2017]. Причем в Барселоне и на Мальорке недовольство местного населения результатами все увеличивающегося потока туристов уже вылилось в протесты и уличные акции, угрожающие безопасности туристов, что получило название «туризмофобия» [Coldwell, 2017].

Действительно, в настоящее время Барселону ежегодно посещает до 32 млн экскурсантов при населении 1,6 млн чел., Венецию – свыше 20 млн при населении не более 55 тыс. чел. [Misrahi, 2017], что приводит к широкому спектру негативных последствий воздействия туризма на местные сообщества, в том числе на их экономическую, социальную и экологическую устойчивость. В результате в Барселоне в 2017 г. принят закон, ограничивающий строительство отелей в центре города, а также выдачу лицензий на апартаменты; в Венеции вводятся запреты на вход в лагуну круизных лайнеров, устанавливаются счетчики числа туристов и обсуждается ограничение доступа в город.

Национальная туристская администрация Исландии, отмечая, что число иностранных туристов в стране с 2010 г. увеличилось более чем в три раза, в том числе благодаря внедрению низкостоимостных перевозчиков, уже констатирует значительный экологический ущерб, нанесенный туристами основным природным достопримечательностям страны, вандализм и ненадлежащее поведение туристов, а также общий рост цен и нагрузки на транспортную и туристскую инфраструктуру, которые сильно влияют на качество жизни местного населения [Gunnarsdóttir, 2017].

Власти этих и других активно посещаемых туристских дестинаций пытаются вводить дополнительные запреты на неконтролируемые средства размещения типа Airbnb, ограничивать посещение наиболее популярных туристских объектов, повышать туристические налоги, регулировать уровень шума и поведение туристов введением дополнительных штрафов и ограничений и т.п. Но все это ведет к обострению взаимоотношений туристов и местных жителей. Проблема сверхтуризма впервые стала предметом серьезного обсуждения на саммите ЮНВТО в рамках WTM в Лондоне в ноябре 2017 г. и на выставке ITB в Берлине в марте 2018 г.

Острота проблемы сверхтуризма осознается все большим количеством участников туристского рынка, но реальных путей ее решения пока мало. В ряде исследований возвращаются к вопросу расчета пределов пропускной способности туристских объектов, в других – анализируются взаимоотношения туристов и местных жителей, а также факторы, определяющие привлекательность и уровень гостеприимства посещаемых дестинаций. Например, одно из крупнейших европейских онлайн-тревэл агентств TravelBird провело исследование наиболее гостеприимных туристских городов, в котором анализируется пропускная способность 100 городов мира и степень их перегруженности [TravelBird, 2017]. Согласно этому рейтингу, в число городов с максимальными показателями сверхтуризма входят Барселона, Мумбаи, Амстердам, Венеция, Ханой, Мехико, Милан, Будапешт, Сан-Паулу и Бухарест. При этом выделено и много городов, имеющих большой нереализованный потенциал туристской пропускной способности.

Проводимые исследования нацелены на решение основных проблем, связанных со сверхтуризмом [McKinsey & WTTC, 2017]:

- отчуждение местных жителей и ухудшение условий их жизни;
- ухудшение качества получаемого туристами опыта;
- перегрузка туристской и транспортной инфраструктуры;
- нанесение ущерба природному и культурному наследию.

В некоторых местах одновременно возникают две или более из этих проблем. Кроме того, восприимчивость разных дестинаций к возникающим в результате превышения их пропускной способности проблемам также разная. Это зависит и от размеров дестинации, и от ее специализации, продолжительности сезона, продолжительности периода массового развития туризма и многих других факторов.

Безусловно, легче предотвратить негативные последствия сверхтуризма, чем восстанавливать дестинацию после нанесенного ей ущерба. Пути решения проблем, возникающих в связи со сверхтуризмом, предполагают разнообразные организационные, правовые и управленческие механизмы, а также экономические инструменты, регулирующие соотношение спроса и предложения на туристском рынке. Так или иначе, они направлены на оптимизацию развития туризма, которая бы сохраняла все его преимущества (в том числе вклад в доходы и занятость населения, развитие инфраструктуры), но минимизировала все негативные последствия.

Предлагаемые конкретные меры направлены на более равномерное распределение туристов, как по времени, так и по ее

достопримечательностям, видам и формам туристской деятельности. Уже вводятся серьезные ограничения и жесткий график посещения наиболее популярных туристских объектов и даже закрытие наиболее пострадавших из них с последующей заменой их альтернативными объектами или копиями. Ужесточаются правила поведения и внешнего вида туристов, но идет и продвижение туризма, обучение местного населения, для которого создаются особые привилегии и возможности. Обсуждаются новые идеи маркетинга и рекламы.

Все чаще в этом контексте обсуждается использование подходов ответственного туризма, который предполагает проведение строгого и долгосрочного планирования для поощрения устойчивого роста, привлечение всех заинтересованных в развитии туризма сторон общества с учетом их коммерческих, общественных и социальных интересов. Ответственный туризм – противоположность сверхтуризму, нацеленная на создание более благоприятных условий проживания и повышение качества мест, посещаемых туристами. Необходим правильный баланс между экономической выгодой от развития туризма и качеством жизни местного населения, которого достигнуть очень непросто, но необходимо.

Список использованных источников

1. *Becker E.* Only governments can stem the tide of tourism sweeping the globe. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/05/only-governments-can-stem-tide-of-tourism-sweeping-the-globe>.

2. *Coldwell W.* First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe. URL: <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>.

3. Coping with success: managing overcrowding in tourism destinations. McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council Report, December 2017.

4. *Gunnarsdótti N.* 7 Things Icelanders HATE about Tourism in Iceland. URL: <https://guidetoiceland.is/history-culture/7-reasons-icelanders-hate-tourism-in-iceland>.

5. *Misrahi T.* Wish you weren't here: What can we do about over-tourism? URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/what-can-we-do-about-overtourism/>.

6. TravelBird 2017 Study on the Most Welcoming Cities. URL: <https://travelbird.nl/most-welcoming-cities/>.

ЭВОЛЮЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ: ОТ РОСТА К «СВЕРХТУРИЗМУ»

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

Summary: The article deals with the problems of overtourism and radical change in the perceptions of local people of tourism. It describes the different tourism policies and a new model of tourism management for the overtourism destination (case of Barcelona).

Key words: overtourism, tourism destination, tourism management, tourism marketing, sustainable development, Barcelona, Spain.

В последние годы все больше зрелых туристских дестинаций сталкиваются с проблемой «сверхтуризма», когда чрезмерный поток туристов превышает пропускную способность популярного туристского центра и приводит к конфликтам с местным населением. Постоянные жители выражают недовольство в разных, подчас самых острых формах возникающими в связи с этим проблемами – скученностью населения, ростом цен, обострением криминогенной обстановки, ухудшением состояния природной среды и пр. В некоторых источниках речь идет даже о «туризмобии». Но при этом в обществе остается понимание того непреложного факта, что туризм способен оказывать положительное влияние на экономику: экономический рост, занятость населения и другие макроэкономические показатели.

Растущий интерес специалистов, главным образом зарубежных, к феномену «сверхтуризма» свидетельствует о появлении нового комплексного объекта и междисциплинарного предмета исследования.

Истоки «сверхтуризма» следует искать на более ранних этапах жизненных циклов туристских дестинаций, прежде всего на стадии роста. Главной целью проводимой в это время туристской политики является количественный рост основных показателей развития туризма: числа туристских прибытий и поступлений. Туристские дестинации стремятся привлечь новые и разные туристские потоки, консолидировать их и повысить эффективность использования объектов туристского интереса. Для достижения поставленной цели

турадминистрации усиливают маркетинговую деятельность. Они создают институциональные платформы, в частности открывают специализированные маркетинговые центры, которые призваны обеспечить более интенсивное, эффективное и профессиональное продвижение турпродукта. Они часто организуются на принципах государственно-частного партнерства. Основываясь в работе на принципах дифференцированного маркетинга, они определяют целевые аудитории потребителей, разрабатывают специальные туристские предложения для каждой из них и адресно продвигают турпродукты. Такой маркетинговый подход показывает высокую эффективность и в ряде случаев приводит к «сверхтуризму».

В последние годы наиболее острые формы «сверхтуризм» принял в Барселоне (Испания), вплоть до «луддизма» в туризме – прокалывания шин туристских автобусов в городе в разгар летнего сезона. Обострение проблем городского развития, вызванных чрезмерным ростом туризма, потребовало пересмотра туристской модели Барселоны.

Сегодня Барселона представляет особый научный и практический интерес с точки зрения поиска выхода из сложившейся ситуации. Предложенная новая, интеграционная модель управления зрелой городской туристской дестинацией выдвинула Барселону в мировые лидеры в области стратегического планирования туризма. Город перешел от модели ускоренного роста туризма к модели устойчивого его развития, поддержания конкурентоспособности и интернационализации туристской дестинации, т.е. к модели качественного развития, а не наращивания количественных параметров. Прежний, почти исключительный акцент на маркетинге, в частности продвижении городского турпродукта, был заменен новой парадигмой развития туризма, органично сочетающей продвижение и собственно управление туристской дестинацией как ключевых элементов городской политики в области туризма.

В 2010 г. был разработан новый Стратегический план развития туризма в городе, в котором была сформулирована главная цель управления Барселоной как туристской дестинацией – «продвижение туристской модели, которая позволит балансировать интересы местных жителей и туристов, при сохранении ценностей городской идентичности» [Goodwin H., 2016].

Стратегический план исходил из того, что туризм и город образуют целое. В 2009 г. в структуре Департамента экономики, бизнеса и занятости муниципального Совета Барселоны было создано

Управление туризма и событийных мероприятий. Кроме Управления, в том же году городской Совет Барселоны учредил технический Совет по вопросам туризма и городского развития, который был призван координировать деятельность разных городских служб по вопросам туризма. Продвижением же турпродуктов Барселоны, как и прежде, занимался городской маркетинговый центр «Туризм в Барселоне».

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.

Переход на новую модель означал не только соответствующие изменения институционального порядка, но более широкое использование методов экономического (фискального) регулирования туристской деятельности, в частности введение туристского налога как инструмента мобилизации финансовых ресурсов для повышения конкурентоспособности Каталонии на мировом туристском рынке [Tax on Stays...].

Приоритетными направлениями деятельности в рамках новой модели менеджмента являются следующие:

- развитие ответственного и устойчивого туризма: утверждение плана действий «Приверженность гражданского общества принципам устойчивости» на 2012–2022 гг. по 10 конкретным направлениям с целью сохранения природной и культурной среды города, а также повышения качества жизни местного населения; получение Барселоной сертификата первой «биосферной дестинации» (2011 г.);

- деконцентрация туристских потоков: принятие районных планов развития туризма в Барселоне как нового инструмента регулирования туристской деятельности в городе, основанного на перераспределении доходов от туризма в пользу нецентральных городских территорий, формировании и продвижении их как туристских дестинаций;

- улучшение организации туристской деятельности: разработка комплекса мер по оптимизации перемещений туристов в общественном пространстве города и повышению их безопасности; в гостиничном хозяйстве – повышение качества сервиса, ограничения на расширение базы размещения в историческом центре города, контроль над новыми формами размещения туристов (AirBnB);

– усиление вклада туризма в городскую экономику: поддержка предприятий туристической индустрии, включившихся в приоритетные направления развития города, в виде рекламы и создания других благоприятных условий для предпринимательства;

– развитие «умного» туризма, основанного на стремлении городских властей лучше понять сферу туризма путем проведения углубленных исследований и накопления знаний о туристской деятельности в городе, а также всемерной кооперации и координации действий всех заинтересованных сторон;

– развитие событийного туризма: расширение событийной продуктовой линейки; облегчение формальностей при организации событий со стороны муниципальных властей при всемерном контроле над тем, насколько идеально вписано событие в городскую динамику [Barcelona's tourism activity..., 2014].

Список использованных источников

1. Barcelona's tourism activity: development and management/ Ajuntament de Barcelona; Barcelona Activa. Barcelona, 2014.

2. *Goodwin H.* Managing Tourism in Barcelona // Responsible Tourism Partnership Working Paper 1. September 2016. URL: <http://responsibletourismpartnership.org/overtourism/>.

3. Tax on Stays in Tourist Establishments in Catalonia / Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació. URL: https://www.vintagetravel.co.uk/pdf/summary_tax.pdf.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ КУРОРТА

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: the use of factors of attractiveness of the city-resort of Anapa will allow to realize the tourist potential of the region and to solve problems of strategic development of health resorts and tourism of Krasnodar region completely.

Key words: attractivity, tourist complex, tourism infrastructure, medicinal, curative resources, resort, tourism potential.

Концепцией развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 г. определено ключевое комплексное направление развития – обеспечение прироста туристского потока за счет диверсификации турпродукта. Реализация этого направления возможна, в частности за счет формирования комплексных диверсифицированных туристских продуктов для каждой из курортных территорий края, включающих основные и дополнительные виды отдыха (услуги), а также расширение предоставления оздоровительных и медицинских услуг, а также спа-услуг [Концепция развития..., 2018].

Краснодарский край – один из регионов России, обладающий разнообразными туристскими ресурсами и привлекающий ежегодно большое количество как внутренних, так и иностранных туристов. В период с 2000 по 2016 гг. турпоток в край увеличился более чем в 3 раза. Использование туристского потенциала региона и повышение его attractiveness будет способствовать достижению целей дальнейшего развития санаторно-курортного и туристского комплекса.

«Аттрактивность» – сравнительно новое понятие, которое широко применяется в туристской терминологии. В глоссарии туризмологии аттрактивность определяется как основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их туристской ценности.

Высокая attractiveness санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края определяется влиянием ряда факторов, обеспечивающих его конкурентоспособность: высокая рекреационная

емкость территории; возможность сочетания пляжного, санаторно-курортного лечения и других видов отдыха за счет близости моря, гор, источников лечебных грязей, термальных и лечебных вод; культура и богатые традиции кубанского казачества, гостеприимство местного населения; проведение большого числа культурных, спортивных, социально-экономических мероприятий международного, федерального и регионального уровня; высокая емкость средств размещения, в том числе прошедших классификацию, а также предприятий питания и развлечений; развитая транспортная инфраструктура; природно-климатические условия; благоприятный инвестиционный климат.

Во многом благодаря влиянию этих факторов Краснодарский край входит в число лидеров по развитию туризма в России. На территории края находятся несколько известных крупных курортов федерального значения, которые располагают развитой туристской инфраструктурой и привлекают в регион туристов, предпочитающих пляжный отдых и его сочетание с санаторно-курортным лечением: Сочи, Геленджик, Анапа [Заднепровская Е.Л. и др., 2017].

Все более востребованным местом отдыха становится город-курорт Анапа. По данным АТОР в 2016 г. турпоток в Анапу составил 3,8 млн. чел., в том числе около 1 млн. отдыхающих – дети. Анапа – единственная в России сложившаяся детская рекреационная зона, сочетающая все природно-климатические и бальнеологические факторы.

На аттрактивность города-курорта Анапы оказывают положительное влияние следующие факторы:

1. *Географическое положение*: Анапа находится в юго-западной части Краснодарского края, на берегу Чёрного моря в удобной бухте, образованной песчаным пляжем. Все пляжи Анапы, протяженность которых составляет около 80 км, полого спускаются к морю. Во многих местах глубина на расстоянии примерно 20 м от берега не больше одного метра, что делает курорт привлекательным местом для отдыха семей с детьми. Расположение города-курорта на стыке предгорий Большого Кавказа и степей Таманского полуострова привлекает туристов сочетанием лесных массивов, цветущих долин, степных равнин иморских лиманов.

2. *Климат* Анапы – умеренно влажный континентально-степной – это сочетание трех микроклиматов: степного, горного и морского, а также сухого степного воздуха и морских бризов. В морском воздухе повышенное содержание кислорода и озона с благотворным влиянием

отрицательных аэроионов, гидроаэрозолей морских солей, летучих фитонцидов морских водорослей, что делает Анапу естественным ингалятором. Анапа находится на одинаковом расстоянии от экватора и Северного полюса, на широтах с оптимальным уровнем ультрафиолетовой радиации. Климат курорта привлекателен и тем, что здесь более 280 солнечных дней в году, а также благоприятным температурным режимом: средне-зимняя температура воздуха составляет 5°C, средне-летняя 25°C, средняя температура воды в купальный сезон, который длится с мая по октябрь, 22–25°C.

3. *Лечебные ресурсы.* Наряду с благоприятным климатом ведущими лечебными факторами курорта являются минеральные воды для питья (Анапская, Семигорская-1, Семигорская-6, не имеющая аналогов на территории России по своему составу) и наружного применения, лиманных сероводородных целебных грязей Витязевского и Кизилташского лиманов, озера Соленого, сопочные грязи единственного в России месторождения сопочной грязи. Лечебные и косметические свойства местных месторождений значительно превосходят свойства грязей Мертвого моря [Заднепровская Е.Л. и др., 2017].

Аттрактивность Анапы благодаря влиянию оздоровительных и лечебных факторов позволяет предлагать туристам услуги курортной медицины с применением разнообразных климатотерапевтических процедур: аэро-, гелио-, бальнео-, талассо-, псаммотерапии и др. Свыше 400 лечебно-диагностических методик, освоенных врачами курорта, уникальны и не имеют аналогов в мировой практике.

Санаторно-курортные учреждения города-курорта располагают крупной лечебно-диагностической базой. В здравницах получают лечение пациенты с хроническими болезнями ЛОР-органов и органов дыхания нетуберкулезного характера, хроническими незаразными заболеваниями кожи, сердечно-сосудистой и нервной систем, болезнями органов опорно-двигательного аппарата, органов пищеварения, гинекологическими и урологическими заболеваниями.

4. *Туристская инфраструктура.* Возможности Анапы в приеме и размещении отдыхающих растут год от года: коечная мощность курорта в 2010 г. составляла всего 90 тыс. койко-мест, а в 2017 г. уже 196 тыс. койко-мест. На курорте функционируют 207 санаторно-курортных учреждений, 89 гостиниц, более 4100 специализированных и индивидуальных средств размещения. Услуги питания туристам предлагают более 180 ресторанов и кафе, около 100 баров и большое количество закусочных и столовых.

Курорт Анапа имеет развитую транспортную инфраструктуру с международным аэропортом, морским портом, железнодорожным вокзалом, автовокзалом, сетью автомобильных дорог.

В состав туристского комплекса Анапы входят 30 туристских и экскурсионных фирм, 19 объектов туристского показа и объектов инфраструктуры, в том числе археологический музей «Горгиппия», храм Святого Онуфрия, Анапский Маяк, «Русские ворота» и др.

На аттрактивность курорта влияет наличие таких объектов развлечений как дельфинарии в Анапе, пос. Витязево, пос. Бол. Утрищ, аквапарки и морской воднолыжный парк «Море удовольствия».

По мнению туристов, местных жителей и властей Краснодарского края Анапа – один из наиболее благоустроенных и безопасных курортов региона. Город отличают благоустроенная Набережная – любимое место для прогулок жителей и гостей города, цветочные клумбы, чистота на улицах, обустроенные пляжи и места для отдыха. За последние годы в городе появились новые объекты: цветочный корабль с алыми парусами на набережной, парк «Аллея Роз» с каскадным фонтаном, семейство слонов на Пионерском проспекте, парк «Ореховая роща» с самым большим по площади розарием на Черноморском побережье и др.

Ежегодно в Анапе проводится свыше 20 крупных фестивалей, более 500 спортивных мероприятий международного, федерального и регионального уровня.

Таким образом, сочетание комплекса природно-географических, климатических факторов и динамичного развития инфраструктуры обеспечивает возможности дальнейшего повышения аттрактивности Анапы как курорта с большим климатическим, лечебным, оздоровительным и развлекательным туристским потенциалом.

Список использованных источников

1. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 г.: URL: <https://min.kurortkuban.ru/strategy>.

2. *Заднепровская Е.Л.* Санаторно-курортный комплекс Кубани / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Джум / Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: Междунар. науч.-практ. конфер. Донецк, 2017.

ТУРИСТСКО-ИНТЕГРАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ НАУКИ

*¹Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова;
²Киевский национальный
торгово-экономический университет*

Summary: The processes of natural and humanitarian integration in the geography are described. The tourism geography is seen as an integrating methodology for geography which combines the principles of natural sciences and humanities. The role of tourism worldview in the development of post-disciplinary knowledge is revealed. The introduction subject with tourism in the scientific knowledge is defined.

Key words: humanitarian integration, post-disciplinary knowledge, tourism geography investigations, natural sciences development.

Понятия *рекреации* и *экологического туризма* возникли в Европе в начале XX в. на основе альпинизма и горного туризма. Следовательно, они изначально носили естественно-гуманитарный характер, и становление науки о туризме шло в трансдисциплинарном дискурсе.

Ю.К. Ефремовым [1973] в конце 1960-х гг. было предложено выделение тургеографии как новой отрасли общей географии, посвященной туризму и рекреации. В то же время коллективом специалистов Института географии АН СССР (В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин, Б.Н. Лиханов, Л.И. Мухина, Л.С. Филиппович и др.) были подготовлены фундаментальные работы, утвердившие рекреационную географию как пограничную науку на стыке физической географии, экономики и культурологии. В 1992 г. в Российской международной академии туризма вышла монография «Теория рекреологии и рекреационной географии» под ред. В.С. Преображенского, в которой рекреация рассматривается как процесс расширенного воспроизводства физических, психических и интеллектуальных сил человека. В 1980–1990-х гг. за рубежом появляется ряд работ, посвященных обоснованию туристической

географии как составной части гуманитарной географии [Willams, 2009].

И.В. Зорин вводит понятие рекреологии как науки о процессах и методах восстановления живых сил человека [2012]. Рекреология как наука о рекреации является составной частью туристики – науки о туризме [Зорин, 2012]. Значительная близость гуманитарной географии с туризмом и рекреологией обусловлена тем обстоятельством, что «объектом рекреологии является человек, а предметом исследования – деятельность в свободное время, представляющая собой неотъемлемую часть физической, социальной и духовной жизни личности» [Зорин, 2012]. В этом плане рекреология становится своего рода гуманитарной географией свободной деятельности человека.

Науку о туризме предлагалось именовать еще как геотуристика [Голубчиков, Кружалин, 2009], как синоним широкого поля названий наук о туризме и рекреации. Геотуристика, в свою очередь, подразделяется на две важные ветви: рекреационную географию (*recreational geography*) и туристическую географию (*tourism geography*). За рекреационной географией предлагается оставить более статичное начало. В этом смысле курортно-санаторное лечение, дачно-коттеджное природопользование, отдых в деревне или воскресные пикники – все объекты рекреационной географии. Туристической географии (туризмоведению) придается более динамичный характер, связанный с активным перемещением в пространстве.

Иными словами, геотуристика – это наука об отдыхе вообще. Рекреационная география, или рекреология, изучает восстановительный отдых в определенном месте за пределами обычного места жительства отдыхающего. Здесь ключевое слово место (*place*). В туристической же географии ключевым словом становится пространство (*space*). Безусловно эти соотношения очень подвижны и перекрывающиеся.

Сегодня геотуристика, туристическая и рекреационная география вбирают в себя постдисциплинарные подходы интенсивнее, чем остальные отрасли географии. Это вопросы мобильности, конструирования образа территории, медицинского туризма, поиска идентичности, эстетизации повседневной жизни [Willams, 2009]. Поэтому геотуристика может сыграть важную роль в интеграции широкого круга географических, сервисных, образовательных и оздоровительных отраслей.

Туризм вошел в сферу интересов многих наук. Но центральной из них остается география. Потому что именно в фокусе ее интересов

всегда находились взаимосвязи между людьми и пространствами различных мест. И когда в пространственные перемещения втянулись миллионы путешественников, которых мы называем туристами, то их значение для географического рассмотрения неизмеримо возросло.

Эра туризма, постмодерна, эпистемологических и философских исканий вновь усилила эмоциональные стороны восприятия окружающего нас мезомира. Базировавшаяся исключительно на основе естественных наук ландшафтная парадигма обрела с туризмом гуманистическую глубину. Туризм вернул пейзажное восприятие ландшафта [Борсук, Лихачева, Тимофеев, 2005; Калущков, 2008]. Все большее количество ученых (Д.Н. Замятин, Ю.Н. Голубчиков) вновь уделяет внимание детальному описанию отдельных местностей с общественно-культурологической, хозяйственно-экономической и ландшафтно-эстетической точек зрения, предусматривающий неформальный гуманитарно-окрашенный «анализ географических образов».

Туризм вернул в научный дискурс субъекта с его опытом и эмоциональной наполненностью. А это уже революция не в отдельной науке, не только в географии. До этого науки требовали освободить объективную реальность от индивидуальности познающего ее субъекта. Естественные науки заставляли мыслить космическими масштабами, по сравнению с которыми исчезал отдельный человек. Гуманитарные науки принуждали думать идеологией государства, где человек тоже терялся. И вдруг туризм. Даже еще не наука какая-то, а уже всей науке преподает уроки релятивизма. Между безличным и индивидуальным ставит субъект. Объявляет знание субъект-объектным, реляционным, относительным для разных времен, пространств и народов, кардинально меняет мирозерцание.

Туризм можно рассматривать и как прикладное направление гуманитарной географии, и как динамический метод познания географической среды. Добротные туристические обзоры тех или иных территорий – это и есть их гуманитарная география. В то же время сам туризм сдвигает в сторону пространственного и культурологического подхода все поле социально-экономических и ландшафтно-экологических дисциплин.

Современные знания в области географии и туризма должны опираться на императив гуманистического мышления. Их развитие на основе гуманистической, туристско-интеграционной парадигме парадигмы позволит разработать новое видение дальнейшего развития туристических дисциплин, которые займут одно из центральных мест в

системе наук глобального информационного общества, поскольку сохраняют в себе элементы утраченного единства наук и станут основой нового постдисциплинарного знания.

География и туризм являются одними из немногих наук, которые претендуют на объединение разрозненных знаний о мире в единой интеграционной системе, так называемой «географической картине мира». Кроме того, в подобном сочетании знаний, география и туризм пытаются подойти к решению вопросов оптимизации сосуществования и взаимопроникновения отдельных природных и общественных составляющих определенной территории (или среды). Этими процессами они выходят на понимание философских концепций единства разрозненных элементов ранее существовавшего целого, объединение которых может привести к оптимизации различных сфер жизни человека. Идея единства, которая была утрачена человечеством в результате различных причин, широко раскрывается в постдисциплинарном гуманистическом знании, наиболее полно представленном в туристических и географических исследованиях.

Список использованных источников

1. *Борсук О.А.* Эстетика рельефа и ее изучение / О.А. Борсук, Э.А. Лихачева, Д.А. Тимофеев // Новые и традиционные идеи в геоморфологии. V Щукинские чтения. М., 2005.
2. *Голубчиков Ю.Н.* Геотуризм: методологические и методические подходы / Ю.Н. Голубчиков, В.И. Кружалин // Курортное дело. 2009. №2.
3. *Ефремов Ю.К.* География и туризм // Вопросы географии. География и туризм. 1973. Сб. 93.
4. *Зорин И.В.* Рекреационная сущность туризма / Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Тр. VII Междунар. научн.-практ. конф. М.–СПб., 2012.
5. *Williams S.* Tourism geography: a new synthesis. London and New York, 2009.

*А.А. Дорофеев, Т.В. Аверьянова,
Е.Р. Хохлова, С.И. Яковлева*

КОЛИЧЕСТВО И ДИНАМИКА ДИССЕРТАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА В РОССИИ

Тверской государственной университет

Summary: The article gives some experience in carrying out scientometric research of quantity of candidate and doctor theses devoted more or less to the problems of tourism and recreation. The article presents some methods and the results of the author's scientometric study of thesis activity in the researches dealing with tourism and recreations in Russia for a long period.

Key words: tourism, recreation, spa, excursion, scientific fields, thesis, scientometric analysis.

В Тверском государственном университете (ТвГУ) на кафедре туризма и природопользования ведутся наукометрические исследования, связанные с анализом количества, тематической структуры и географии кандидатских и докторских диссертаций посвященных проблемам туризма и рекреации, которые выполнялись на территории Российской Федерации. Подобные исследования довольно популярны в научной среде, так как *«обзор и анализ защищенных диссертаций... позволяет получить достаточно полное представление о состоянии и развитии той или иной отрасли науки или научного направления в организационном, кадровом и профессионально-тематическом отношении»* [Агирречу, 2014; Мирошниченко, 2014]. Некоторые результаты исследований кафедры туризма и природопользования ТвГУ изложены в нескольких публикациях [Дорофеев, Яковлева, 2011; Дорофеева, Дорофеев, 2017]. В данной публикации рассмотрены вопросы, связанные с количеством диссертаций туристско-рекреационной тематики, по всем научным направлениям, утверждённым Всероссийской Аттестационной Комиссией (ВАК), а также с многолетней динамикой защит, то есть распределением диссертаций по отдельным годам, начиная с 2000 до конца 2017 г.

Источником для поиска являлся Электронный каталог диссертаций, размещенный на сайте <http://www.dslib.net/catalogue.html>.

Нами просмотрены названия всех диссертаций, включённых в указанный каталог. В соответствии с туристской тематикой отбирались только те диссертации, в названиях которых встречались слова «туризм», «турист», «рекреация», «экскурсия» и «санаторно-курортный» в любых производных формах (прилагательное, число, склонение). Кроме того, учитывались только те работы, подготовка и защита которых проходила на территории Российской Федерации. Для данной публикации использованы только данные относящиеся к периоду после 2000 г., т. к. информация за более ранний период, как нам кажется, не обладает достоверной полнотой. Результаты поиска представлены в таблице (Табл. 1).

Табл. 1 – Суммарное количество диссертаций по туризму и рекреации за период 2000–2017 гг.

	Название научного направления	Количество диссертаций	Доля от общего числа, %
1	Экономика	840	50,6%
2	Педагогика	380	22,9%
3	География	189	11,4%
4	Социология	46	2,8%
5	Медицинские науки	35	2,1%
6	Сельское хозяйство	31	1,9%
7	История	29	1,7%
8	Юриспруденция	26	1,6%
9	Архитектура	22	1,3%
10	Филология	15	0,9%
11	Культурология	14	0,8%
12	Биология	13	0,75%
13	Технические науки	11	0,6%
14	Философия	6	0,35%
15	Психология	4	0,2%
16	Политология	1	0,1%
17	Геолого-минерал. науки	1	0,1%
	Итого	1661	100,0 %

Как видно из таблицы выявлено 1661 кандидатская и докторская диссертации по 17 научным направлениям по которым присуждается научная степень. Явно выделяются три направления: экономика – 840 работы (50,6% от общего числа), педагогика – 380 (22,9%) диссертаций и география – 189 (11,4%). Вместе эти три указанные

направления дают 84,9% всех диссертаций по туризму и рекреации. Среди других направлений, достаточно активных в туристско-рекреационных исследованиях, можно назвать социологию, юриспруденцию, историю, архитектуру, сельскохозяйственные и медицинские науки, по которым в XXI в. уже было подготовлено от 22 до 46 диссертаций. Периодически, но достаточно регулярно, встречаются диссертации, защищавшиеся по филологическим, биологическим, техническим наукам, а также по культурологии. Однако в сумме по каждой из этих наук количество диссертационных исследований не превышает одного процента от общего числа всех научных работ. Наконец, совсем редки исследования туристской направленности в психологии, философии, политологии, что вообще-то весьма удивительно.

Также было подсчитано суммарное количество диссертаций по всем направлениям, защищаемых в каждый из анализируемых годов. Подсчет велся автоматически с помощью специальной поисковой подпрограммы «Найти и заменить», которая в пакете Windows-2007 вызывается одновременным нажатием клавиш клавиатуры – “Ctrl”+F или клавиши F5. Результаты подсчетов, иллюстрирующих динамику защит подготовленных туристских диссертаций, показаны на рис. 1.

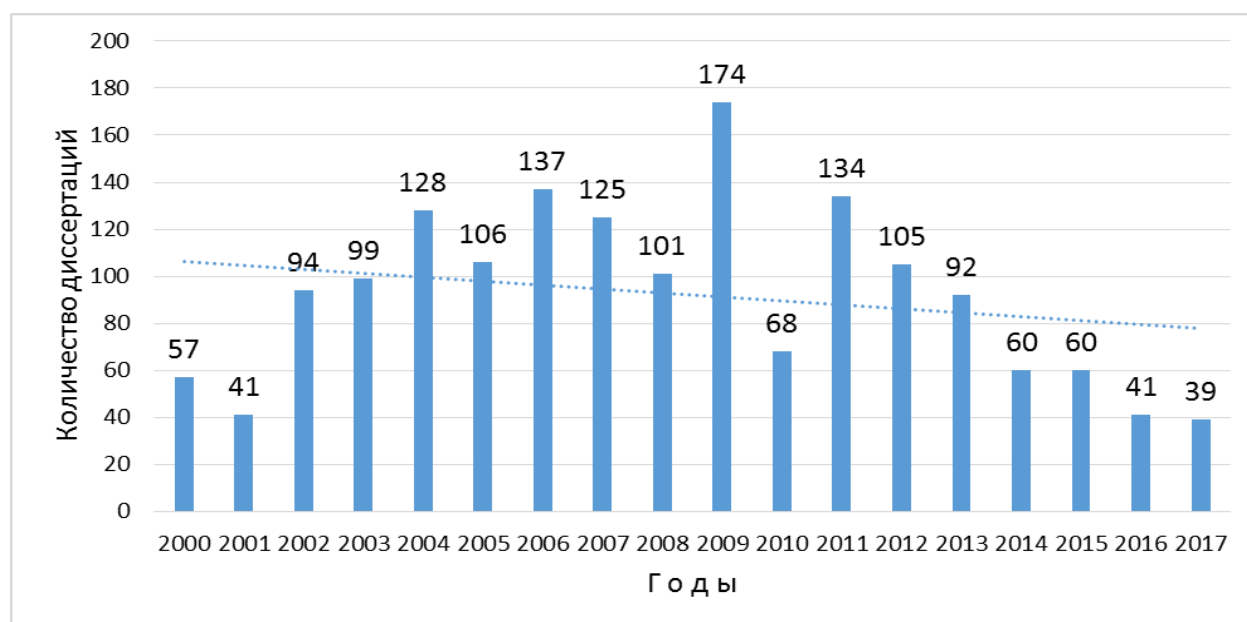


Рис. 1 – Динамика количества защит диссертаций по проблемам туризма и рекреации в России, за период 2000–2017 гг.

Как видно из приведенного графика и указанных на нем данных динамика изучаемого процесса весьма вариабельна – количество защит сильно меняется от года к году. Разница между минимальным значением (2017 г. – всего 39 защит) и максимально плодотворным

годом (2009 г. – 174 защищенные диссертации) составляет 4,5 раза. В самом общем плане наиболее продуктивным оказался период с 2004 по 2009 гг., когда во все годы количество защищаемых туристских диссертаций превышало сто единиц. До этого периода с начала века наблюдался резкий подъем, возможно частично инициируемый подъемом российской экономики и активным развитием туризма. После 2010 г. начался постепенный спад – снижение интереса к научным исследованиям туризма, в том числе совпавшее с экономическим и политическим кризисом в России и в мире. Очевидно, на уменьшение диссертационных исследований туризма повлияло и реформирование системы научных советов, как раз начавшееся в 2013 г. Общая тенденция за весь восемнадцатилетний период – снижение количества туристско-рекреационных диссертаций – показана на рисунке точечной линией тренда.

Таким образом, наукометрический анализ диссертаций является еще одним эффективным инструментом изучения состояния туристской науки (рекреационной географии, туристики, туризмоведения). Он дает объективное представление о тематической структуре туристско-рекреационных исследований и о достигнутом количественном уровне (в данном случае – о количестве защищённых диссертаций). Очевидно, подобные исследования следует продолжить особенно в плане тематики исследований в рамках ведущих в туристской сфере научных дисциплин – экономики, географии, педагогики, социологии. Количественные данные и сведения каталога диссертаций по туристско-рекреационной тематике будут полезны при разработке планов диссертационных исследований и при создании образовательных магистерских и аспирантских программ.

Список использованных источников

1. *Агирречу А.А.* Структура и динамика защит диссертаций по социально-экономической географии в России в 2000-е гг. // Региональные исследования, №1 (43), 2014.

2. *Дорофеев А.А.* Междисциплинарные и региональные исследования туризма в России / А.А. Дорофеев, С.И. Яковлева // Региональные исследования. 2011. №2.

3. *Дорофеева А.А.* Носители туристской лексики: структура и численный состав / А.А. Дорофеев, А.А. Дорофеев / Вестн. ТвГУ. Сер. «География и геоэкология». Тверь, 2017. №4.

4. *Мирошниченко П.Н.* О дисциплинарном статусе научных исследований туризма // Гуманитарные и социальные науки. 2014. №2.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Иркутский государственный университет

Summary: paraturism is relevant in many foreign countries of the world. In Russia, this trend is only forming. This type of tourism promotes social adaptation and improvement, and it is very necessary for physically disabled people.

Key words: protected areas, paraturism, limited opportunities, routes, ecological tourism.

В настоящее время в России зарегистрировано 12,3 млн людей с инвалидностью (более 8% населения страны) [Уровень ивалидизации в РФ, 2018], для которых необходимо создать условия для социализации. Для этой цели разрабатываются федеральные и региональные программы, например: Программа «Доступная среда», которые в основном касаются благоустройства среды проживания. Однако немаловажное значение имеет реабилитация и оздоровление людей с инвалидностью. Одним из вариантов решения этой задачи может быть развитие паратуризма.

Паратуризм – это туризм для людей с ограниченными возможностями, одно из перспективных направлений туризма, как в России, так и за рубежом. В России лица с ограниченными возможностями делятся на три категории:

1. Туристы с ограниченными физическими возможностями передвижения (инвалиды-колясочники и т.п.).
2. Туристы с ограниченными возможностями восприятия окружающего мира, с нарушениями зрения и слуха.
3. Туристы с инвалидностью по общему заболеванию и по другим видам заболеваний, не включенным в 1-ю и 2-ю категории [ГОСТ Р «Туристические услуги...», 2018].

В Прибайкалье наиболее благоприятной территорией для организации отдыха людей с инвалидностью является Прибайкальский национальный парк, который в настоящее время входит в состав ФГБУ «Заповедное Прибайкалье», объединяющее четыре особо охраняемые природные территории федерального значения: Прибайкальский

национальный парк, Байкало-Ленский заповедник, Тофаларский заказник и заказник «Красный Яр». Территория Прибайкальского национального парка включает в себя самый большой охраняемый участок байкальской береговой линии (почти четверть всей ее длины) [Прибайкальский национальный парк, 2018], имеет развитую инфраструктуру и находится в транспортной доступности.

В Прибайкальском национальном парке выделяются четыре функциональные зоны: заповедная, рекреации и познавательного туризма, хозяйственного использования, традиционного и экстенсивного природопользования. Развитие паратуризма возможно в зоне туристско-рекреационного назначения. Для этого необходимо адаптировать уже имеющуюся инфраструктуру и маршруты национального парка для комфортного отдыха людей с ограниченными возможностями [Ерохина А., 2018].

При организации отдыха людей с инвалидностью необходимо учитывать следующие особенности:

- наличие специально оборудованных маршрутов для разных категорий людей с ограниченными возможностями на территории ООПТ;
- наличие информационных стендов, аудиозаписей, буклетов для слабовидящих и слепых отдыхающих;
- возможность комфортного передвижения (соответствующее покрытие дороги, пандусы ит.д.);
- обеспечение безопасности на маршруте;
- наличие специализированной помощи;
- обеспечение логистического построения программы экскурсии и маршрута;
- учет степени психологической устойчивости туристов.

Организация отдыха людей с инвалидностью возможна в пос. Большое Голоустное, в пади Крестовая ина оз. Сухое в Иркутской области. Именно здесь можно оборудовать паратуристские маршруты, которые будут отвечать всем необходимым требованиям. Были разработаны два маршрута: пеший и лыжный.

На данный момент возможно создание пешего маршрута до оз. Сухого. Озеро Сухое – необычный природный объект на побережье оз. Байкал, заполняемое водой один раз в четыре года. Расположено в 3 км от пос. Большое Голоустное, в пади Семеновка. Протяженность маршрута 1,3 км. Ориентирован для любой категории, кроме

инвалидов-колясочников, так как обустройство тропы для данной категории требует дополнительных капиталовложений.

На участке пади Крестовая возможно создание лыжного маршрута протяженностью 7,4 км. Во время лыжной прогулки можно полюбоваться зимней красотой Байкала, познакомиться с местными обитателями, просматривая материалы фотоловушек. Маршрут подходит для всех категорий паратуристов. Для колясочников необходимы специальные санки, которые используются для параспорта.

Таким образом, наиболее благоприятными для развития паратуризма являются территории ООПТ; при разработке паратуристских маршрутов следует учитывать особенности организации отдыха людей с ограниченными возможностями; наиболее сложно организовать отдых для инвалидов-колясочников, именно этот вид паратуризма требует больших капиталовложений.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р 53998-2010 «Туристические услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования». URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-53998-2010>.

2. *Ерохина А.* Россия без барьеров: туризм, доступный для всех – перспективы развития, экономическая выгода и социальная значимость. URL: www.rmat.ru/wyswyg/file/kafedry/marketing/2011-2012/sno/erohina.doc.

3. Уровень инвалидизации в Российской Федерации. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/disabilities/#.

4. Прибайкальский национальный парк. Интернет портал «Правительство Иркутской области». URL: <http://irkobl.ru/sites/baikal/monitoring/kadastr/oopt/baikalsky/?type=special>.

ВОСПРИЯТИЕ УНИФОРМЫ ПЕРСОНАЛОМ ОТЕЛЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The purpose of this article is to study the attitude of hotel employees to their uniform. Positive perception of the staff of the means of accommodation of their uniforms makes it an important element in the complex of measures for quality service and allows the uniform to perform the assigned functions.

Key words: uniform, staff, organization, hotel, social functions.

Бурное развитие курортной отрасли и в целом индустрии гостеприимства в Краснодарском крае проявляется в открытии большого количества коллективных средств размещения. Изменения в индустрии гостеприимства происходят не только количественные, но и качественные. Средства размещения проходят сертификацию на звездность, стремятся повышать уровень качества обслуживания гостей. Одним из видимых показателей происходящих изменения стало повсеместное облачение работников средств размещения в униформу. Массовый процесс «униформизации» персонала российских отелей, происходящий в последние десятилетия, вызывает вопрос – в чем цель этого мероприятия? Ведь в советские времена униформу носили только сотрудники сети гостиниц «Интурист», ориентированных на обслуживание иностранных туристов. Можно предположить, по крайней мере, два ответа: 1 – заимствование мирового опыта; 2 – униформа является важным инструментом управления, выполняющим важные функции. Ранее было указано, что униформа персонала отеля выполняет ряд важных функций [Жаворонков Д.В., 2017]. На примере других отраслей некоторые функции униформы выделяли Н. Джозеф и Н. Алекс [Josef N. и др., 1972], а также Х. Адам [Adam H., 2012].

Условия труда и решения руководства воплощаются в конкретный уровень качества обслуживания гостя через отношение работника к этим условиям и решениям. Негативное отношение работника к мероприятиям руководства может свести к нулю предполагаемый положительный эффект усилий менеджеров. Целью данной статьи является изучение отношения сотрудников гостиничных предприятий к своей униформе. Гипотеза состояла в том, что позитивное восприятие сотрудниками средств размещения своей униформы делает ее важным элементом в комплексе мероприятий по качественному обслуживанию и позволяет униформе выполнять

возложенные функции, а негативное – сводит на нет все возлагаемые на униформу надежды владельцев и менеджеров предприятий.

Социологический дискурс предполагает критическое отношение к униформе, как к одному из формальных инструментов управления. Многие исследователи критически высказывались и о школьной униформе, и о военной, и о других ее видах [Банников К.Л., 2002]. Отмечалось неудобство формы, её неприспособленность к климату и к выполнению работы, её деиндивидуализирующий и сегрегационный характер.

Однако материалы проведенных глубинных интервью показали, что сотрудники гостиничных предприятий однозначно позитивно воспринимают свою униформу. Прежде всего, для них форма – показатель статуса отеля и их должности.

«Чтобы девушки выглядели прилично... Когда гости приезжают, нужно, чтобы все [сотрудники] выглядели одинаково, чтобы они соответствовали стандартам гостиницы. Имидж отеля поддерживала униформа» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

«Гости должны видеть, что предприятие в состоянии обеспечить своих сотрудников приличной формой... Сотрудники воспринимают униформу как очень удобный атрибут» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

Форма также эффективно реализует свою эстетическую функцию. Все респонденты назвали свою униформу красивой. Утилитарная функция униформы не является такой эффективной. Каждый респондент отмечал, что какой-то предмет его униформы неудобен – галстук, юбка, блузка из синтетической ткани.

Ответы респондентов позволяют выделить еще одну функцию униформы, которую можно назвать *компенсационной*. Работникам гостиничных предприятий нравится, что наличие униформы избавляет их от ежедневных трудных размышлений на тему «что одеть», что не надо на работе изнашивать свою личную одежду. Работники готовы мириться с невысокой зарплатой, поскольку воспринимают униформу как еще один вид материальной компенсации (вознаграждения).

«Во-первых, чтобы не использовать свою одежду. Не нужно тратить на свою одежду, так как она изнашивается» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

«Во-первых, не нужно задумываться, что одеть на работу... Не отвлекает, что кто-то в новой блузке, в новой юбке. Все одинаковы... Это очень удобно. У тебя всегда есть что одеть, всегда чистая поглаженная форма» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

Постоянно встречающиеся в разных интервью обороты «все одинаковы» показывают, что работники индустрии гостеприимства положительно воспринимают функцию подавления индивидуальности, которую выделили Н. Джозеф и Н. Алекс [Josef N. и др., 1972]. Скорее

всего, индивид воспринимает свое место работы прежде всего как место заработка, где демонстрацию своей индивидуальности лучше отложить.

Еще одна социальная функция униформы, выделенная Джозефом и Алексом – фиксация статусов. В гостиничных предприятиях эта функция выполняется формой четко и однозначно, и сотрудники отлично это видят. Как и в большинстве других организаций, руководство не носит униформу, а ходит в деловых костюмах, а в субботу и воскресенье позволяет себе приходить на предприятие в джинсах. К такому неравноправию и яркой сегрегации рядовые работники относятся удивительно индифферентно.

«Сотрудники спокойно относятся, что руководство отеля не носит униформу. Это всё-таки сотрудники, а это – руководство. Я ни разу не слышала, чтобы девушки на работе возмущались по поводу того, что руководство не носит форму. И у меня никогда не было вопросов по этому поводу» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

«Над этим вопросом мы не задумывались... ну... вполне спокойно» (жен., 23 года, стаж 4 г., г. Геленджик).

«Безразлично. Все равно. Он же директор. Пусть как хочет, так и ходит. Никто бы не рискнул подойти к директору и спросить – а почему ты одет не как мы» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

«Руководство отеля – они, естественно, носят свои дорогостоящие костюмы... Сотрудники, в принципе, положительно к этому относятся, так как руководство контактирует с акционерами, с VIP-гостями. Такие дорогостоящие костюмы они на всех сотрудников не купят» (жен., 25 л., стаж 6 л., г. Геленджик).

Здесь происходит разрушение устойчиво циркулирующего мифа о том, что якобы русскому народу присуще имманентное, преувеличенное стремление к равенству, которым объясняется, в том числе и революция столетней давности. Ответы респондентов ясно показывают, что они воспринимают как должное социальную иерархию, неравенство в статусах, доходах, правах и внешнем виде.

Униформа в гостиничном предприятии также выполняет дисциплинирующую и ролевую функции. Униформа вносит существенный вклад в формирование у работника репутации, а в глазах клиента – доверие и авторитет организации [Харди С. и др., 2016]. Униформа персонала является обязательным атрибутом определенного статуса гостиничного предприятия. Сегодня только гостевые дома и отели категории «без звезд» и «одна звезда» позволяют своему персоналу работать без униформы. Для средств размещения «три звезды» и выше униформа персонала является обязательной. Как отмечали респонденты,

«Гостям, наверное приятно каждый день видеть на ресепшн администраторов, которые всегда хорошо выглядят, всегда одинаковы

и всегда можно отличить, что вот эта девушка – администратор, к которой всегда можно подойти, спросить что-то, уточнить» (жен., 22 года, стаж 3 г., г. Краснодар).

В средствах размещения более низкого уровня, как предполагают респонденты, гости, платящие за номер низкую цену, не склонны придавать значение внешнему виду работников.

«Где выше классом гостиница, там запросы у гостей, конечно выше. А в гостинице ниже уровня, там и люди немного другие и, мне кажется, они не обращают особо на это [на внешний вид администратора] внимание».

«Если ты работаешь в гостинице, ты должен выглядеть более интеллигентно, чем обычные люди с улицы. Я думаю, гостю приятнее, когда его обслуживает человек в пиджаке и галстуке» (муж., 22 года, стаж 1,5 г., г. Краснодар).

При этом то, что для гостей отелей имеет значение внешний вид работников – это предположение респондентов. На вопрос «обращали ли внимание гости на внешний вид работника» все респонденты дали однозначно отрицательный ответ.

Таким образом, сотрудники гостиничных предприятий воспринимают свою униформу как важный элемент организации и своей трудовой деятельности. По их мнению, униформа – важный фактор обеспечения высокого качества обслуживания гостя. Это является показателем успешной инкорпорированности сотрудников, а униформа является инструментом и показателем этой инкорпорированности.

Список использованных источников

1. Банников К.Л. Антропология экстремальных групп. М., 2002.
2. Жаворонков Д.В. Функции униформы в гостиничном предприятии / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2017.
3. Харди С. Одетые, чтобы исцелять: меняющаяся семиотика хирургического костюма / С. Харди, Э. Коронес // Теория моды. 2016–2017. №42.
4. Adam H. Encloted cognition // Journal of Experimental Social Psychology. 2012. Vol. 48(4).
5. Josef N. The Uniform: A Sociological Perspective / N. Josef, N. Alex / American Journal of Sociology. Jan. 1972. №4.

ТЕНДЕНЦИИ СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

*Пермский государственный национальный
исследовательский университет*

Summary: This article touches upon the issue of sharing economy in tourism. The object of the text is described usefulness of sharing for independent tourists.

Key words: sharing, independent traveler, rent apartments.

В условиях роста сектора экономики совместного потребления число самостоятельных туристов будет ежегодно расти. Склонность этой группы туристов к глубокому изучению территории путешествия, экономии расходов и высокой частоты поездок приводит к их интересу пользованием услугами совместно. Тем самым уменьшаются расходы на путешествие и происходит знакомство с местным населением вплотную.

Механизмы экономики совместного потребления проявляются во всех сферах обслуживания туристов. В транспортной составляющей путешествия это относится в основном к аренде машин. Турист может выбрать наиболее приемлемый способ использования машины – каршеринг, карпулинг или райдшеринг. В гостиничной сфере наблюдается тенденция роста спроса на апартаменты, где туристам предоставляются разные способы проживания – отдельная квартира, съем комнаты в доме хозяина или проживание на совместной жилой площади. В сфере экскурсионного обслуживания происходит постепенный отказ от денежных отношений. Увеличивается число волонтеров, гритеров из числа местных жителей, интересующихся краеведением и предлагающих бесплатные экскурсии.

Эффективность совместного потребления можно рассматривать с разных позиций. С точки зрения потребителей, современные сервисные он-лайн приложения удобны и дешевы. Со стороны человека, предоставляющего услуги, это возможность использовать свои активы, которыми он в данный момент не пользуется, и получать с этого дополнительный доход. В то же время процесс «уберизации» (понятие от названия компании Uber, в которой услуги оказываются через мобильное приложение) негативен для государства, при нем возникает

уход от налогов, сокращается количество рабочих мест, происходят трения с традиционными поставщиками услуг.

Возникает противоречие между стремлением самостоятельных путешественников к удешевлению поездок и в их желании пользоваться всеми благами цивилизации (хорошими дорогами, обеспечением безопасности, развитой туристской инфраструктурой), которые обеспечивают государственные структуры. Однако, нельзя не признать, что современные технологии улучшают предоставление сервисных услуг и стимулируют доверительные отношения между поставщиком и покупателем. Разработчики мобильных сервисов опираются на добродетельные свойства человека, а контроль за качеством происходит через систему оценок пользователей.

На рынке услуг по аренде машин новая концепция нашла отражение в совместном использовании автомобиля, как в индивидуальных, так и групповых поездках. Представлено три направления совместной аренды: каршеринг (поминутная аренда машин), карпулинг (попутчики на небольшие расстояния по постоянному маршруту, например, путь на работу) и райдшеринг (система попутчиков между населенными пунктами).

Каршеринг представлен на рынке крупными фирмами: Zipcar, Uber, EnterpriseCarshare, Делимобиль и др. Главный потребитель услуг молодой человек до 30 лет, активный пользователь мобильных приложений, склонный к частым перемещениям по городу и пригороду. Каршеринг-компании подразделяется на два типа: владеющие собственным парком машин и предоставляющие контакты людей, желающих сдать/арендовать автомобиль, и зарегистрированные на одной платформе. Для туристов каршеринг удобен в предоставлении краткосрочной аренды, если путешествие спланировано в основном с использованием общественного транспорта.

Райдшеринг представлен международной компанией BlaBlaCar и он-лайн сервисом BeepCar. Компания BlaBlaCar это крупнейший он-лайн сервис для поиска попутчиков в мире. Зародившись во Франции, сегодня она действует в 22 странах, в том числе в России, имеет 45 млн зарегистрированных пользователей. Сервис ориентируется на туристов, желающих сэкономить на стоимости билетов общественного транспорта, путем поиска попутчиков по направлению движения. Данной услугой пользуются при перемещении между крупными городами, по основным автомобильным магистралям, где вариант с «подвозом» более разнообразен и многочислен.

Карпулинг в основном используется местными жителями и не рассчитан на туристов. Так как предлагает поездку, как правило, по постоянному маршруту.

В сфере гостеприимства совместное потребление ярко проявилось при сдаче собственных жилых площадей внаем. Самым частым примером экономики совместного потребления приводится он-лайн платформа Airbnb, покорившая с 2008 г. 191 страну, 65 тыс. городов и обеспечила временным жильем 150 млн чел. [Коломыченко М., Рожков Р., 2017]. Данный сервис наряду с CouchSurfing стали самыми популярными сайтами для самостоятельных туристов. В 2017 г. произошло проникновение компании Airbnb в область развлечений для туристов. Путешественники могут пользоваться предложениями от местных жителей по приготовлению традиционных блюд, по совместному шопингу, прогулкам по городу, выездам на фермы, виноградники и др. Таким образом, сдача апартаментов в населенном пункте, особенно сопровождаемая вовлечением туристов в традиционные занятия, повышает турпоток и дает дополнительные доходы местному населению.

В развлекательном секторе существуют еще практически не используемые возможности для развития механизмов совместного потребления. Это может быть всевозможная личная договоренность по аренде снаряжения (палатки, ледоруба) и транспортных средств (велосипеда, лодки), по экскурсионному обслуживанию туристов. В начале 1990-х гг. в Америке зародилось движение гритеров, своеобразных волонтеров, которые без корыстного интереса знакомят туристов с достопримечательностями, особенностями жизни, бытом, культурой родного города. Глобальная сеть гритеров объединяет более 150 городов в разных странах мира. Посредством общения с туристами гритеры совершенствуют иностранный язык, приобретают коммуникативность, знакомятся с другими культурами, делятся знаниями о своем родном месте.

В географическом аспекте совместное потребление в области транспорта расширяет и ускоряет перемещение людей по городу. Туристам предоставляется возможность краткосрочной аренды для осмотра районов и достопримечательностей, не привязанных к схеме общественного транспорта. В сфере размещения «оттягивает» туристов из центра в другие районы города. Сдача апартаментов в аренду происходит во всех частях города, а не в месте локализации гостиниц в центре, возле крупных туробъектов. Развлекательная составляющая путешествия, составленная с помощью местного населения,

нивелирует пространство дестинации и районов к ней прилегающих. По словам Н.В. Гонтаря, современные рыночные тенденции приводят к выравниванию доступности пространства города, а в сфере размещения сокращает поляризацию за счет снижения стоимости и варьирования его в пределах города [Гонтарь Н.В., 2017].

Таким образом, изучение современных тенденций в экономике, позволяет искать новые возможности для развития самостоятельного туризма. Несмотря на все проблемы совместного пользования с государственным регулированием, данный процесс будет происходить и дальше. Важен поиск наиболее эффективных путей взаимодействия администраций и новых предложений в Интернете. Необходимо территориальное изучение явления совместного потребления, его особенности и возможности в разных странах мира для самостоятельных путешественников.

Список использованных источников

1. *Гонтарь Н.В.* Административное регулирование как фактор поляризации городского пространства / Региональные исследования. 2017. №2 (56).

2. *Коломыченко М.* Airbnb отказалась от российской прописки / М. Коломычко, Р. Рожков. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3267744>.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

*Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского*

Summary: The article is devoted to the assessment of the status and prospects for the staff of the sports tourism in the Republic of Crimea. Provides statistics on the number of tourists and the number of trainers in the Crimea. In the article are determined the features of the training of staff for sports tourism.

Key words: sports tourism, training, instructor of sports tourism, specialty «recreation and sports tourism».

Спортивный туризм является одним из наиболее доступных видов спорта в связи с возможностью заниматься в любое время года, в любом возрасте, при различном уровне физической подготовленности. Туризм является важной составной частью государственной социально-экономической политики России, а спортивно-оздоровительный туризм – самостоятельная и социально-ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества [Павлов Е.А., 2014].

Одной из проблем действующей системы дополнительного образования является недостаток квалифицированных специалистов рекреационной деятельности и спортивно-оздоровительного туризма, в том числе инструкторов по видам туризма (инструктор-проводник по пешеходному, горному, спелеотуризму и т.д.). В Республике Крым, согласно официальным статистическим данным Министерства спорта РК, спортивный туризм находится в условиях интенсивного развития, численность занимающихся в 2014 г. составляла 632 чел., а в 2017 г. данный показатель вырос на 42,9% и составил 903 чел. [Сводный отчет ..., 2014–2017]. Однако, официальная статистика не учитывает людей, занимающихся самодеятельным туризмом и использующих туризм как средство рекреации. Согласно анкетированию, проведенному Министерством курортов и туризма Республики Крым, 11% рекреантов посещали данный субъект РФ с целью активного

отдыха, в том числе и занятий спортивно-оздоровительным туризмом [Результаты опроса гостей Республики Крым 30 июня – 20 сентября 2017 г., 2017].

В связи с ростом интереса населения к занятиям спортивным туризмом, учитывая специфику Республики Крым как туристского региона, в данном субъекте РФ существует необходимость кадровой подготовки специалистов для предприятий и организаций, предоставляющих услуги оздоровления, активного отдыха для туристов. В таблице 1 приведена численность аттестованных инструкторов-проводников, осуществляющих деятельность на территории Республики Крым.

Табл. 1 – Численность инструкторов-проводников в Республике Крым, 2015–2017 гг.

№	Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение	
					чел.	в %
1	Инструктор-проводник пешеходного туризма (чел.)	44	42	40	-4	90,9
2	Инструктор-проводник пешеходного туризма 1 категории (чел.)	12	13	14	+2	117,0
3	Инструктор-проводник пешеходного туризма 2 категории (чел.)	5	6	7	+2	140,0
4	Инструктор-проводник пешеходного туризма 3 категории (чел.)	3	3	4	+1	133,3
5	Инструктор-проводник спортивного туризма (чел.)	2	2	2	-	100,0
6	Инструктор-проводник спелеотуризма (чел.)	2	3	3	+1	150,0
7	Инструктор-проводник спелеотуризма 1 категории (чел.)	2	2	2	-	100,0
8	Инструктор-проводник спелеотуризма 2 категории (чел.)	1	1	1	-	100,0
	Всего численность (чел.)	71	72	73	+2	102,8

Согласно реестру субъектов и объектов туристской индустрии Республики Крым в 2017 г. численность инструкторов – проводников

увеличилась на 2,8 % по сравнению с 2015 годом и составила 73 чел. [Реестр субъектов ..., 2017].

На основании приказа Министерства курортов и туризма от 05.04.2016 г. №50 «О внесении изменений в приказ Министерства курортов и туризма Республики Крым от 03.04.2015 г. №15 «Об утверждении Положения об аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, осуществляющих деятельность на территории Республики Крым» подготовка инструкторов-проводников осуществляется Федерацией спортивного туризма России (ФСТР) и уполномоченным ею территориальным (ведомственным) туристско-спортивным объединением республиканского, краевого, областного и другого уровня, являющимся коллективным членом ФСТР [Приказ Министерства ..., 2015]. Аттестацию инструкторов-проводников, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Крым, проводит Министерство курортов и туризма РК. С 3 января 2017 г. вступили в силу изменения в Закон Республики Крым «О туристской деятельности в Республике Крым», согласно которым отменена аттестация экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников, и Министерством курортов и туризма РК прекращен прием документов на ее прохождение [Закон РК «О туристской деятельности в Республике Крым», 2014].

При положительной динамике количества занимающихся спортивным туризмом в РК и ростом туристского потока в республику возникает необходимость увеличения кадрового обеспечения данного вида туризма. В 2017 г. был принят профессиональный стандарт для инструкторов-проводников в сфере туризма, утвержденный Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29.09.2017 г. №702н «Об утверждении профессионального стандарта «Инструктор-проводник»».

Таким образом, с целью развития спортивно-оздоровительного туризма в Крыму, необходимо уделить больше внимания подготовке специалистов в сфере рекреации и спортивно-оздоровительного туризма, инструкторов-проводников и тренеров по спортивному туризму.

Список использованных источников

1. Павлов Е.А. Подготовка кадров для сферы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма в рамках Федеральных

государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования третьего поколения / Е.А. Павлов, С.А. Гониянц. 2014. №1.

2. Федеральное статистическое наблюдение №1-ФК «Сведения о физической культуре и спорте» за 2014–2017 гг. URL: <http://msport.rk.gov.ru/rus/info.php?id=610794>.

3. Результаты опроса гостей Республики Крым 30 июня–20 сентября 2017 г. URL: http://mtur.rk.gov.ru/file/Present_2015_Rest%20Crimean.

4. Реестр субъектов и объектов туристской индустрии РК. URL: http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/polnie_attestovannie_ekskursovodi_09112016.PDF.

5. Приказ Министерства курортов и туризма Республики Крым от 05.04.2016 г. №50 «О внесении изменений в приказ Министерства курортов и туризма Республики Крым от 03.04.2015 г. №15 «Об утверждении Положения об аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, осуществляющих деятельность на территории Республики Крым». URL: [http://mtur.rk.gov.ru/file/attest%20\(1\).pdf](http://mtur.rk.gov.ru/file/attest%20(1).pdf).

6. Закон Республики Крым от 14.08.2014 № 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» (с изменениями на: 04.07.2017). URL: <http://docs.cntd.ru/document/413901877>.

7. Сводный отчет по форме федерального статистического наблюдения №1-ФК «Сведения о физической культуре и спорте», 2014; 2015; 2016; 2017.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МОТИВАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ ТУРПРОДУКТОВ

Южный институт менеджмента

Summary: The article analyzes the motivations of consumers when choosing products for tourism.

Key words: tourism, motivations, consumers, products for tourism, tourism industry.

При выборе турпродуктов туристы, обычно, используют множественную систему мотивации, при этом только некоторые имеют определенное значение. Указанная мотивация часто трансформируется в многокомпонентный комплекс потребностей, в существенной степени увеличивающих свое воздействие на механизмы и результаты принятия туристом окончательного решения о покупке тура. Соответственно, потенциальным туристом принимается решение о выборе турпродукта на базе одновременно нескольких мотивационных потребностей [Шпырня О.В., 2015].

Соотношение основной и косвенной цели путешествия, определяющих выбор турпродукта, дает возможность систематизировать мотивации туристов при выборе турпродуктов.

1. Единственный четко использующийся и обоснованный мотивационный исход является решающим при выборе туристской дестинации, например тропического острова. Опытные туристы оказывают предпочтение пляжному отдыху с отличной инфраструктурой и по возможности будут по максимуму использовать возможности для осуществления своей главной цели – пляжного отдыха. Все остальные цели являются вторичными и не имеют существенной значимости при выборе [Шпырня О.В., Минченко В.Г., 2012].

При выборе подобного турпродукта выделяются следующие мотивы:

- спортивная потребность – плавание, участие в анимационных и спортивных программах;
- развлекательная потребность – социум, новые знакомства, организация встреч, коммуникации;

– оздоровительная потребность – теплый климат, удобные условия для проживания, качественное и разнообразное питание, морские процедуры, летний загар.

Позитивный комплекс впечатлений туристов (хороший отдых и социум) может оказывать воздействие на выбор данного тропического острова в следующем году.

2. Один значимый мотивационный исход и несколько менее значимых, решение о выборе которых принимается при различном стечении обстоятельств во время путешествия.

При выборе подобного турпродукта выделяются следующие мотивы:

– познавательная потребность – посещение новой страны, известных достопримечательностей;

– престижно-имиджевая потребность – положительный ответ на вопрос: «Вы не были в Париже?» может привести в замешательство и стеснение;

– культурно-развлекательная потребность – посещение выставок, музеев, картинных галерей и т.п.

Несмотря на то, что мотивация путешествия всегда лимитируется группой схожих познавательных целей, можно предложить разнообразные туристские направления. На принятие решения о покупке познавательного турпродукта влияют различные факторы, однако постоянно в один город с определенными достопримечательностями турист, вряд ли, поедет [Шпырня О.В., 2012].

3. Основной мотивационный исход и ряд определенных косвенных исходов, например при выборе горнолыжного отдыха. Выбор туристской дестинации (определенного горнолыжного курорта) и средства размещения в существенной мере зависит от состава семьи, покупательной способности и опыта катания на лыжах. Обычно, для отдыха на горнолыжном курорте достаточно нескольких дней, далее он дополняется *apre ski*, экскурсиями, другими видами активной деятельности.

При выборе подобного турпродукта выделяются следующие мотивы:

– оздоровительная потребность – горы привлекают туристов, которые проживают на равнине; горный воздух полезен для здоровья; любые занятия спортом очень полезны, хотя горные лыжи травмоопасны.

- активная и спортивная потребность – горы располагает не столько к пассивному, сколько к активному времяпрепровождению;
- покупательная потребность – отдых в горах содействует появлению интереса к трате денег (приобретение горных лыж, экипировки, сувениров, траты в ресторанах);
- развлекательная потребность – по мере пресыщения видам развлечениям – *apre-ski*.

Список использованных источников

1. *Шпырня О.В.* Современные подходы в маркетинге туристских услуг / Матер. науч. и науч.-метод. конфер. профессорско-преподавательского состава Кубанского гос. ун-та физической культуры, спорта и туризма. 2015. №2.
2. *Шпырня О.В.* Технологии продаж в туристской индустрии: учебное пособие / О.В. Шпырня, В.Г. Минченко. Краснодар, 2012.
3. *Шпырня О.В.* Маркетинг в индустрии туризма: учебн. пособ. Краснодар, 2012.

ОСОБЕННОСТИ КОУЧИНГОВО-КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Кубанский государственный университет

Summary: The article reveals some peculiarities of personnel management in the tourist and recreational complex in General, and in the sphere of hospitality in particular. The use of coaching competence-based approach in the management of human resources of a modern enterprise, above the indicated complex, seems relevant.

Key words: tourist and recreational complex, sphere of hospitality, personnel management, coaching, competences.

Настоящее время требует актуальных подходов к управлению человеческими ресурсами организации, особое значение данная тенденция приобретает в клиенториентированных отраслях. Менеджмент организации туристско-рекреационного комплекса с использованием принципов РАЕІ и САPI позволяет максимально интегрировать управление персоналом и его основные задачи в общую структуру управления эффективностью предприятия. Управление такого рода всегда персонифицировано, что влечёт за собой определённые риски. Однако, на сегодняшний день именно личностный успех и харизматичность лидера – главные нематериальные стимулы для многих перспективных и способных работников.

В рамках коучингово-компетентностного подхода к управлению персоналом в туристско-рекреационного комплексе наиболее подходящими методами оценки будут интервью и свободная бальная оценка. Именно такая комбинация качественного и количественного методов позволит наиболее точно определить основные векторы эффективности сотрудника по принципу РАЕІ, а также оценить наличие у него власти, полномочий и влияния в коллективе. Полученная таким образом оценка универсальна и может быть использована для принятия широкого спектра управленческих решений: найм, перемещение, увольнение, ввод дополнительных штатных единиц или сокращение имеющихся и тому подобное.

Планирование персонала, как правило, начинают с оценки трудоёмкости, сложности текущих и планируемых рабочих мест, в соответствии с которыми определяют потребность в персонале определённой квалификации и в определённом количестве. При этом потребности разделяют на краткосрочные и долгосрочные. Краткосрочная потребность в кадрах определяется исходя из текущего состояния предприятия и его краткосрочных целей и результатов. Долгосрочная же потребность в персонале планируется в соответствии со стратегическими планами организации по изменению масштабов и видов деятельности.

Учитывая специфику предприятий туристско-рекреационного комплекса, можно допустить, что на большинстве из них вопросы кадрового планирования могут быть решены достаточно простыми качественными методами. А именно при помощи сторонней или самостоятельной экспертной оценки. Применение трудоёмких количественных методов оценки, на наш взгляд, оправдано лишь для достаточно крупных объектов гостеприимства, пользующихся преимущественно наёмной рабочей силой. Для индивидуальных предпринимателей гораздо продуктивнее единожды привлечь эксперта или пройти обучающий курс по самостоятельному кадровому планированию.

Подбор персонала, в наиболее общем понимании, представляет собой некую последовательность действий, направленных на обеспечение предприятия сотрудниками, способными исполнять все необходимые для эффективной экономической деятельности трудовые функции. Важнейшим этапом подбора персонала является формулирование требований к кандидатам на вакантные должности. Среди этих требований выделяют несколько основных блоков: автобиографические, квалификационные, коммуникативные, специфические.

Автобиографические требования включают в себя такие параметры как возраст, семейное положение и состав семьи, район проживания, наличие или отсутствие личного автомобиля, действующего ипотечного договора и прочие существенные условия, могущие повлиять на способность и желание работника исполнять свою трудовую функцию. Квалификационные ограничения позволяют отсеивать кандидатов, заведомо не обладающих необходимыми для выполнения требуемого объёма работ знаниями, умениями и навыками. Такие требования могут включать в себя как наличие диплома по определённой специальности, так и умение

продемонстрировать навыки работы с инструментами труда, делового общения и самопрезентации, работы с возражениями, управления конфликтами и прочие.

Коммуникативные качества сотрудника могут быть определены в ходе ситуационного интервью или путём экспертной оценки. Адекватная оценка коммуникативных навыков кандидата – один из важнейших инструментов профилактики конфликтов и текучести кадров. Кроме того для работы в конкретной должности сотруднику могут понадобиться некоторые специфические качества, например любовь к животным для работника фермы, склонность к уединению для писателя и тому подобные. Грамотный подбор персонала заключается в найме на работу тех сотрудников, чьи знания, навыки и личные качества максимально совпадают с запланированным компетентностными профилями вакантных должностей. Во многом именно радушие, открытость и искренность людей, принимающих гостей, определяет успех тура у отдыхающих. В рамках такой ситуации нормирование труда, на наш взгляд, целесообразно основывать на сформированном в ходе кадрового планирования компетентностном профиле должности с учётом потенциала сотрудника, выявленного на этапе оценки персонала. Подобный компетентностно-ориентированный подход к определению должностных обязанностей позволит одновременно достаточно чётко обозначить зону ответственности каждого занятого и избежать излишнего формализма, могущего привести к снижению удовлетворённости туристов качеством отдыха.

Современное общество стремительно дифференцируется и персонифицируется во всех сферах человеческой деятельности. И если ранее в управлении человеческими ресурсами, превалировали методы, позволяющие каким-либо образом унифицировать процессы подбора, оценки, мотивации, перемещения и увольнения сотрудников, то сегодня специалисты по управлению персоналом наоборот нуждаются в методах, позволяющих оперативно выявлять и учитывать индивидуальные особенности каждого сотрудника и разрабатывать наиболее эффективные сценарии взаимодействия в коллективе и с материально-технической базой организации. В достаточной мере обозначенная выше тенденция затрагивает туристско-рекреационный комплекс в целом, и сферу гостеприимства, в частности, поскольку в этой сфере персонал является стратегическим ресурсом, в силу клиентоориентированности отрасли. Поэтому целесообразным представляется использовать в практике управленческой деятельности,

в целом основанной на принципах РАЕІ и САРІ, в части управления персоналом организации методы профессионального коучинга.

Список использованных источников

1. *Дедкова И.Ф.* Коучинг в системе управления персоналом / И.Ф. Дедкова, О.А. Лымарева. Краснодар, 2017.

2. *Кизим А.А.* Человеческий потенциал в реализации инновационного развития организаций / А.А. Кизим, А.А. Ворожцова // Экономика устойчивого развития. 2017. № 2 (30).

3. *Кротова М.А.* Эффективные методы мотивации и стимулирования персонала // Вестн. гос. морского ун-та им. Адм. Ф.Ф. Ушакова. 2017. № 1 (18).

4. *Миненкова В.В.* Корпоративная культура в гостиничных предприятиях / В.В. Миненкова, О.А. Лымарева, В.М. Миненков // Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2012.

5. *Слепцова Е.В.* Стратегия управления персоналом с учетом стратегии организации / Е.В. Слепцова, К.Г. Семенихина // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. № 9.

РАЗВИТИЕ СТРАНОВЕДЧЕСКИХ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ ЗАНЯТИЙ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Кубанский государственный университет

Summary: This article reveals the essential role of learning foreign languages in training specialists for hospitality and tourism.

Key words: tourism, education in tourism, communications, professional knowledge, work in tourism, hospitality services.

Как верно отмечают исследователи, в системе образовательного процесса студентов направлений подготовки 43.03.02 – Туризм, 43.03.03 – Гостиничное дело и 43.03.01 – Сервис, уделено достаточно внимания формированию основ профессионального мастерства не только в ряду профессиональных дисциплин, в вариативной части основных образовательных программ, но и в базовой части, в значительной мере при изучении иностранных языков.

Дисциплина «Иностранный язык» формирует общекультурную компетенцию ОК-3 (направления Туризм и Сервис) и ОК-5 (направление Гостиничное дело), благодаря освоению которой студент приобретает способность к коммуникации в устной и письменной формах, на русском и иностранном языках, для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Становится ясным следующий факт, обладая знаниями иностранного языка, студент приобретает возможность свободно коммуницировать, что в свою очередь предоставляет широкие перспективы для развития и совершенствования профессиональных знаний, умений и навыков, которые так востребованы у специалистов предприятий системы гостеприимства и туризма [Комаревцева Н.А., 2016; Максименко А.Г. и др., 2012, 2015, 2017].

В числе тем занятий в программах по иностранному языку включаются разделы, раскрывающие особенности языкового общения, национальной культуры языка и особенные характеристики носителей языка, в нашем случае – иностранных граждан, являющихся потребителями услуг в предприятиях гостеприимства и туризма. В факультативной форме для студентов могут быть предложены темы

для изучения культурно-исторических ресурсов тех стран, язык которых они изучают.

Искусство и традиции народа, носителя иностранного для россиян языка, также могут познаваться в ходе предметных занятий, поскольку особенности построения речи учитываются в первую очередь, иногда даже до начала изучения иностранного языка.

Интерес к национальной кухне и социально-этническим особенностям народа, страны изучаемого языка зачастую мотивирует и туристский интерес, таким образом, составляет первичный стимул совершения туристских поездок. Как известно, менеджер туристской фирмы, знакомый лично с особенностями дестинации, способен в разы успешнее продавать туристский продукт [Беликов М.Ю. и др., 2017]. Знания о стране формируют некоторую приверженность к территории, народ которой является носителем изучаемого языка, в связи с таким интересом студент познает и историю, правовые основы, географические характеристики, которые способны, во-первых, дополнить общий интеллектуальный уровень будущего специалиста, а во-вторых – предоставляют основу для изучения общепрофессиональных дисциплин, составляющих фактическую базу будущего специалиста.

Владение иностранным языком дает возможность предоставить наиболее качественную услугу в ходе предоставления услуг гостеприимства и туризма. Успешные коммуникации с иностранными гостями, становятся возможными лишь при условии владения персоналом языком, знакомым гостю. Высокие показатели качества обслуживания потребителей гарантируют и достаточно высокую удовлетворенность самих потребителей теми услугами, которые они получают в дестинации.

Компетентность персонала оценивается в первую очередь по профессиональным знаниям, умениям и способностям, особенно это касается сотрудников контактных служб гостиниц, туристских компаний, предприятий питания, развлечения, бытового обслуживания и прочих [Астапов М.Б. и др., 2012].

Следует заметить еще раз, что только комплексный подход в осуществлении образовательного процесса, применяемый в ходе подготовки квалифицированных специалистов способен дать возможность наполнить отрасль гостеприимства и туризма профессиональными трудовыми ресурсами, которые настолько сильно востребованы сейчас.

Список использованных источников

1. *Астапов М.Б.* Соответствие уровня подготовки выпускников специальностей «Гостиничное дело» и «Туризм» требованиям руководителей предприятий размещения / М.Б. Астапов, М.Ю. Беликов, Д.В. Жаворонков и др. / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.

2. *Беликов М.Ю.* Приоритетные направления исследований в туризме Краснодарского края: первые 20 лет в науке – взгляд в будущее: моногр. / М.Ю. Беликов, Т.А. Волкова, Э.А. Рыжволова и др. Краснодар, 2017.

3. *Комаревцева Н.А.* Методические рекомендации по проведению выездной учебной практики на направлении подготовки «Гостиничное дело» / Н.А. Комаревцева, А.Г. Максименко, В.В. Миненкова, Ю.И. Карпова / Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам: матер. заочной науч.-практ. конф. Краснодар, 2016.

4. *Максименко А.Г.* Использование культурно-исторических ресурсов территории в целях туризма и рекреации / Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2015.

5. *Максименко А.Г.* Концепция использования активных видов туризма в системе экологического образования в России / Стратегия развития индустрии сервиса, туризма и дизайна: новые вызовы и практика инноваций: матер. Междунар. науч.-практ. конф. Пятигорск, 2015.

6. *Максименко А.Г.* Гастрономический бренд региона / А.Г. Максименко, Н.А. Комаревцева / Региональные географические исследования: сб. науч. тр. Краснодар, 2017.

7. *Максименко А.Г.* Развитие географического компонента в компетенциях студентов направления «Гостиничное дело» / А.Г. Максименко, Н.А. Комаревцева, Е.А. Камбарова / Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам: матер. II Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017.

8. *Максименко А.Г.* Занятость населения в туристско-рекреационной сфере / А.Г. Максименко, Н.А. Комаревцева, Э.А. Рыжволова / География: история, современность, перспективы / под ред. Г.С. Гужина. Краснодар, 2012.

*И.М. Пунько, Н.А. Комаревцева,
А.Ю. Мосевич, М.А. Чермашенцев*

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СЕРТИФИКАЦИИ В ТУРИЗМЕ

Кубанский государственный университет

Summary: Certification in tourism is voluntary. The certified quality system of the tourist enterprise allows to expand the circle of reliable partners, to increase competitiveness.

Key words: certification in tourism, certification, standardization.

Туристские услуги в Российской Федерации с 1 июля 2003 г., после вступления в силу ФЗ от 27 декабря 2002 г. №184-ФЗ «О техническом регулировании», подлежат только добровольному подтверждению соответствия. Добровольное подтверждение соответствия осуществляется по инициативе заявителя на условиях договора между заявителем (юридическое лицо или индивидуальный предприниматель) и органом по сертификации, в форме добровольной сертификации [ФЗ «О техническом...», 2018].

Сертификацию туристских услуг могут осуществлять органы по сертификации, аккредитованные в установленном порядке и зарегистрированные в Росстандарте, основным требованием к которым является независимость и компетентность.

Объектами сертификации в сфере туризма являются: предприятия, оказывающие туристские и экскурсионные услуги, исполнители туристских и экскурсионных услуг, процессы оказания туристских и экскурсионных услуг, системы менеджмента качества организаций работающих в сфере туризма. Основные особенности работ по сертификации туристских услуг вытекают из особенностей самих услуг. К ним можно отнести: невозможность количественной оценки; необходимость применение экспертных и социологических оценок для изучения мнения потребителей о качестве услуги.

В соответствии с ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения», услуги по функциональному назначению подразделяются на материальные и социально-культурные. В стандарте дается следующее определение: социально-культурная [нематериальная] услуга – услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных, этических потребностей и поддержание

нормальной жизнедеятельности потребителя, в том числе поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионализма. С другой стороны, в создании комплексной туристской услуги принимают участие транспортные компании, предприятия питания и другие, услуги которых относятся к сфере материальных услуг.

С 1 января 2018 г. на территории РФ вводится национальный стандарт ГОСТ Р 57519-2017 «Оценка соответствия «Правила и процедуры проведения добровольной сертификации услуг в сфере туризма». Настоящий стандарт устанавливает правила и процедуры проведения добровольной сертификации услуг в сфере туризма в системах добровольной сертификации, созданных в соответствии с Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. №184-ФЗ «О техническом регулировании» и зарегистрированных федеральным органом исполнительной власти по техническому регулированию в соответствии с ГОСТ Р 50.1.052-2005 Рекомендации по содержанию и форме документов, представляемых на регистрацию системы добровольной сертификации. Положения настоящего стандарта рекомендуется использовать органам по сертификации при проведении работ по сертификации услуг в сфере туризма для обеспечения объективности и достоверности результатов сертификации.

Выбор услуг и показателей (характеристик) на добровольную сертификацию осуществляет заявитель, например: услуг туроператора, осуществляющего деятельность в сфере внутреннего, въездного и выездного туризма; услуг турагента по продвижению и реализации туристского продукта; отдельных дополнительных услуг туроператора; отдельных дополнительных услуг турагента; экскурсионных услуг; услуг средств размещения и других объектов туристической индустрии.

Сертификацию услуг в сфере туризма проводят по трем схемам сертификации (Табл. 1). Схему №1 применяют для услуг в сфере туризма, качество которых обусловлено мастерством конкретного исполнителя, например, инструктора-проводника, экскурсовода, гида.

По схеме №2 оценивают процесс оказания услуг в сфере туризма, проверяют результаты услуг и контролируют процесс оказания услуг при инспекционном контроле.

В зависимости от специфики процессов проверяют наличие и соблюдение требований к нормативным и техническим документам на процессы оказания услуг; оснащение помещениями, оборудованием, средствами связи, расходными материалами и др., а также их соответствие установленным требованиям; организационное,

информационное, договорное, программное, техническое и другое обеспечение процессов оказания услуг; безопасность и стабильность процессов оказания услуг; профессиональную подготовку и компетентность исполнителей услуг; наличие страхового обеспечения; порядок реализации туристского продукта.

Табл. 1 – Схемы, применяемые при сертификации услуг в сфере туризма [ГОСТ Р..., 2018]

Номер схемы	Оценка оказания услуг	Проверка результатов услуг	Инспекционный контроль сертифицированных услуг
1	Оценка мастерства исполнителя услуг	Проверка результатов услуг	Контроль мастерства исполнителя услуг
2	Оценка процесса оказания услуг	Проверка результатов услуг	Контроль процесса оказания услуг
4	Оценка организации (предприятия)	Проверка результатов услуг	Контроль соответствия установленным требованиям

Схему №2 применяют для услуг в сфере туризма, качество и безопасность которых обусловлены стабильностью процесса оказания услуг, например, для туристских услуг – услуг туроператоров, турагентов. При этом туристской организации выдается сертификат, подтверждающий предоставление услуг формирования, бронирования и реализации туристского продукта.

По схеме №4 оценивают в целом организацию (предприятие) – исполнителя услуг на соответствие требованиям нормативных и технических документов. По схеме оценивают наличие и функционирование системы обеспечения качества предоставляемых услуг; организационное, правовое, программное, методическое, информационное и другое обеспечение; состояние материально-технической базы заявителя, в том числе оснащение помещениями, оборудованием, расходными материалами и др.; условия функционирования объекта туристической индустрии; содержание внутренней документации; уровень обслуживания персоналом; стабильность функционирования систем технического обеспечения и обслуживания, в том числе состояние материально-технического обеспечения; обеспечение противопожарной защиты и оповещения; соблюдение санитарно-гигиенических правил и других условий, обеспечивающих безопасное проживание и качественное обслуживание посетителей; соблюдение общих и дополнительных требований к средствам размещения; наличие и соблюдение требований нормативных и

технических документов на процессы оказания услуг; безопасность и стабильность процесса оказания услуг, профессиональную подготовку и компетентность исполнителей услуг [Максименко А.Г. и др., 2012].

При проведении сертификации по схеме 4 могут быть подтверждены формат, категория или тип предприятия, оказывающего услуги в сфере туризма, если это предусмотрено соответствующими нормативными и техническими документами, а также документами системы добровольной сертификации.

Выборочная проверка результатов услуг является обязательным условием при сертификации услуг средств размещения и осуществляется по итогам анализа анкет социологического опроса, книги отзывов и предложений, интернет-отзывов.

Сертификация в условиях рыночных отношений – признанный в мире способ независимого подтверждения соответствия продукции, работ и услуг установленным требованиям. Использование сертификации создает предпосылки и условия для успешного решения ряда важнейших социальных и экономических проблем в сфере туризма.

Основной целью проведения сертификации туристских услуг является повышение ее конкурентоспособности на рынке, так как сертификация в глазах потребителя является дополнительной рекламой, основанной на проверке услуги компетентным органом. Поэтому хотя сертификация в сфере туристских услуг является добровольной, она востребована и бизнесом и потребителями.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р 57519-2017 «Оценка соответствия «Правила и процедуры проведения добровольной сертификации услуг в сфере туризма». URL: <http://www.gostinfo.ru>.

2. О техническом регулировании: Закон Российской Федерации №184-ФЗ. от 27 декабря 2002 г. URL: <http://www.consultant.ru>.

3. Максименко А.Г. Правовая документация, регламентирующая требования к персоналу туристской индустрии / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.

4. Максименко А.Г. Занятость населения в туристско-рекреационной сфере / А.Г. Максименко, Н.А. Комаревцева, Э.А. Рыживолова / География: история, современность, перспективы / под ред. Г.С. Гужина. Краснодар, 2012.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И ЭКСПОРТ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ

Российский университет дружбы народов

Summary: Tourism – a very effective means of education and training. The article sets objectives and formulates recommendations for the development of educational tourism and education exports in Russia from the perspective of attracting foreign students to Russian universities for training.

Key words: Educational tourism, Russia, export of education.

Образовательный туризм, имеет богатую историю, как за рубежом, так и в России. Первые знания о территориях и странах появлялись, накапливались, систематизировались человеком посредством и благодаря путешествиям. Какие же задачи в настоящее время можно поставить в сфере развития образовательного туризма? Проведя анализ мировых тенденций в области развития образовательного туризма и экспорта образования, формируется вывод о необходимости не только учитывать деятельность уже имеющихся российских образовательных кластеров. Важно оценить готовность регионов РФ к реализации программ образовательного туризма, проанализировать используемые меры и шире внедрять методику онлайн-рекрутинга, широко применимого зарубежными вузами. Необходимо обратить внимание российских туристских агентств на формирование образовательных туристских маршрутов для привлечения в Россию желающих из других стран мира с целью получить качественное образование [Родионова и др., 2017].

Для достижения этих целей можно рекомендовать следующее:

– министерству образования РФ разработать программу экспорта образовательных услуг. На сайте ведомства регулярно публиковать информацию о международной мобильности студентов в разных странах мира;

– обратить внимание на информационное наполнение сайтов вузов, удобство навигации в них. Важным является размещение информации о нашей стране, о ее людях, о природных и исторических достопримечательностях (особенно в свете того, что в зарубежных

СМИ распространяется явно ложная информация о России), и непосредственно о том регионе РФ, где расположено данное учебное заведение. Подобного рода материалы дополняют информацию о правилах поступления в ВУЗ и об организации учебного процесса, в еще большей степени заинтересуют абитуриентов. Следует каждому вузу предоставить также информацию о возможности организации досуга студентов: с экскурсиями для ознакомления с историческим и культурным наследием каждого региона, особенностями отдыха на природе;

– возможно, целесообразным будет объединение усилий нескольких вузов по привлечению студентов из разных стран мира для получения образования в России. Следует ассоциации вузов (по типу ассоциаций вузов, например, в Финляндии) создать соответствующую структуру и свой портал в Интернете, где будут раскрыты все возможные варианты сотрудничества, и охарактеризованы преимущества обучения в российских вузах;

– предложить широкий спектр услуг в ходе поступления и дальнейшего обучения в российских университетах и предоставить об этом информацию заранее на сайте вуза. В числе подобного рода услуг: обучение русскому языку, расширение профессиональных контактов в международных клубах и кафе, активный отдых на природе, участие в работе научных конференций и выставок, развлекательные мероприятия, организация культурных и спортивных мероприятий для иностранных студентов, информация о программах студенческих обменов российских и зарубежных ВУЗов, о летних школах и проч.;

– создать в заинтересованных российских вузах портал на русском, английском, китайском, французском, испанском языках для привлечения студентов из других стран. На сайте обязательно размещать отзывы иностранных студентов об особенностях и преимуществах обучения в том или ином российском ВУЗе;

– более широко пропагандировать программу студенческих и академических обменов, привлекать преподавателей из разных стран мира для проведения лекций в российских вузах. Реализовывать программы научного сотрудничества между вузами разных стран мира, в том числе за счет участия в летних школах (международных);

– расширить программы в образовательном туризме, ориентированном на изучение русского языка через погружение в языковую среду. Немаловажным и интересным может стать организация знакомства с культурой Российских регионов, с

посещением интересных мест, культурных мероприятий, разных городов России, в том числе малых городов со своей уникальной историей, культурой и бытом (Мышкин, Александров, Юрьев-Польской, Великий Устюг, Тверь, Елец и др.).

– разработать образовательные туристские маршруты, ведь наша страна обладает совершенно неповторимой природой и историей;

– важно расширить работу по рекрутингу абитуриентов из зарубежных стран через социальные сети, а также через совместную работу пресс-службы и международной службы вузов. Особенно важны будут отзывы иностранных выпускников российских вузов.

Следует подчеркнуть тот факт, что очень мало российских (даже очень известных) университетов попало в престижные международные рейтинги вузов (например, QS World University Rankings 2016/2017, The World University Rankings по версии британского издания Times Higher Education и др.). Тем не менее, поток иностранных студентов, обучающихся в России, растет. Хотя в настоящее время наиболее значительная часть иностранных абитуриентов поступает в российские вузы из республик бывшего СССР: Беларуси, Казахстана, Туркмении, Таджикистана, Украины и др. И уже за ними следуют молодые люди из стран Азии, Африки и Ближнего Востока, которые также стремятся получить качественное образование в России. На этот факт необходимо обратить внимание при проведении рекламных компаний по рекрутингу.

Но важно подчеркнуть следующую мысль. В продвижении образовательных услуг, в деле развития экспорта образования и привлечения иностранных студентов и слушателей разного рода курсов должны быть заинтересованы не только вузы или государственные структуры. Необходимо привлечь и заинтересовать также бизнес-структуры, которые будут работать в тесном сотрудничестве со школами и университетами. В качестве инструментов воспитания и повышения интереса к России, к образованию в российских университетах активно должны использоваться социальные сети, а также специализированные образовательные и туристические выставки.

Целесообразно создать особые структуры (как к Великобритании, например, Smart Panda), которые будут являться аккредитованными представителями колледжей и университетов. Эксперты центра будут осуществлять процесс поступления в вузы, заниматься визовым оформлением и подготовкой студента к учебе в России.

Развитие Интернета и социальных сетей может помочь в развитии

популярности обучения в российских вузах. Для этого необходимо совершенствовать не только англоязычные сайты российских вузов, но и предоставлять информацию о России и надругих иностранных языках (китайском, испанском и др.). Эффективность использования информации на доступном для пользователей социальных сетей языке в современном мире становится важным фактором экспорта образовательных услуг и повышения привлекательности российского высшего образования. Это повысит конкурентоспособность отечественной системы высшего образования.

Мир становится все более открытым. Молодые и даже люди среднего возраста в поисках лучшей жизни (и получения качественного образования в том числе) готовы переезжать в другие города и страны, прежде чем они начнут поиск места приложения своего труда. В качестве явного экономического эффекта важно отметить, что данное явление будет способствовать экономическому развитию и процветанию той страны (региона или конкретного города), куда будут приезжать люди с целью получения основного или дополнительного (неформального) образования [Khusnutdinova S.R., 2016].

И последнее, именно с целью привлечения молодежи и даже лиц старшей возрастной категории для обучения в РФ необходимо инициировать разработку образовательных туристских маршрутов по нашей стране для знакомства со страной на государственном уровне. Обучение иностранных граждан в вузах нашей страны (от Калининграда до Владивостока) должно стать мирового сообщества не только интересным, но и престижным.

Список использованных источников

1. *Родионова И.А.* Образовательный туризм: зарубежный опыт и размышления о направлениях развития в России / И.А. Родионова, С.Р. Хуснутдинова, О.В. Шувалова / Экономика и предпринимательство. 2017. №9 (Ч. 4) (86-4).

2. *Khusnutdinova S.R.* Education and tourism as a driver of socio-economic development of a city (case-study of the City of Kazan) / *S.R. Khusnutdinova, R.A. Ulengov, M.V. Safonova.* / International Journal of Humanities and Cultural Studies (IJHCS). July 2016. URL: <http://ijhcs.com/index.php/ijhcs/article/view/2070/1907>.

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
В ПОСТОЛИМПИЙСКИЙ ПЕРИОД**

*Министерство курортов, туризма
и олимпийского наследия Краснодарского края*

Summary: The Kuban resort and tourist complex by the end of 2017 exceeded the pre-Olympic 2013. Positive dynamics of Krasnodar region economy and resorts due to several factors. The post-Olympic period for the resorts of the region opens up new development advantages subject to the further modernization and increased competitiveness.

Key words: the resort and tourist complex, modernization, competitiveness, the post-Olympic period.

Ситуация в сфере туризма в странах, где проходили Олимпийские Игры, в постолимпийский период, как правило, характеризуется спадом турпотока, снижением заполняемости средств размещения, падением налоговых поступлений. Однако на курортах Краснодарского края этого не произошло. Статистические данные за 2015–2017 гг. свидетельствуют о сохранении стабильной социально-экономической ситуации как в целом в Краснодарском крае, так и в санаторно-курортном и туристском комплексе. Многие отрасли краевой экономики на протяжении постолимпийского периода демонстрируют устойчивую положительную динамику. Краевой ВРП Краснодарского края в 2017 г. вырос в 1,5 раза к доолимпийскому периоду и превысил, 2350 млрд руб. (Рис. 1).

Индекс промышленного производства в 2017 г. составил 104,3% (в 2016 г. – 103,7%, в 2015 г. – 102,4%). Прирост индекса промышленного производства обеспечен ростом производства пищевых продуктов, напитков, строительных материалов и прочих готовых изделий.

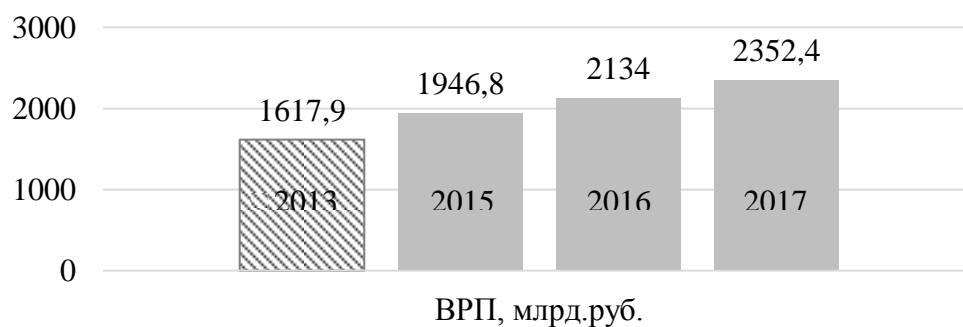


Рис. 1. – Валовый региональный продукт Краснодарского края, млрд руб. [<http://krsdstat.gks.ru>]

При этом существенное падение объемов производства отмечалось:

- в производстве табачных изделий – падение на 54%, в результате снижения покупательского спроса в связи с повышением акцизных ставок на табачную продукцию;

- в производстве бумаги и бумажных изделий – на 11% (из-за снижения производства табачных изделий сократился выпуск картонной упаковки);

- в производстве одежды – на 12,6% (в связи с уменьшением объема выпуска спецодежды по заказу Минобороны России).

Объемы платного обслуживания населения возросли на 3% и достигли почти 500 млрд руб. Справочно: по РФ прирост составил 0,2%. Наиболее высокими темпами за этот период росли услуги гостиниц и аналогичных средств размещения (на 21,1%), услуги туристских агентств (на 17,8%), услуги санаторно-курортных организаций (на 8,6%), услуги физической культуры и спорта (на 6,4%), а также бытовые, коммунальные, телекоммуникационные услуги. При этом упали объемы услуг почтовой связи (более чем в 2 раза), снизился объем юридических услуг (на 6%), а также образовательных (на 1,0%) и услуг культуры (на 1,1%) (Рис. 2).

Как видно из диаграммы темпы роста ВРП и индекса промышленного производства края за три года демонстрируют положительную динамику. Несмотря на то, что прирост в сфере услуг замедлился (темп роста платных услуг снизился с 106,5% до 102,7%), данный показатель за указанный период также отражает рост объемов. Цены на платные услуги населению в 2017 г. выросли на 5,8%.

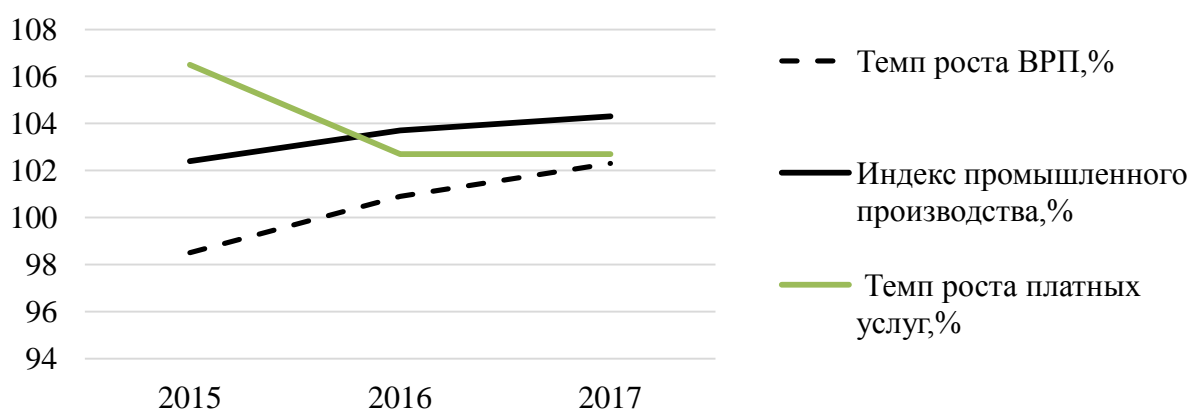


Рис. 2. – Индикаторы состояния экономики Краснодарского края
[<http://krsdstat.gks.ru>]

В наибольшей степени возросли тарифы на услуги связи, пассажирского транспорта, услуги по профобучению, а также на услуги физкультуры, спорта, организаций культуры и на медицинские услуги. По услугам банков и страховщиков отмечено снижение тарифов. Справочно: по санаторно-оздоровительным услугам и услугам в сфере туризма рост цен не превышал 4,6%.

Анализ структуры платных услуг населению показал, что наибольший удельный вес в структуре платных услуг занимают коммунальные услуги – 20%, услуги курортно-туристского комплекса – 17%, транспортные услуги – 16%, бытовые – 14% и телекоммуникационные услуги – 14%.

Объем санаторно-курортных и туристских услуг в крае в постолимпийский период превысил 100 млрд руб. и продолжает расти. Другими словами, услуги сферы туризма востребованы и оказывают значительное влияние на экономику Кубани.

В крае сохраняется деловая активность инвесторов и предпринимателей, растет количество реализуемых крупных инвестиционных проектов. В 2017 г. в регионе завершена реализация почти сотни крупных (стоимостью свыше 100 млн руб.) инвестиционных проектов на общую сумму более 100 млрд руб. В результате создано 3 тыс. новых рабочих мест. Объем инвестиций в 2017 г. в целом по краю превысил 480 млрд руб. с приростом на 6% к уровню 2016 г. Наибольшая инвестиционная активность зафиксирована в следующих сферах:

- транспортировка и хранение – 35% всех инвестиций в крае (реализация таких проектов как строительство транспортного перехода через Керченский пролив, а также авто- и ж/д подходов к Керченскому

мосту; создание портовой и индустриальной зон порта Тамань; модернизация объектов портовой инфраструктуры порта Туапсе и порта Новороссийск и др.);

– производство нефтепродуктов – 16% (продолжение программ реконструкции и модернизации трёх нефтеперерабатывающих заводов);

– деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений – 10% (реконструкция стадиона «Фишт» к чемпионату мира по футболу, рекреационно-ландшафтный комплекс рядом со стадионом «Краснодар», а также развитие игровой зоны в Красной Поляне);

– сельское хозяйство – 8% (модернизация Краснодарской птицефабрики, строительство тепличных комплексов, закладка садов интенсивного типа, строительство комплексов по хранению фруктов, а также приобретение сельскохозяйственной техники, высокопродуктивного семенного материала, племенного поголовья животных) (Рис. 3).

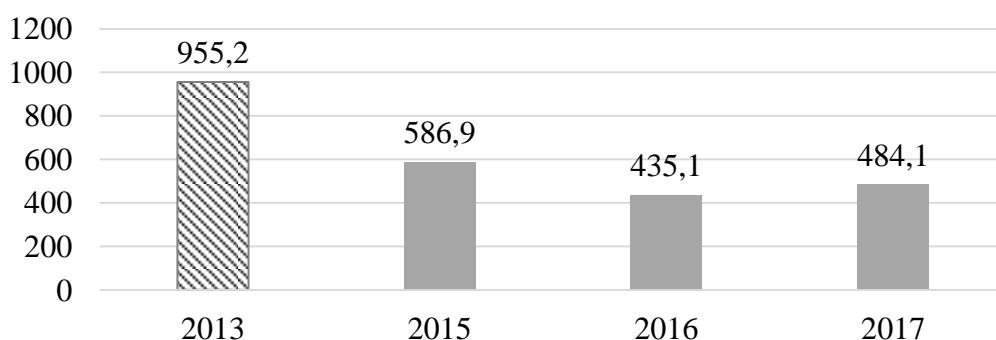


Рис. 3. – Динамика инвестиций в основной капитал в Краснодарском крае, млрд руб. [<http://krsdstat.gks.ru>]

Очевидно, что падение объема инвестиций практически в 2 раза связано с завершением строительства крупных инфраструктурных проектов к Олимпийским Играм 2014 г., в том числе за счет бюджетных средств. Тем не менее, данные 2017 г. свидетельствуют о возобновлении прироста инвестиционных вложений (<http://economy.krasnodar.ru>).

Нельзя говорить о ситуации в региональной экономике без анализа налоговых поступлений. Для этого рассмотрим ситуацию с краевым консолидированным бюджетом за последние три года и сравним с показателями 2013 г. (без учета отчислений в бюджет федерального уровня) (Рис. 4).

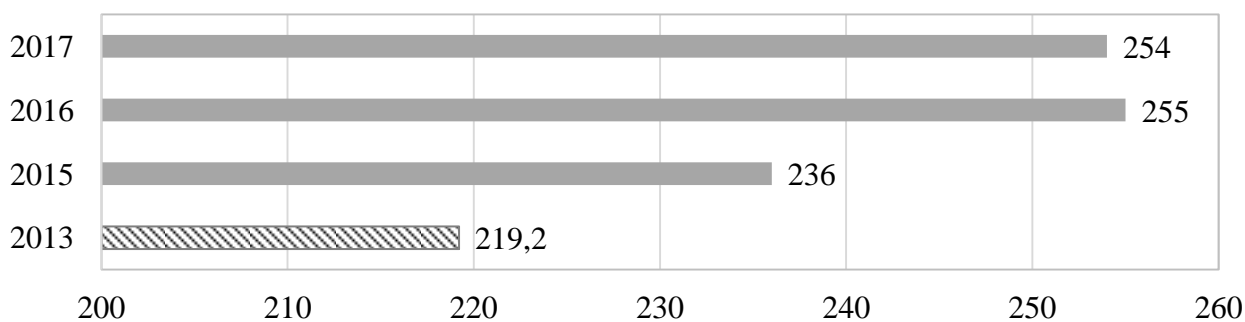


Рис. 4. – Объем консолидированного бюджета Краснодарского края, млрд руб. [<http://economy.krasnodar.ru>]

Прирост налоговых поступлений в 2017 г. по отношению к 2013 г. составил почти 35 млрд руб. или 15%. Следует отметить, что в период 2014–2017 гг. законом Краснодарского края «О налоге на имущество организаций» были предоставлены льготы для ряда предприятий, в том числе построенных в рамках программы олимпийского строительства. Так, только по гостиничным объектам льгота привела к потере бюджета более 3 млрд руб. ежегодно. Тем не менее положительная динамика налоговых поступлений обусловлена приростом платежей по следующим доходным источникам:

- налог на прибыль организаций, что связано с улучшением финансово-экономических показателей предприятий топливно-энергетического комплекса, транспортной отрасли, финансовой сферы;

- налог на доходы физических лиц, что связано с ростом заработной платы в крае и работой по легализации трудовых отношений;

- налог на имущество организаций, за счёт увеличения налоговых ставок в отношении некоторых видов категорий имущества (железнодорожных путей, магистральных трубопроводов, линий энергопередачи).

Говоря о бюджете следует рассматривать не только доходную его часть, но и расходную. Основной объем расходов бюджета края приходится на сферы: «Образование», «Социальная политика», «Национальная экономика», «Здравоохранение». Все бюджетные назначения в этих сферах были выполнены властями в полном объеме [Статистика..., 2016].

Среднемесячная заработная плата одного работника в 2017 г. оценена Краснодарстатом в размере 30,5 тыс. руб., что на 5,1% превышает уровень предыдущего года. Краснодарский край занимает 1 место в ЮФО по уровню оплаты труда (Рис. 5).

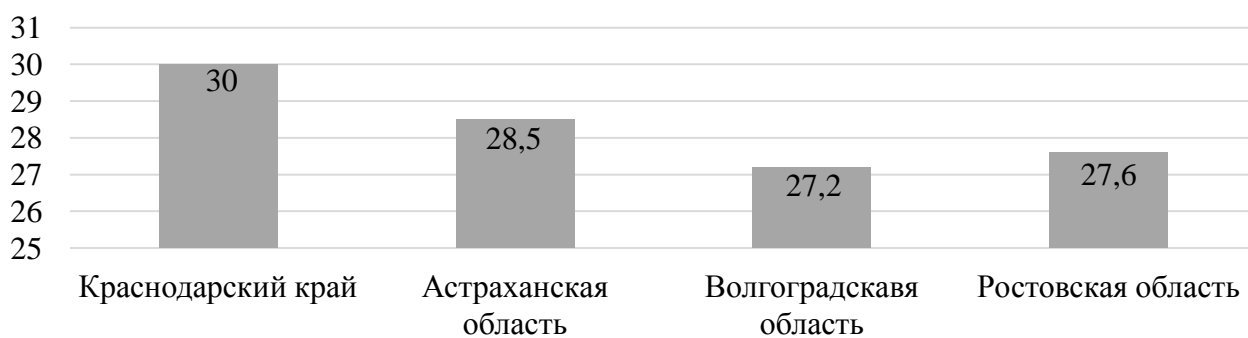


Рис. 5 – Размер заработной платы в 4 субъектах ЮФО в 2017 г., тыс. руб. [<http://krsdstat.gks.ru>]

Уровень регистрируемой безработицы на Кубани составляет 0,6% (как и годом ранее) [<http://economy.krasnodar.ru>].

Таким образом, анализ экономических индикаторов Краснодарского края за три года свидетельствует об устойчивой положительной динамике развития региона. Кроме того, практически все показатели отразили значительный прирост к уровню доолимпийского 2013 г.

Далее целесообразно провести отдельный анализ динамики развития в санаторно-курортном и туристском комплексе Краснодарского края. Несмотря на то, что санаторно-курортный и туристский комплекс края в экономике региона занимает всего 3–4%, туризм по-прежнему является приоритетной отраслью и оказывает значительное влияние на социально-экономическое развитие Кубани. По оценке, реальная доля туризма в экономике Краснодарского края (вклад отрасли в ВРП, в объем инвестиций, число занятых в обслуживании туристов, налоговые поступления и пр.) с учетом мультипликативного эффекта в 3–4 раза выше, чем прямой вклад. Доля туризма за эти годы в региональной экономике выросла на 1,3–1,5% (Табл. 1).

Табл. 1 – Доля объема услуг санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края в ВРП края, % (сост. автором)

Период, год	ВРП Краснодарского края, млрд руб.	Объем услуг санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края, млрд руб.	Доля в ВРП, %
2013	1 618	67,4	4,0
2015	1 947	100,6	5,1
2016	2 133,9	117,4	5,5
2017	2 352,4	124,7	5,3

По данным Краснодарского комитета статистики вклад туризма в экономику региона с учетом сопутствующих отраслей и мультипликативного эффекта оценивается в 14–17% (Рис. 6).

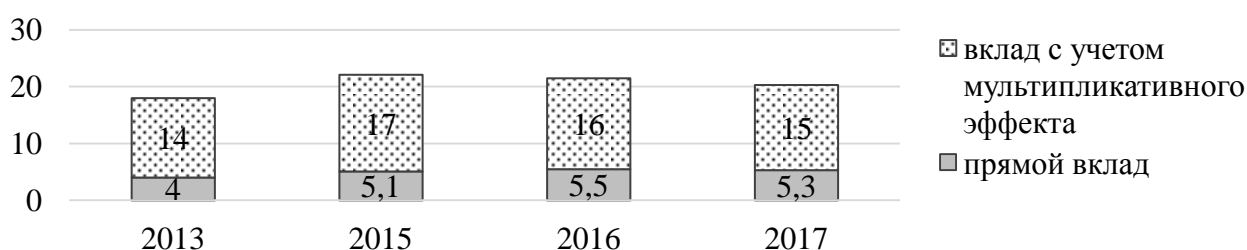


Рис. 6 – Вклад туризма в экономику Краснодарского края, % (сост. автором)

Властями Краснодарского края уделяется много внимания развитию санаторно-курортного и туристского комплекса. В 2017 г. в крае функционировали 4,4 тыс. организаций комплекса (прирост к предолимпийскому периоду более чем в 2 раза: в 2013 г. в органы статистики края отчиталось только 1600 отраслевых предприятий). На протяжении 2015–2017 гг. туристский поток на курорты Краснодарского края демонстрировал рост. В 2013 г. курорты края посетило 11,8 млн чел., в 2015 г. турпоток составил уже 15 млн чел., в 2016 г. – 15,8 млн отдыхающих с приростом 5,3% к предыдущему году, в 2017 г. – 16 млн. чел. (прирост 1,2%).

По предварительным оценкам, внутренний турпоток в РФ в 2017 г. также вырос (на 3%) и превысил 56,5 млн поездок, что на 75% больше показателя 2013 г. Таким образом, туристы, приезжающие на кубанские курорты, сегодня составляют 28% от всего внутреннего турпотока в России. Также необходимо отметить положительную динамику заполняемости объектов санаторно-курортного, оздоровительного и гостиничного комплекса Краснодарского края. В 2017 г. средняя заполняемость объектов туристской индустрии в регионе составила 70% (2016 г. – 58%, 2015 г. – 54%).

Показатели турпотока, заполняемости средств размещения демонстрируют прирост к доолимпийскому уровню. Следовательно, можно констатировать, что доступность соседних крымских курортов, возобновление интереса россиян к турецкому направлению в целях отдыха, завершение олимпийского проекта не снизили потребность российских граждан отдыхать на курортах Краснодарского края. Причем, очевидно, что отдых на Кубани востребован не только летом (как пляжный, детский, оздоровительный отдых), но и в межсезонье (санаторно-курортное лечение, активные виды туризма, экскурсии, а в зимнее время еще и горнолыжный отдых, событийный, деловой

туризм). Что позволяет говорить о конкурентоспособности сферы туризма и гостеприимства Кубани.

Одним из эффективных механизмов повышения качества услуг стала классификация объектов туристской индустрии края (гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи). В последние годы проделана серьезная работа по присвоению категорий гостиницам и средствам размещения в рамках подготовки к проведению сначала Олимпийских Игр 2014 г., затем Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 г. [<http://min.kurortkuban.ru>]. Если к концу декабря 2015 г. «звезды» были присвоены только 1343 объектам размещения, то к концу 2017 г. таблички со звездами находились на фасаде 5700 объектов. Краснодарский край остается лидером в РФ по количеству проклассифицированных объектов туристической индустрии.

Одной из важных составляющих конкурентоспособности отечественного туризма является состояние его инфраструктурной базы. Безусловно основным инструментом для решения этой задачи является реализация мероприятий целевых программ. В 2018 г. завершается действие федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», в рамках которой завершается строительство 45 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в 35 регионах РФ. На территории туристско-рекреационного кластера (ТРК) Краснодарского края «Абрау-Утриш» с целью формирования комфортной среды, способствующей привлечению российских и иностранных туристов, с 2014 г. реализуются следующие проекты:

- по строительству и реконструкции объектов обеспечивающей инфраструктуры (пляж, водоводы, канализационный коллектор) за счет бюджетных средств;

- по созданию гостиничных комплексов, объектов сервисной, спортивно-оздоровительной, культурно-досуговой и торговой инфраструктуры, за счет внебюджетных средств.

При этом строительство ряда объектов инженерной и туристской инфраструктуры уже завершены. Объем бюджетных средств на реализацию мероприятий по созданию объектов инженерной инфраструктуры ТРК «Абрау-Утриш» составил – 690 млн руб., в том числе из федерального бюджета – 540 млн руб., из краевого бюджета – 150 млн руб.

В крае, в свою очередь, реализуется краевая государственная программа «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса». В рамках этой программы осуществляется продвижение курортов Краснодарского края, в том числе создаваемого горноклиматического курорта Лагонаки (Апшеронский район), проводятся научные и статистические исследования, выдаются гранты победителям конкурса «Лучший объект сельского (аграрного) туризма» и др.

Благодаря крупным инвестициям в основной капитал предприятий курортно-туристской сферы Краснодарского края на протяжении ряда лет увеличивалась конкурентоспособность и привлекательность курортов Краснодарского края, но в постолимпийский период произошло снижение инвестиционных вложений в сферу гостеприимства в связи с завершением строительства крупных гостиничных комплексов и горнолыжной инфраструктуры к Олимпийским Играм. Накануне Олимпиады доля отраслевых инвестиций в общем объеме вложений в крае составляла около 6% (55 млрд руб.), а в 2017 г. – 1% (6,5 млрд руб.).

Масштабные мероприятия, проведенные в связи с подготовкой XXII Олимпийских и XI Паралимпийских зимних игр, обеспечили развитие города-курорта Сочи как горноклиматического курорта международного уровня. Сформирован новый привлекательный имидж Краснодарского края как одного из горнолыжных центров России. На базе горнолыжных комплексов «Роза Хутор», «Горки Город», «Горно-туристический центр ПАО «Газпром» с общей емкостью более 30 тыс. чел. создана современная горнолыжная инфраструктура горноклиматического курорта, которая включает 60 канатных дорог и 120 горнолыжных трасс.

Большой популярностью в постолимпийский период у российских туристов пользуются гостиничные комплексы прибрежного кластера г. Сочи, построенные в рамках подготовки к Олимпийским играм: ОАО «Центр Омега», Отель Sport Inn ООО «Старт», Гостиничный комплекс «Редисон Блу Парадайз Резот и СПА», Radisson Blu Resort & Congress Centre, ОАО «Сочи-Парк», Гостиничный комплекс «Park Inn Sochi», Делюкс Отель «Русские Сезоны» и др.

В Адлерском районе г. Сочи был построен спортивно-туристский комплекс «Апарт-отель», в том числе гостиничный комплекс «Скайпарк», объем инвестиций – 1,6 млрд руб. В г. Краснодаре появилась гостиница «Ибис-Краснодар» (на 500 койко-мест), объем инвестиций – 800 млн руб. В г. Анапа пользуется спросом новый современный отель «Beton Brut», стоимость проекта – 130 млн руб. Идет модернизация санаториев и пансионатов на курортных территориях края (например, ЗАО «Санаторий «Предгорье Кавказа» и ЗАО «Санаторий «Горячий Ключ» и др.).

В настоящее время крупнейшие российские компании, ранее занимавшиеся отправкой российских туристов за рубеж, стали работать на внутренний рынок, предлагая пакетные туры, в том числе по принципу «все включено».

Кроме существующих и востребованных услуг гостиничного и курортного сектора на территории края формируются новые направления туризма. Так в последние годы активно развивается сельский (аграрный) туризм. С 2015 г. ежегодно в крае проводится

кубанская выставка-ярмарка сельского туризма «АгроТУР». В 2017 г. край принял участие во Всероссийском конкурсе лучших практик и инициатив социально-экономического развития регионов АНО «Агентства стратегических инициатив» с проектом «Развитие агротуризма в Краснодарском крае», по итогам которого вышел в финал конкурса в номинации «Развитие туристического потенциала региона».

При поддержке Федерального агентства по туризму на Кубани реализуется проект по развитию гастрономического туризма, уже идет работа по созданию «Интерактивной гастрономической карты Краснодарского края».

Возрождается круизный туризм: в июне 2017 г. стартовал первый пассажирский рейс круизного лайнера «Князь Владимир» по маршруту Сочи – Новороссийск – Ялта – Севастополь. Маршрут был востребован как жителями региона, таки гостями края.

В 2017 г. Краснодарский край включен в «10 лучших регионов по темпам роста развития туризма» (рейтинг Минкультуры РФ). По итогам ежегодного голосования National Geographic Traveler Awards «Лучшие туристические направления» в 2017 г. Краснодарский край признан лидером по двум номинациям – «Российский оздоровительный отдых» и «Российский горнолыжный отдых».

Таким образом, проведение Олимпийских Игр 2014 г. в Сочи позволило сделать перезагрузку индустрии туризма и гостеприимства в регионе дало импульс для дальнейшего развития внутреннего и въездного туризма Краснодарского края.

Список использованных источников

1. Салеева Т.В. Тенденции развития индустрии туризма в условиях санкций против России / Т.В. Салеева, В.В. Миненкова, Д.В. Финкин // Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2016.

2. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край: моногр. / под общ. ред. Д.В. Максимова. Краснодар, 2016.

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ

*Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского,
Таврическая академия*

Summary: The advantages of the cluster form of tourism organization are considered. The tendency to increase the role of strategic planning of tourist clusters is noted and its actual problems are revealed.

Key words: tourist clusters, strategic planning of tourist clusters.

Кластерная форма организации производительных сил предполагает сообщество скоординированных по географическому признаку взаимосвязанных фирм и организаций, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга [Портер М.Э., 2001]. Кластеризация в сфере туризма определяется рядом особенностей:

– достижением значительного экономического эффекта за счет налаживания межотраслевых связей и формирования цепочек добавленной стоимости в таких сегментах, как транспорт, сфера размещения и развлечения туристов, сбыт туристских услуг (туроператоры и турагенты) и др.;

– сочетанием кооперации и конкуренции, и инновационной направленностью большинства кластеров;

– реализацией преимуществ частно-государственного партнерства. Роль государства заключается в стимулировании и поддержке кластерных инициатив, подготовке и реализации инфраструктурных проектов, создающих основу для привлечения инвесторов; повышении квалификации местной рабочей силы посредством программ дополнительного образования, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров; упрощении нормативно-правовых процедур; формировании туристского бренда региона и его продвижения в международном информационном пространстве;

– сокращением издержек на ведение маркетинговой деятельности;

– гибкостью и динамичностью функционирования кластеров.

Особенностью современного этапа кластерообразования в сфере туризма является широкое использование методов стратегического планирования на разных пространственных уровнях – национальном, региональном и локальном. Известны также примеры планирования транснациональных туристских кластеров (например, трансграничный туристский кластер Хорватии и Словении).

Одна из первых национальных стратегий развития туристских кластеров была принята в ЮАР в 1999 г. В настоящее время многие национальные стратегии развития туризма делают акцент на кластерную форму организации рекреации и туризма. Например, в Национальном плане развития туризма Филиппин определен 21 тематический туристский кластер – по 7 в Северном, Центральном и Южном регионах страны [The Philippine..., 2010].

Обоснование кластерного подхода в планировании туризма на региональном уровне наиболее системно было представлено в Концепции развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области (с учетом существующей системы особо охраняемых природных территорий), подготовленной авторским коллективом Уральского государственного университета им. А.М. Горького в 2007 г. [Концепция..., 2007]. В рамках концепции были разработаны 9 потенциальных туристских кластеров, определены их территориальные границы и профильные виды туризма, обозначены основные приоритетные рынки и конкуренты кластеров.

Среди факторов, стимулирующих создание региональных и локальных туристских кластеров в России, отмечается установление в 2006 г. статуса особых экономических зон туристско-рекреационного типа. В рамках Федеральной целевой программы «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» было предусмотрено создание 95 объектов кластерного типа, размещенных на территории 51 субъекта РФ [Концепция..., 2010]. Наиболее активно процесс разработки и реализации кластерных проектов протекает в Алтайском крае, Республике Бурятия, Вологодской, Липецкой и Ярославской областях.

Основными проблемами стратегического планирования туристских кластеров выступают:

– недостаточно четкое определение границ перспективных туристских кластеров – особенно актуальной эта задача представляется для обоснования транснациональных туристских кластеров. В ряде случаев кластеры могут принимать линейную форму, соответствующую как естественным рубежам (реки, побережья морей

и др.), так и траекториям специальных туристских коридоров. В Стратегии развития туризма в Турции до 2023 г. запланировано создание не только 9 туристских зон, но и 7 туристских коридоров, соединяющих объекты, обладающие единой тематикой (в т.ч. Оливкового, Зимнего, Коридора Веры, Коридора Шелкового пути, Черноморского прибрежного, Горного, Тракийского культурного) [Tourism..., 2007];

– низкий уровень инновационности. Во многих стратегических планах кластеры дублируют уже сложившиеся специализированные районы. В частности, в рамках Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г.» принято решение о развитии 6 туристских кластеров, однако только один кластер, ориентированный на создание инфраструктуры бальнеологического лечебно-оздоровительного комплекса в районе оз. Чокракское (Керченский полуостров), в перспективе актуализирует ранее неосвоенный ресурс – лечебные грязи озера – и может создать новый фокус туристской активности в регионе;

– многие документы стратегического планирования, определяя функциональную направленность и пространственное распределение будущих туристских кластеров, не акцентируют внимание на организационно-экономическом механизме реализации кластерной стратегии. Исключительно важно обоснование его управленческой структуры, в свою очередь, включающей бизнес-ассоциации, способные стать основой кластера, управляющие компании, реализующие пилотные проекты, органы местного самоуправления и др.;

– в стратегических планах не всегда отражается прохождение туристскими кластерами основных этапов их развития. Следует учитывать, что в процессе кластеризации прослеживается влияние комплекса конкретно-исторических и конкретно-географических факторов, и, в соответствии со стадиями жизненного цикла, кластеры могут быть пре-кластерами, зарождающимися, развивающимися и зрелыми и иметь различные цели и механизмы управления;

– во многих стратегиях не уделяется должного внимания выявлению потенциальных участников кластеров, их мотивации к налаживанию и поддержанию сотрудничества в рамках сетевого взаимодействия, и созданию условий для саморегуляции кластерных образований. Устойчивость кластерной структуры должна обеспечиваться не только предоставлением государственных субсидий,

но инициативой предпринимателей и профильных туристских ассоциаций, поддержкой местных сообществ, вузов и научно-исследовательских организаций.

Список использованных источников

1. Концепция развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области (с учетом существующей системы особо охраняемых природных территорий). Екатеринбург, 2007.

2. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)»: Распоряжение Правительства РФ от 19 июля 2010 г.

3. *Портер М.Э.* Конкуренция. М., 2001.

4. The Philippine National Tourism Development Plan, 2011–2016. Department of Tourism. Presentation. URL: <http://slideplayer.com/slide/5868787/Tourism Strategy of Turkey – 2023>.

5. Ministry of Culture and Tourism. Ankara, 2007. URL: <http://www.kuiturizm.gov.tr>.

ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ

*Л.А. Анисимов¹, О.Л. Донцова²,
О.В. Панина²*

ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГЕОЛОГИЧЕСКОГО НАУЧНОГО ТУРИЗМА В НИЖНЕМ ПОВОЛЖЬЕ

*¹Волгоградский государственный технический университет;
²Кубанский государственный университет*

Summary: The South Volga Region is a unique site for the development of geological scientific tourism. Preliminary analysis of natural areas, their features and existing infrastructure allow us to offer a number of promising objects that can be considered as independent objects, and in the complex, as the basis of the tourist destination.

Key words: South Volga, geology, attractive objects, tourism.

Нижнее Поволжье представляет собой уникальный полигон для развития научного туризма. С одной стороны, несмотря на принадлежность региона к платформе, активная новейшая тектоника и наличие одного из самых глубоких седиментационных бассейнов создали на территории яркие геологические структуры и впечатляющие геологические процессы, что, несомненно, вызовет глубокий интерес у геологов из других регионов и стран. С другой стороны, процессы техногенеза, связанные с активной хозяйственной деятельностью, дают поучительный опыт возникновения и развития экологических проблем. Учет этих аспектов должен стать основой для выбора основных туристических объектов и разработки программ их посещения. Предварительный анализ природных зон, их особенности и существующая инфраструктура позволяют предложить ряд перспективных объектов, которые могут рассматриваться как самостоятельные объекты, так и в комплексе, как основа туристического направления.

1) *Жигулевские горы*. Рельеф Жигулей имеет выраженный горный характер: со скалами, утёсами, крутыми обрывами, глубокими

оврагами и балками. Жигули – единственные горы тектонического происхождения на Русской равнине, считаются молодыми (около 7 млн. лет) и растущими. По различным оценкам, их высота возрастает примерно на 1 см в 100 лет.

Жигулёвские горы является проявлением Жигулёвского разлома, представляющего собой взброс-надвиг, образованный в результате меридионального сжатия земной коры. Сложены горы осадочными породами – известняками и доломитами, возраст которых значительно больше – более 270 млн лет. В 1959 г. в Самарской Луке организовывается Жигулёвский заповедник площадью 17 588 га, тянувшийся на 50 км от Усинского залива до Ширяево. В 1967 г. после подъема воды принаполнение Саратовского водохранилища площадь заповедника уменьшались на 300 га. В 1977 г. к заповеднику дополнительно причислено 3910 га.

2) *Кашпирское месторождение горючих сланцев.* Основной полезный компонент – горючие сланцы; попутные – фосфориты, горелые породы отвалов. Месторождение входит в одноимённый сланценосный район, являющийся частью крупного Средневожского сланценосного бассейна.

Кашпирский разрез, находящийся на территории месторождения, является важным геологическим эталоном мирового ранга. Участок разреза, расположенный к северу от шахты «Новокашпирская», в 1987 г. объявлен памятником природы регионального значения (4,2 га с 2008 г.). Действующие выработки и естественные обнажения представляют огромный палеонтологический интерес вследствие нахождения большого количества верхнеюрской и нижнемеловой фауны. Известны находки ископаемых рептилий, в т. ч. новых видов, и ископаемых рыб.

Для освоения запасов основан поселок Новокашпирский. Для химической переработки горючих сланцев месторождения в 1932 г. пущен Сызранский сланцеперерабатывающий завод (ныне ЗАО «Медхим»).

3) *Хвалынский национальный парк.*

Парк образован в 1994 г. для сохранения уникальных природных комплексов Хвалынских меловых гор Приволжской возвышенности и памятников историко-культурного наследия этого края. Самая низкая точка всей русской равнины в Мезозое, стала самой высокой точкой этой равнины вовремя формирования гор Приволжской возвышенности 379м над у. м. – это высота г. Беленькой. Горы действительно белые, потому что состоят из чистейшего мела, который

как никогда не тающий мех снег сверкает круглый год между зеленью сосен с оранжевыми ветвями.

Родниковая вода в многочисленных родниках не просто чистая, а обладает целительными свойствами, особенно в Роднике Святом, который выбивал внутри часовни мужского старообрядческого скита.

В настоящее время в парке разработаны 11 экологических маршрутов, которые проходят по живописным местам, прекрасным ландшафтам с уникальной флорой и фауной и местными достопримечательностями, будь то необычное дерево или сакральный памятник. Названия троп точно отражают их суть: «Родник святой», «Страна грибных туманов», «Пещера Монаха», «Михайловские рассветы», «Путешествие по дну древнего моря», «Яблоневый сад», «Тропа здоровья», «Лесные фантазии».

4) *Озеро Эльтон*. Осенью 2001 г. было принято решение об образовании природного парка «Эльтонский». Расположен он на территории Волгоградской области, Палласовского района. Наиболее известными объектами природного парка являются оз. Эльтон и г. Улаган. Приэльтонье также богато широким разнообразием флоры и фауны. Здесь нередко селятся представители исчезающих видов. Оз. Эльтон – одно из уникальнейших озер не только в России, но и в Европе. Озеро богато запасами соли и лечебной грязи, которые обладают лечебными свойствами. Исследования химического состава воды из Эльтона, показали, что минерализация эльтонских вод в несколько раз выше, чем в Мертвом море. Вместе со временем суток меняется и облик озера: днем Эльтон представляет собой белоснежные соляные просторы, а вечером, на фоне закатного солнца переливается малиновым светом. Наиболее привлекательно озеро выглядит весной.

Неподалеку от озера, также на территории природного парка, расположилась г. Улаган. Рельеф возвышенности уникален тем, что соляной купол горы полностью соответствует впадине оз. Эльтон. Особенности Улагана являются выходы на поверхность различных горных пород, геологический возраст которых начинается с юрского периода, имеющих ископаемую флору и фауну. С верхушки г. Улаган открывается потрясающий вид на Эльтон и территорию природного парка «Эльтонский».

5) *Баскунчак*. Баскунчак – солёное озеро, имеющее площадь около 106 км² в Ахтубинском районе Астраханской области. Располагается на территории Богдинско-Баскунчакского заповедника. Площадь водосбора – 467 км². Плотная вода, за счёт высокой концентрации солей, удерживает тело человека на поверхности озера.

Геологическое строение окрестностей оз. Баскунчак уже долгое время остаётся предметом пристального изучения. На фоне окружающих рыхлых морских кайнозойских отложений в окрестностях оз. Баскунчак обнажаются более древние позднепалеозойские и мезозойские породы, вынесенные на дневную поверхность вследствие солянокупольной тектоники.

Гора Богдо – самая высокая точка Прикаспийской низменности (149,6 м над ур. м., 171 м над ур. оз. Баскунчак). Имеет развитые наземные и подземные формы карстового рельефа – балки, воронки, пещеры, гроты и т. п. На сегодняшний день насчитывается более 30 пещер, самая крупная из них достигает 1,5 км. Удивительные марсианские пейзажи и вид на оз. Баскунчак с вершины горы остаются в памяти на всю жизнь.

Баскунчакское месторождение гипса расположено на западном и юго-западном склонах Баскунчакской котловины.

В настоящее время месторождение вскрыто карьером находящимся в 3 км к юго-западу от железнодорожной станции Нижний Баскунчак и в 2 км от оз. Баскунчак и разрабатывается ЗАО «КНАУФ-Гипс-Баскунчак».

Пещера Баскунчакская – крупнейшая пещера Северного Прикаспия. Она находится в Астраханской области, на северо-западном берегу оз. Баскунчак в балке Пещерная и имеет три основных входа, которые долгое время считались самостоятельными пещерами. Пещера уже долгое время активно посещается и является одной из достопримечательностей данного района.

Географическое расположение объектов и их разнообразие позволяют разработать комплексную геологическую экскурсию с посещением всех туристических объектов Нижнего Поволжья.

*М.Б. Астапов, В.В. Миненкова,
Д.С. Ткач*

К ВОПРОСУ О ПОДГОТОВКЕ И ПОВЫШЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО (АГРАРНОГО) ТУРИЗМА

Кубанский государственный университет

Summary: The article deals with the issue of training and raising the level of skills in the field of rural tourism. The role of KubSU in the development of the rural tourism in the Krasnodar region, as well as the educational activities of the university in this field, are described.

Key words: Rural tourism, education, Kuban State University, Krasnodar region.

Сельский туризм – это комплексный инструмент развития сельских территорий, в том числе особо обогащающая и ценная форма экологического туризма, форма экологической культуры, один из экологических механизмов устойчивости сельских территорий, классическая модель и самый короткий путь от производителя экологической сельскохозяйственной продукции к её потребителю, один из инструментов для развития добровольчества посредством участия в традиционном сельском труде, в сельскохозяйственном производстве, уникальный и эффективный механизм возрождения и развития народной культуры в «глубинке», форма воспитания патриотизма через осознание духовной связи с предыдущими поколениями, занимавшимися сельскохозяйственным трудом и турировавшими на земле, стимул укрепления продовольственной безопасности страны и сохранения биологического разнообразия культурных и «диких» эндемических видов растений [Концепция..., 2016].

В 2016 г. в Краснодарском крае была утверждена Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 гг., направленная на «создание правовых, организационных и экономических условий для формирования туристской деятельности в Краснодарском крае». Целью Концепции является «обоснование одного из приоритетных направлений развития сельских территорий Краснодарского края путем организации нового специфического сектора местной экономики, а также формирования

конкурентоспособного туристического продукта, позволяющего максимально эффективно использовать рекреационный потенциал сельской местности, как фактора, влияющего на стабилизацию экономического развития сельских районов региона».

Согласно Концепции, субъектами сельского (аграрного) туризма являются:

- сельские жители (физические лица, владельцы ЛПХ, частных гостевых домов, музеев, мастера-ремесленники и пр.);
- субъекты малого и среднего бизнеса (ИП, ООО и иные);
- крестьянско-фермерские хозяйства;
- некоммерческие организации, ТОС, неформальные объединения, ассоциации, кооперативы и иные группы лиц, объединившиеся на почве общих интересов в сфере сельского туризма;
- учреждения культуры и образования, фольклорные и иные творческие коллективы, вовлеченные в описанную выше деятельность в сфере сельского туризма;
- туристско-экскурсионные организации [Концепция..., 2016].

Все перечисленные типы субъектов (за исключением, пожалуй, последних двух) являются сельскохозяйственными производителями, их основной хозяйственный вид деятельности – производство и реализация сельскохозяйственной продукции, деятельность в сфере сельского туризма, вместе с другими видами несельскохозяйственной деятельности, не является для них основной. В противном случае субъект хозяйственной деятельности неминуемо потеряет статус сельскохозяйственного производителя.

В связи с вышеобозначенным остро стоит вопрос о качестве трудовых ресурсов в сфере сельского туризма с точки зрения владения ими профессиональными компетенциями в туристской и сервисной деятельности. Очевидно, что субъекты данного сегмента туристского рынка имеют иное профильное образование и должны испытывать потребность в знаниях и умениях, связанных с организацией обслуживания потребителей туруслуг [Астапов М.Б., 2012]. Остроту вопроса подтверждает тот факт, что одним из приоритетных направлений развития сельского туризма Концепция определяет развитие кадрового потенциала и организацию работы по проведению курсов повышения квалификации не только для хозяйствующих субъектов, но и для органов местного самоуправления. Важное место в данном процессе занимает разработка, организация и проведение образовательных семинаров, тренингов, интерактивных конференций научно-практического характера для участников рынка.

Основными кадровыми проблемами в развитии сельского туризма не только в Краснодарском крае, но и в целом в России являются:

- незнание основ туриндустрии и гостеприимства у сельских жителей, готовых принимать гостей;

- нежелание и (или) неумение предоставлять дополнительные услуги, кроме размещения;

- инертность деревенских жителей, их нежелание заниматься турбизнесом (боязнь риска);

- отсутствие на местах обучающих и консультационных центров, где можно было бы получить знания и консультации по основам предпринимательства и организации сельского туризма [Миненкова В.В., 2017];

- нехватка специалистов-практиков, способных вести занятия на высоком профессиональном уровне;

- отсутствие примеров изучения и заимствования зарубежного опыта в сфере развития сельского туризма.

Обеспечение научно-методической и образовательной поддержки развития сельского (аграрного) туризма предполагает обязательное привлечение образовательных учреждений среднего и высшего профессионального образования, ведущих профильное обучение для данной сферы.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» осуществляет подготовку кадров для индустрии туризма и гостеприимства с 1994 г. В Институте географии, геологии, туризма и сервиса работает кафедра международного туризма и менеджмента, в рамках деятельности которой обучаются будущие специалисты по направлениям бакалавриата 43.03.02 «Туризм», 43.03.03 «Гостиничное дело» и 43.03.01 «Сервис». Кроме этого, реализуется программа магистратуры 05.04.02 «География», профиль «Рекреационная география и туризм» [www.kubsu.ru].

КубГУ принимает активное участие в реализации Концепции развития сельского (аграрного) туризма в крае. В 2017 г. был заключен договор между КубГУ и Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, предметом которого является создания проектного офиса и вовлечения КубГУ в процесс реализации Концепции в части решения социальной задачи, связанной с повышением качества обслуживания туристов как важнейшего элемента развития сферы услуг в сельских районах Краснодарского края, а также в части проведения мониторинга реализации Концепции.

В 2018 г. заключены договоры о стратегическом сотрудничестве с Ассоциацией сельского туризма и АНО «Агентство развития сельских

инициатив», согласно условиям которых стороны принимают на себя обязательства по совместному осуществлению долговременного партнерства и сотрудничества в области образовательной, научно-исследовательской, экспертно-консультационной деятельности в целях развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае.

В области образовательной деятельности данными договорами предусмотрены следующие основные направления стратегического сотрудничества:

- обмен передовым опытом в области подготовки кадров для сельского (аграрного) туризма;

- взаимное приглашение ведущих специалистов КубГУ и практиков отрасли для чтения лекций, проведения мастер-классов, тренингов, семинаров, консультаций по актуальным проблемам развития сельского (аграрного) туризма;

- повышение профессионального уровня сотрудников путем стажировок, повышения квалификации и переподготовки кадров;

- развитие новых форм обучения, в том числе дистанционного обучения;

- проведение совместных учебных курсов и студенческих практик;

- совместное руководство научно-исследовательскими работами студентов, магистрантов, аспирантов.

В настоящее время реализованы проекты организации и участия ряда мероприятий, направленных на создание системы подготовки кадров, формирование банка программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере сельского туризма. Наиболее известным является проект «Школа агротуризма», инициированный Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. В качестве спикеров на данном мероприятии выступают представители вузов, предприятий-лидеров санаторно-курортного и туристского комплекса края, предприятий, оказывающих финансовую поддержку малому и среднему бизнесу. Слушатели получают информацию о том, как можно организовать эффективный бизнес, разработать стратегию по его развитию, выявить конкурентные преимущества, использовать их в деятельности компании, как пользоваться инструментами финансовой поддержки широко представленной в крае такими организациями, как Фонд микрофинансирования, Гарантийный фонд и другими, продвигать свой продукт на внутреннем и внешних рынках [<https://min.kurortkuban.ru>].

С точки зрения формирования программ повышения квалификации и развития персонала предприятий-субъектов рынка

сельского туризма наиболее целесообразными представляются темы, посвященные теории и практике развития сельского туризма, нормативно-правовым основам сельского туризма, особенностям организации размещения туристов и предоставления им основных и дополнительных услуг, управлению качеством и др. Отдельного внимания заслуживают вопросы экскурсионного обслуживания как способа организации свободного времени туристов в агротуре. Кроме того, актуальными (как и для всех предприятий обслуживания туристов) и востребованными являются тренинговые программы, обучающие клиентоориентированному сервису, коммуникативной компетентности, работе с возражениями, формированию гостеприимной среды, эмоциональному интеллекту в сфере гостеприимства и др.

В заключении важно отметить, что в условиях динамично развивающегося рынка сельского (аграрного) туризма вопросы подготовки и развития кадров напрямую связаны с необходимостью формирования у них специальных профессиональных компетенций, направленных на удовлетворение потребностей потенциальных агротуристов и соответствие запросам всех субъектов рыночных отношений.

Список использованных источников

1. *Астапов М.Б.* Соответствие уровня подготовки выпускников специальностей «Гостиничное дело» и «Туризм» требованиям руководителей предприятий размещения / М.Б. Астапов, М.Ю. Беликов, Д.В. Жаворонков и др. / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2012.

2. Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 гг. URL: <https://min.kurortkuban.ru>.

3. *Миненкова В.В.* Сельский туризм: сущность и направления развития / Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: матер. Всеросс. науч.-практ. конфер. Краснодар, 2017.

РАЗВИТИЕ АГРОТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Agrotourism is one of the popular developing areas of tourism. Krasnodar region has favorable conditions for the development of this type of recreation.

Key words: agrotourism, rest, recreational resources.

В настоящее время появилась тенденция замещать привычный отдых на пляже новыми видами рекреации, одним из них является агротуризм. Агротуризм – это отдых в сельской местности, в действующем фермерском хозяйстве, в основе которого лежит использование природных, социокультурных, культурно-исторических и иных ресурсов. Туристы, наряду с отдыхом, вовлечены в сельский образ жизни через участие в традиционном сельском труде с предоставлением для них средств размещения, питания и других видов услуг, воспроизводимых в сельской местности.

Появившись в начале XIX в., агротуризм приобрел огромную популярность во многих странах. В мире существует несколько моделей организации агротуризма по национальному колориту. Выделяют четыре основных модели: западноевропейская, восточноевропейская, англо-американская и азиатская [Даитов В.В, 2011].

Западноевропейская модель является примером успешного опыта организации агротуризма. Она отличается комплексным подходом к развитию аграрного туризма. Восточноевропейская модель сельского туризма основана на разработке программ по реконструкции деревень и в отличие от западноевропейской модели является более затратной. Англо-американская модель, наряду с западноевропейской, успешно реализуется в Великобритании и США, обладает характерными чертами: ориентированность на внутренний туризм, предоставление основного набора услуг и др. Азиатская модель определяется присутствием национального колорита при большом количестве дополнительных услуг и размещении агротуристов в специально построенных «VIP-деревнях», расположенных в сельской местности.

За последние двадцать лет агротуризм стал высокодоходным сектором туристической индустрии при успешной реализации его моделей. В ряде

государств аграрный туризм является одним из ведущих направлений, отражающих национальные концепции развития туристской отрасли (например, Германия, США, Индия, Кипр, Швейцария, Великобритания, Польша).

В Российской Федерации развитие агротуризма может быть эффективным и с экономической, и с социальной точек зрения. Максимального эффекта функционирования отрасли можно добиться только если агротуризм будет развиваться не спонтанно, а в рамках специальной программы федерального, межрегионального или регионального значения. Иначе локальные проекты в сфере аграрного туризма в условиях недостатка финансовых ресурсов будут обречены на трудное и медленное развитие.

Для развития агротуризма в России наиболее приемлемо сочетание сельскохозяйственного производства с предоставлением туристских услуг. Регионы России дифференцированы по потенциалу развития агротуризма.

В Краснодарском крае на сегодняшний день имеется возможность удачно сочетать деятельность в сфере АПК (растениеводство, садоводство, животноводство, овощеводство, пчеловодство, коневодство, виноградарство и виноделие, чаеводство, бахчеводство и т.д.) с организацией активного отдыха и проживания туристов, показом природных достопримечательностей [Бекух З.А., 2017].

В Краснодарском крае можно условно выделить территории, отличающиеся природными условиями и возможностями их использования для развития агротуризма:

– *Предгорная часть края* (Мостовской, Лабинский, Северский и Крымский районы, г. Горячий Ключ). Этот район отличается концентрацией элементов агротуризма, подходит для всесезонного отдыха. Территории этой части края способны привлечь рекреантов охотой, рыбалкой, конными прогулками, сбором грибов и ягод в лесу, экскурсиями по местным достопримечательностям, приготовлением и дегустацией национальных блюд, легким трудом в местных хозяйствах и ремесленных мастерских, участием в традиционных праздниках и обрядах и др.

– *Азовское побережье* и прилегающие территории. Этот район привлекает туристов, в первую очередь, наличием большого количества водоемов, в том числе плавней, ввиду чего наиболее пригоден для проведения рыбной ловли и охоты. Район отличается культурной и этнической самобытностью (курени, казачьи станицы и т.д.), подходит для вовлечения рекреантов в посильный труд на личных подворьях сельских жителей. На территории района не могут круглый год в полном объеме оказывать услуги агротуризма (в зимнее время перечень агротуристических мероприятий значительно меньше, чем в теплое время года);

– *Черноморское побережье* (от Анапы до Сочи). В этом районе используются отдельные агротуристские элементы: Адлеровское форелевое хозяйство, турбаза «NewВасюки», ЗАО «Дагомыс чай», пасеки Краснополянского пчеловодства, винодельня «Кантина», «Подворье старого грека», Центр винного туризма «Абрау-Дюрсо» и др., которые активно посещают в период летнего отдыха у моря;

– *Степная часть Краснодарского края*. Несмотря на то, что это территория интенсивного развития сельского хозяйства, агротуризм развит очень слабо. Вместе с тем эти территории обладают большой перспективой. Вовлечение в агротуризм сельхозпредприятий, фермерских и личных подсобных хозяйств, рыбалки и охоты (которые сейчас происходят стихийно) даёт возможности для развития этого вида деятельности. Наиболее благоприятно развитие агротуризма в теплое время года, но при достаточном благоустройстве и организации активного досуга (ремесленные мастер-классы, участие в традиционных обрядах и др.), агротуризм может развиваться круглогодично.

Краснодарский край является одним из наиболее перспективных районов для развития агротуризма в России. Необходимо, учитывая вышеуказанные характеристики, стремиться к становлению и популяризации агротуристской деятельности, как экономически выгодного вида отдыха для предпринимателей и доступного для отдыхающих. Развитие аграрного туризма может положительно сказаться на социально-экономическом развитии территории: обеспечит рабочие места сельскому населению; сохранит значимость истории районов края; снизит отток населения из сельской местности; создаст дополнительный доход для сельских жителей и др. [Концепция..., 2018].

Список использованных источников

1. *Бекух З.А.* Перспективы развития агротуризма в Краснодарском крае (на примере Приморско-Ахтарского района) / З.А. Бекух, И.А. Говоруцкая / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодежной науч.-практич. конф. «Наука, творчество и инновации молодых ученых в XXI веке». Краснодар, 2017.

2. *Даитов В.В.* Мировой опыт организации агротуризма в контексте развития сельских регионов России / Эко- и агротуризм: перспективы развития на локальных территориях: матер. III Междунар. науч.-практ. конф. 2011.

3. Концепция развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 гг. URL: <https://min.kurortkuban.ru>

ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Recreational resources affect the territorial organization of recreation, the formation of centers and their specialization. For the rational development of the territory, an objective assessment of the recreational potential of the territory is needed.

Key words: recreational resources, Krasnodar region, development of the territory, recreational potential.

Под рекреационным потенциалом территории понимается вся совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [Мищенко Т.А., 2009]. Для оценки рекреационного потенциала каждый муниципальный район и городской округ Краснодарского края был рассмотрен по конкретным позициям, наиболее значимым и требующим учета при оценке рекреационного потенциала. Согласно методике оценки рекреационных ресурсов, предложенной О.В. Янцер, были выделены следующие критерии оценки рекреационного потенциала территорий Краснодарского края:

1) эстетичность (привлекательность) ландшафтов: сильно нарушенные ландшафты (0–2 балла), нарушенные ландшафты (3–5 баллов), ненарушенные и культурные ландшафты (6–8 баллов), уникальные ландшафты (9–10 баллов);

2) расчлененность рельефа: нерасчлененный (0 баллов), слабо расчлененный (1–2 балла), средне расчлененный (3–4 балла), сильно расчлененный (5 баллов);

3) климатические условия: полярный климат (0 баллов), умеренный холодный климат (1 балл), экваториальный климат (2 балла), умеренный теплый и тропический климат (3 балла), субтропический климат (4 балла), климат с лечебными свойствами (5 баллов);

4) водные ресурсы: водных объектов нет (0 баллов), равнинные реки малых порядков (1 балл) и озера (2 балла), горные реки малых порядков (3 балла), равнинные реки средних порядков (4 балла) и озера (5 баллов), горные реки средних порядков (6 баллов), равнинные реки крупных порядков (7 баллов) и озера (8 баллов), горные реки крупных порядков (9 баллов), морские и уникальные акватории (10 баллов);

5) наличие пляжей: пляжей нет (0 баллов), трудно используемые (1 балл), пляжи на реках и озерах, используемые в теплый период года (2 балла), морские пляжи, используемые в теплый период года (3 балла), пляжи на реках и озерах, используемые круглый год (4 балла), морские пляжи, используемые круглый год (5 баллов);

6) наличие памятников природы: памятников природы нет (0 баллов), единичные памятники природы местного значения (1 балл), памятники природы местного значения 10–20 (2 балла), более 20 (3 балла), единичные памятники природы регионального значения (4 балла), памятники природы регионального значения 10–20 (5 баллов), большое количество, более 20 (6 баллов), единичные памятники государственного значения (7 баллов), памятники природы государственного значения около 10–20 (8 баллов), более 20 (9 баллов), памятники природы мирового значения (10 баллов);

7) бальнеологические ресурсы: бальнеологических ресурсов нет (0 баллов), термальные воды местного значения (1 балл), регионального значения (2 балла), государственного значения (3 балла), лечебные воды местного значения (4 балла), регионального значения (5 баллов), государственного значения (6 баллов), лечебные воды и грязи местного значения (7 баллов), регионального значения (8 баллов), государственного значения (9 баллов), уникальные бальнеологические ресурсы (10 баллов);

8) охотничьи и рыбные ресурсы: отсутствие ресурсов (0 баллов), рыбные ресурсы местного значения (1 балл), регионального значения (2 балла), государственного значения (3 балла), охотничьи ресурсы местного значения (4 балла), регионального значения (5 баллов), государственного значения (6 баллов), охотничьи и рыбные ресурсы местного значения (7 баллов), регионального значения (8 баллов), государственного значения (9 баллов), уникальные охотничьи и/ или рыбные ресурсы (10 баллов);

9) экологическая ситуация: катастрофическая (0 баллов), кризисная (1–2 балла), критическая (3–4 балла), напряженная (5–6 баллов), конфликтная (7–8 баллов), относительно удовлетворительная (9–10 баллов);

10) наличие памятников истории: памятников истории: нет (0 баллов), единичные памятники истории местного значения (1 балл), памятники истории местного значения 10–20 (2 балла), более 20 (3 балла), единичные памятники истории регионального значения (4 балла), памятников истории регионального значения 10–20 (5 баллов), более 20 (6 баллов), единичные памятники истории государственного значения (7 баллов), памятников истории государственного значения 10–20 (8 баллов), более 20 (9 баллов), памятники истории мирового значения (10 баллов);

11) туристская инфраструктура: туристская инфраструктура отсутствует (1 балл), развита слабо (2 балла), развита средне (3 балла), развита хорошо (4–5 баллов);

12) транспортная доступность: транспортные пути отсутствуют (0 баллов), расстояние до транспортных путей местного значения превышает 100 км (1 балл), 50–100 км (2 балла), не превышает 50 км (3 балла), расстояние до транспортных путей регионального значения превышает 100 км (4 балла), 50–100 км (5 баллов), не превышает 50 км (6 баллов), расстояние до транспортных путей федерального значения превышает 100 км (7 баллов), 50–100 км (8 баллов), не превышает 50 км (9 баллов), крупные транспортные узлы (10 баллов).

Все присвоенные баллы муниципального образования по каждому показателю суммировались, и присваивался общий итоговый балл. Следующим этапом работы стало деление всех территорий края на 4 группы согласно присвоенным баллам рекреационного потенциала муниципального образования края. Для этого использовалась формула нахождения равного интервала (1), после чего полученный интервал суммировался со значением каждой предыдущей группы.

$$i = (X_{\max} - X_{\min}) / 4 \quad (1)$$

где X_{\max} – 86 баллов (город-курорт Сочи); X_{\min} – 34 балла (Курганинский район).

Таким образом:

$$i = (X_{\max} - X_{\min}) / 4 = (86 - 34) / 4 = 13.$$

По итогам расчетов были сформированы 4 группы:

1) с низким рекреационно-туристским потенциалом (34–46 баллов): Белоглинский, Выселковский, Динской, Калининский, Кореновский, Крыловский, Курганинский, Ленинградский, Новокубанский, Тимашевский районы;

2) со средним рекреационно-туристским потенциалом (47–59 баллов): Город-герой Новороссийск, Щербиновский, Усть-Лабинский, Успенский, Тихорецкий, Тбилисский, Староминской,

Павловский, Новопокровский, Мостовской, Лабинский, Кущевский, Красноармейский, Каневской, Кавказский, Гулькевичский, Белореченский, Брюховецкий районы;

3) с высоким рекреационно-туристским потенциалом (60–73 балла): Абинский, Апшеронский, Ейский, Крымский, Отрадненский, Приморско-Ахтарский, Северский, Славянский районы, г. Краснодар, г. Армавир;

4) с очень высоким рекреационно-туристским потенциалом (74–86 баллов): Темрюкский, Туапсинский районы, Город-курорт Анапа, Город-курорт Геленджик, Город-курорт Сочи, г. Горячий Ключ.

Группа районов с низким рекреационно-туристским потенциалом не отличается живописными ландшафтами и расчлененностью рельефа, практически полностью отсутствуют памятники природы, бальнеологические ресурсы, организованные пляжи на берегах водоемов, экологическая ситуация напряженная, слабо развита туристская инфраструктура. Однако на территориях данных районов имеется большое количество памятников истории и археологии, охотничьих и рыбных ресурсов, развита транспортная сеть. Возможно развитие познавательного, военно-патриотического туризма и др. [Волкова Т.А. и др., 2012]. Муниципальные образования со средним рекреационно-туристским ресурсным потенциалом характеризуются необорудованными пляжами на берегах водоемов, отсутствием памятников природы и бальнеологических ресурсов, нестабильной экологической ситуацией.

Перспективными направлениями развития рекреации регионов данной группы являются: спортивный туризм, военно-патриотический туризм, познавательный туризм, религиозный туризм, рыболовный туризм и др. Проблемы использования рекреационных ресурсов третьей группы муниципальных образований Краснодарского края с высоким рекреационно-туристским ресурсным потенциалом: немногочисленны памятники природы и культуры в районах с равнинным рельефом, пляжи рек и озер остаются необорудованными, остается проблема слабой туристской инфраструктуры в некоторых районах группы.

Благодаря разнообразным бальнеологическим ресурсам и относительно благоприятной экологической ситуации, перспективен оздоровительный туризм, также познавательный, религиозный, спортивный, экстремальный, конный туризм, рыболовный и охотничий туризм, путешествия к памятникам природы и др. [Мищенко А.А., Волкова Т.А., 2014]. Проблемы существуют и в четвертой группе

муниципальных образований с очень высоким рекреационно-туристским ресурсным потенциалом, которые связаны с экологической ситуацией, сложившейся в некоторых муниципальных образованиях. Однако данные муниципальные образования имеют большой потенциал в развитии пляжного, оздоровительного, спортивного, экстремального, горнолыжного, этнографического и других видов туризма [Мищенко Т.А., 2006].

Опубликовано при поддержке ОГОН РФФИ и администрации Краснодарского края, проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р)

Список использованных источников

1. Волкова Т.А. Мифологизация рекреационного пространства как фактор освоения территории / Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, А.А. Мищенко, В.В. Задорожня / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2012.

2. Мищенко А.А. Современное состояние степных ландшафтов северо-западной части Краснодарского края / А.А. Мищенко, Т.А. Волкова / Аграрная география в современном мире. Краснодар, 2014.

3. Мищенко Т.А. Особенности территориальной дифференциации окружающей среды Краснодарского края с учетом ландшафтно-экологических особенностей / Актуальные вопросы экологии и охраны природы экосистем южных регионов России и сопредельных территорий: матер. XIX Межресп. науч.-практ. конф. 2006.

4. Мищенко Т.А. Рекреационный потенциал территории: содержание и проблемы оценки / География: проблемы науки и образования: матер. Всеросс. науч.-метод. конф. СПб, 2009.

ВОЗМОЖНОСТИ САНАТОРНО-ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА НА ОЗЕРЕ ИНДЕР

Атырауский университет нефти и газа, Казахстан

Summary: Tourist activity is an important component of the economic and socio-political development of a region and country. The identification of favorable factors for tourism on Inder Lake and the creation of a sanitary and tourist entertainment complex for active recreation of Kazakhstan population will increase its attractiveness even for other nearby peoples.

Key words: Tourism, Inder Lake, sanitary and tourist entertainment complex, wishes, medicinal properties.

Во многих странах туризм является основным двигателем устойчивого экономического (увеличение ВВП), социального (создания прямых и косвенных рабочих мест) и политического развития, при этом для нескольких стран (Доминиканская Республика, Израиль, Кыргызстан и др.) туризм является одним из основных источников дохода и борьбы против бедности. Данный факт объясняется различными преимуществами туристической деятельности:

– созданием различных рабочих мест в сферах проживания и питания, отдыха и развлечений, пассажирского транспорта, туристических услуг, требующих различного уровня компетенции, подготовки и опыта;

– значительными возможностями для развития карьеры и продвижения;

– благоприятными условиями работы (возможность взаимодействовать с другими культурами).

В ряде мест Казахстана туризм в настоящее время умеренно развивается (Медео, Шымбулак и др.), а в некоторых, таких как оз. Индер туристическая активность еще низкая, хотя существующие здесь многочисленные факторы способствуют привлечению туристов, в т.ч. и иностранных. К этим факторам относятся географическое расположение территории и рельеф местности вокруг озера, микроклимат, достопримечательности и целебные качества самого озера. Крупное эллипсоидное оз. Индер находится в северной части

Атырауской области, в 180 км от г. Атырау Казахстана (Рис. 1), где наблюдается ярко выраженные соляно-купольные ландшафты.

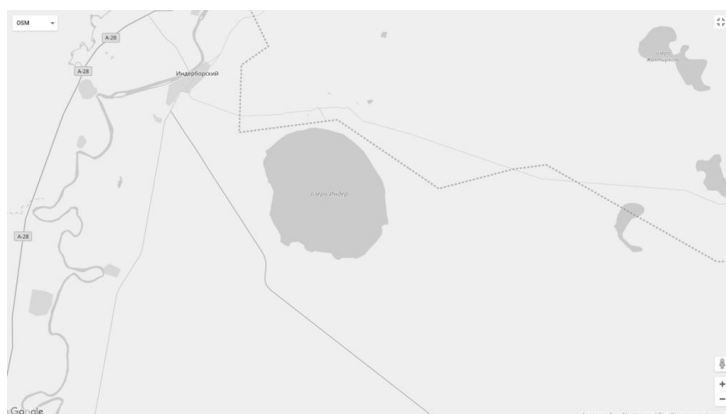


Рис. 1 – Изображение оз. Индер со спутника зимой [Спутниковая карта оз. Индер..., 2018]

Это озеро несколько вытянуто с северо-востока, а его общая площадь составляет 115 км² (при длине 13,5 км, ширине 11 км и глубине 0,7 м). С севера озеро окружено Индерскими горами, а южная часть озера пологая, незаметно переходящая в степное плато (Рис. 2).



Рис 2. – Вид оз. Индер летом [Озеро Индер..., 2018]

Климат региона оз. Индер – континентальный и аридный с ливневым характером осадков. В зимнее время дневная температура редко опускается ниже -20°C . Средняя летняя температура $+20-25^{\circ}\text{C}$ является явным плюсом оз. Индер. Погодные условия существенно влияют на состоянии озера, поэтому в весеннее и зимнее время оно покрыто тонким слоем рапы, а в летнее и осеннее время года рапа остается лишь в северной и северо-западной части и то небольшими линзами. Кроме того, скорость ветра варьируется в диапазоне 1–10 м/с (иногда больше), что и открывает новые возможности по реализации различных водных спортивных занятий (серфинг, виндсерфинг на искусственных волнах и др.).

На побережье оз. Индер имеется около 80 родников, а также 2 ручья (Белая Ростошь и Аскай) [Ахмеденов К.М., 2014; Петрищев В.П., 2011]. Воды, поступающие из талого снега и дождей, родников, многочисленных прибрежных соляных ключей и грунтовых вод снабжают озеро. Концентрация солей в водах озера бессточной категории велика, что приводит к их кристаллизации и выпадению в осадок на дно. Самыми значимыми родникам хлоридно-натриевого сероводородного железистого типа являются Тилепбулак с дебитом (более 5 л/с и минерализации 111,6 г/л) и Ащетузбулак, воды которых используются в бальнеологии (Рис. 3).



Рис 3. – Родники Тилепбулак слева и Ащитузбулак справа [Ахмеденов К.М., 2014]

Оз. Индер со своим благоприятным сочетанием горного и морского климата является перспективным санитарно-туристическим направлением, на котором кроме активного отдыха, имеются благоприятные условия для исцеления болезней. Такое же бальнеологическое воздействие встречается и на Черном море. Это объясняется химическим составом озера (Табл. 1).

Табл. 1 – Химический состав воды в роднике Тилепбулак [Ахмеденов К.М., 2016]

Единицы измерения	Cl ⁻	SO ₄ ²⁻	HCO ₃ ⁻	Na ⁺	Mg ²⁺	Ca ²⁺
г/л	64	4,135	0,287	4,169	0,307	1,2

Вокруг родников выкопаны около 100 земляных ванн (Рис. 4) [Петрищев В.П., 2015], используемые для процедуры лечения местных жителей и приезжих от различных болезней (таких как болезнь суставов, астма, бронхит, гинекологические заболевания и др.).



Рис 4. – Выкопанные земляные ванны [Петрищев В.П., 2015]

Процесс излечения на оз. Индер происходит за счет обмена в организме человека микроминеральных веществ, встречаемых в воде и в воздухе. Грязь оз. Индер обогащается теми же минералами, что и мертвое море, которые стимулируют кровообращение и помогают уменьшить проблемы с суставами и боль, вызванную ревматизмом. Вода, воздух, грязь и сера являются ключевыми элементами климатических воздействий и излечения организма. Эти особенности используются в основном для лечения проблем кожи, ревматизма, а также астмы и респираторных проблем. Лечение должно сопровождаться изучением организма пациента для выяснения противопоказаний через разработку индивидуальной программы лечения от солнечных лучей и определения периода процедур на открытом воздухе (в зависимости от сезона и типа кожи), лечение псориаза, витилиго, атопического дерматита, заболеваний кожи, ревматизма, склеродермии и увеита, псориатического артрита, астмы, контроль содержания кислорода в крови, дыхательные и силовые упражнения и т.д. Однако, при наличии всех этих благоприятных факторов, санитарно-туристическая активность на оз. Индер является до сих пор маргинальной деятельностью. Такое положение вещей обусловлено тем что, во-первых, озеро и окружающий его ландшафт все еще малоосвоены. Во-вторых, слабая дорожная сеть до озера и на территории озера (25 км езды по грунтовой дороге от Индерского района) препятствует значительному развитию туризма. Кроме этого, в районе, на данный момент нет адекватной инфраструктуры (гостиниц для отдыха, развлекательных площадок, магазинов, кафе для питания и пр.). Решение этого вопроса можно добиться, предоставляя на рынок качественные конкурентоспособные туристические продукты, поддерживаемые правильными социально-экономико-политическими действиями по созданию лечебно-развлекательных комплексов.

Осознание пользы санаторно-туристической деятельности в социально-экономической среде и ее медиатизация приведут к повышенному интересу людей из разных регионов Казахстана для отдыха на оз. Индер. В связи с высокой конкуренцией, удовлетворять потребности клиентов можно при создании санаторных и туристическо-рекреационных условий (туризм со спортивными компонентами, отели и пансионаты, лагерь, лизинг, гостевые дома, туристические резиденции и т.д.). При планировании развития туристской деятельности необходимо предусматривать решение следующих вопросов:

- обеспечение конкурентоспособной среды (создание медицинского центра для лечения, профилактики здоровья, разработка и построение физкультурно-оздоровительных и развлекательных комплексов) с экономической, экологической и социально-политической стабильностью;
- сезонного характера спроса и интеграции между туризмом и другими видами экономической деятельности;
- воздействие туристической активности на природные ресурсы;
- децентрализации доходов от туризма, активно вовлекая местное население.

Список использованных источников

1. *Ахмеденов К.М.* Анализ факторов формирования родниковых вод и развития родниковых урочищ прикаспийской низменности западного Казахстана // Вестник ВКГТУ. 2014. №4.
2. *Ахмеденов К.М.* Индер – ландшафтная геосистема соляно-купольного происхождения / К.М. Ахмединов, В.П. Петрищев, А.Г. Кошим // KazNUBulletinGeographyseries. 2016. №1.
3. Озеро Индер. Казахстан. URL: <https://radomirkka.livejournal.com/138381.html>.
4. *Петрищев В.П.* Особенности формирования ландшафтов Индерского соляно-купольного района (Прикаспийская впадина) / В.П. Петрищев, А.А. Чибилёв, К.М. Ахмеденов, С.К. Рамазанов // География и природные ресурсы. 2011.
5. *Петрищев В.П.* Особенности компонентов ландшафтных геосистем соляно-купольного происхождения западной части Прикаспийской впадины / В.П. Петрищев, С.Ю. Норейка, Н.В. Петрищева, К.М. Ахмеденов // Вестн. Оренбургского гос. ун-та. 2015. №6.
6. Спутниковая карта оз. Индер. URL: <https://www.google.ru/maps/place/Индер>.

**ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ
ОБЪЕКТОВ РЕКРЕАЦИИ г. КРАСНОДАР
НА ПРИМЕРЕ ПАРКА им. ГОРЬКОГО**

Кубанский государственный университет

Summary: In article results of research of objects of recreation at the territory of Krasnodar. The obtained data indicate the category of ecological stability of different types of plantings. A number of measures aimed at reducing the recreational impact on the investigated stands, predicting their further digression, as well as increasing the recreational stability and preserving the aesthetic appeal of the resulting plantations are proposed.

Key words: forest plantations, environmental sustainability, recreation facilities.

Значение рекреационных ресурсов определяется в качестве лесного биогеоценоза, способного оказывать влияние на восстановление физических, духовных, морально-эмоциональных сил человека, утраченных в процессе трудовой деятельности [Иразова М.А., 2016]. Очевидно, что рекреанта, в меньшей степени интересует вопрос запаса древесины на лесном участке, используемом для осуществления рекреационной деятельности, а в большей степени качество природного ландшафта и потенциал досуга на этом участке.

Объекты озеленения испытывают высокую рекреационную нагрузку. Для поддержания комфортной рекреационной среды необходимо создание благоприятного микроклимата и сохранение природных ресурсов в удовлетворительном состоянии. Ухудшение одного из компонентов зоны отдыха, ликвидирует функцию оздоровления населения. В связи с этим актуально изучение состояния рекреационных объектов.

Цель наших исследований определение экологического состояния объектов рекреации г. Краснодара на примере парка им. Горького в современных условиях.

Объектами исследований являются разные по составу насаждения парка имени Горького г. Краснодар. Исследования проводились в 2017–2018 гг. по общепринятым методикам и рекомендациям [Ивонин В.М.2014; Примаков Н.В., 2017].

В парке произрастают: *Styphnolobium japonicum* (L.) Schott, *Corylus colurna* L., *Ginkgo biloba* L., *Morus alba* L., *Picea pungens f. glauca* Beissn., *Picea pungens f. viridis* Red., *Fraxinus excelsior* L., *Pinus sylvestris* L., *Quercus robur* L., *Tiliacordata* Mill., *Populus alba* L., *Populus italica* (Du Roi) Moench., *Thuja orientalis* L., *Betula pendula* Roth., *Carpinus betulus* L., *Salix babylonica* L., *Catalpa bignonioides* Walter., *Aesculus hippocastanum* L., *Robiniapseudoacacia* L., *Viburnum opulus* L., *Syringa vulgaris* L., *Spiraea vanhouttei* (Briot) Carrière., *Taxus baccata* L., *Buxus scolchica* Pojark., *Hibiscus syriacus* L. и др.

Для изучения экологического состояния древесных насаждений в парке было заложено 9 вариантов исследований, на которых проведены измерения 484 деревьев и кустарников, относящимся к 2 отделам, 21 семейству и 24 родам.

Наиболее часто в насаждениях парка встречаются следующие породы: *Robiniapseudoacacia* L., *Acer platanoides* L., *Juglans nigra* L. и *Fraxinus pennsylvanica* March и др.

Табл. 1 – Некоторые таксационные характеристики древесных насаждений парка им. Горького

№ пп	Состав насаждения	Среднее значение				
		Высота, м	Диаметр, см	Бонитет	Экологическая оценка	Запас, м ³
1	10Оч	21,7	116,0	III	3	25,71
2	6Рл2Ко1Оч1Кз ед. Шб Лм	16,3	65,0	III	3	5,32
3	2Яп2Вм2Оч1Кк1Лм1Рл1Кб ед. Кл ЯоСп Ко Ог	13,0	56,0	III	2	4,44
4	3Оч2Гд1Екз1Яп1Тя1Кб1Тв ед. КкДч Ко Кз	12,0	44,0	III	2	4,78
5	2Со2Кк2Вм2Яп1Кл1Рл ед. ТпШбЛк Лм Ог Ко КпВш	13,8	60,1	III	3	5,55
6	3Ко2Яп2Пз2Тв1Дчп ед. Гс Кс ПвКк Кл ГтДч Лм ЯоШбРл	11,8	46,0	III	2	5,62
7	3Ко2Тя2Мв1Оч1Кл1Пв ед. Рл Тс ПзЯпШбДчпЯоГд	10,8	33,4	II	2	3,8
8	4Рл2Ко2Тя1Пз1Екз ед. ВгМвКкБпОчДчп Ср Лм Яо Кл	12,4	51,0	III	2	5,18
9	4Рл2Яп1Вм1Дч1Тв1Кб ед. ШбГтВгГд Лм Ср Мв Ко	11,0	50,0	III	2	3,76

Состав насаждений (по вариантам исследований) и рассматриваемые таксационные характеристики представлены в таблице 1. Максимальный диаметр (116 см), как и наибольшая высота, наблюдается на первом варианте, в насаждении ореха черного. Наименьший диаметр (33,4 см) отмечен на седьмом варианте насаждения клена остролистного, так же, как и минимальная высота (10,8 м).

Важным показателем эколого-экономической оценки насаждения является бонитет. В парке им. Горького на 8 исследуемых вариантах этот показатель равен III, и только на одном из вариантов исследований (ЗКо2Тя2Мв1Оч1Кл1Пв ед. Рл Тс ПзЯпШбДчЯоГд) – II.

По запасу преобладают рядовые посадки ореха черного (25,71 м³). Запас остальных пробных площадей колеблется от 3,76 до 5,62 м³. Такой незначительный запас объясняется разновозрастными посадками и преобладанием молодняка в насаждениях.

Экологическая оценка состояния деревьев и кустарников в насаждениях проводилась по 6 категориям. Соотношение отображено на рисунке 1.

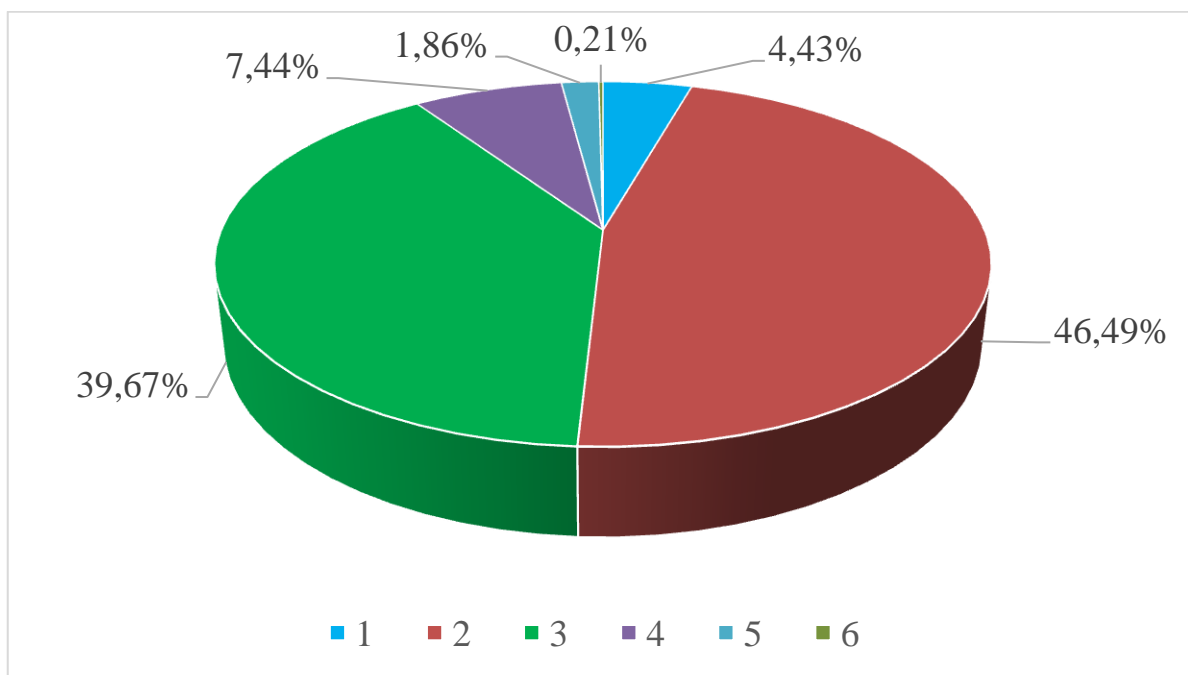


Рис. 1 – Соотношение категорий экологического состояния деревьев и кустарников парка им. Горького

Наиболее распространены деревья 2 (ослабленные) и 3 категории (сильно ослабленные), составившие 46,49 % и 39,67 % соответственно от общего количества деревьев. Категория усыхающих деревьев (4)

занимает 7,44%, без признаков ослабления (1) – 4,43%, а сухостой текущего (5) и прошлого года (6) – 1,86 % и 0,21 % соответственно.

Таким образом, состояние рекреационных объектов г. Краснодар можно считать удовлетворительным и выполняющим свои функции. Подавляющее большинство исследуемых деревьев отнесено к 2 категории (ослабленным) и 3 (сильно ослабленным). Незначителен процент экземпляров относящихся к 5 и 6 категории. Это свидетельствует о регулярном проведении мероприятий по санитарному состоянию насаждений и не достаточны мероприятия по уходу и охране лесных объектов рекреации.

Лучшими таксационными характеристиками и экологическим состоянием обладают чистые насаждения ореха черного на первом варианте исследования и смешанные насаждения с главной породой робиния лжеакация на втором варианте

Список использованных источников

1. *Ирцова М.А.* Рекреационное значение зеленых насаждений городских территорий // Наука и образование: Сохраняя прошлое, создаем будущее: матер. V Междунар. науч.-практ. конф. 2016.

2. *Ивонин В.М.* Научно-исследовательская практика: метод. указания для студ. обучающихся по напр. «Лесное дело» магистратура. Новочеркасск, 2014.

3. *Примаков Н.В.* Методика проведения учебных практик в лесных фитоценозах / Н.В. Примаков, С.В. Гвоздецкая / Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам: матер. II Всерос. науч.-практ. конф. / отв. ред. В.В. Миненкова. Краснодар, 2017.

**ОПЫТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МОРДОВСКОМ
ГОСУДАРСТВЕННОМ ПРИРОДНОМ ЗАПОВЕДНИКЕ
им. П.Г. СМИДОВИЧА**

*Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева*

Summary: The experience of tourism development on the territory of Mordovia state nature reserve named after him is revealed. P.G. Smidovich.

Key words: tourism, tourist infrastructure, Mordovia reserve, ecological trails.

Во всем мире особо охраняемые природные территории активно используются как объекты туризма. Посещая данные объекты, туристы расширяют свой кругозор, знакомятся с историей и культурой, особенностями флоры и фауны, поправляют свое здоровье и восстанавливают силы, получают удовольствие от общения с природой.

Мордовский заповедник является одним из старейших заповедников Поволжья (образовался в 1936 г.), что послужило основой и гарантией сохранения его биоразнообразия и природных комплексов. Заповедник, не смотря на свою небольшую территорию – 32 162 га вносит значительный вклад в сохранение биоразнообразия региона, сохраняя 294 вида грибов, 361 вид лишайников, 88 видов мхов, 796 видов сосудистых растений, более 3700 видов беспозвоночных, 32 вида рыб, 10 видов амфибий, 221 вид птиц, 65 видов млекопитающих. В заповеднике произрастает 6 видов растений и грибов, редких для России и 73 вида редких для Мордовии. На территории заповедника обитает 112 видов животных, занесенных в Красную книгу Республики Мордовия [Гос. доклад..., 2016].

До недавнего времени развитие туристской деятельности в заповедниках в нашей стране законодательно было недопустимо. На территории заповедников разрешалась только эколого-просветительская работа. С внесением изменений в 2011 г. в ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях», а также утверждением распоряжением Правительства РФ от 22.12.2011 г. №2322-р «Концепции развития особо охраняемых природных территорий

федерального значения на период до 2020 г.», заповедникам законодательно определено предоставление востребованных обществом услуг в области поддержания здоровой среды жизни и создание условий для развития регулируемого туризма и рекреации.

Мордовский заповедник активно развивает туризм. В 2013 г. он становится региональным туроператором по внутреннему туризму, что свидетельствует о целенаправленном развитии туризма. Определены и основные направления в развитии туризма: научный, экскурсионный, познавательный, рекреационный, приключенческий, событийный.

Полевые научно-исследовательские экспедиции и студенческие практики в деятельности заповедника присутствовали с самого начала его организации. Научный туризм составляет небольшую долю в общем турпотоке, однако его роль достаточно велика, т.к. он существенно пополняет информацию о новых видах флоры и фауны. Этот вид туризма способствует расширению научных и образовательных связей заповедника.

Экскурсионный туризм в заповеднике также имеет многолетнюю историю. Существующий в его центральной усадьбе п. Пушта Музей Природы, активно посещается с момента его создания в 1936 г. Экспозиции Музея знакомят посетителей с уникальным животным миром заповедника. Это направление на протяжении десятилетий имело приоритетное значение. После капитальной реконструкции в 2011–2012 гг. это современный музей, в котором используются различные формы интерактива, а в расположении экспозиций применены современные инновационные подходы.

Основной формой для реализации программ развития познавательного туризма и экологического просвещения в заповеднике являются экологические тропы. Первая экологическая тропа появилась в 2014 г. под названием «Знакомьтесь: Мордовский заповедник!». В настоящее время в заповеднике разработано и введено в эксплуатацию 6 экологических троп различных по содержанию и протяженности [Емельянова Н.А. (1, 2), 2017].

Долгое время в заповеднике функционировал только Музей Природы, сейчас же можно познакомиться не только с флорой и фауной заповедной территории, но и с легендами и мифами коренных жителей Мордовии. Для этих целей была оборудована познавательная тропа «Тропою предков».

Рекреационный туризм реализуется в заповеднике на кордоне «Павловский», располагающий 6 гостевыми домиками, вместимостью от 2 до 6 чел., 2 беседками и визит-центром со столовой-кухней на 20 чел., а также на кордоне «Новенький». Нестандартно провести

время в заповеднике позволяет приключенческий тур «Курс выживания в лесу» продолжительностью 5 дней.

На территории заповедника проводится много событийных мероприятий и массовых праздников. Традиционными стали межрегиональные пленеры художников. Ежегодно на кордоне «Павловский» собираются художники Саранска, Пензы, Чебоксар и Нижнего Новгорода. Созданные авторами работы в дальнейшем пополняют коллекцию заповедника и участвуют в различных выставках. Работы скульптурного пленера, проводимого в 2016 г. украшают познавательную тропу «Тропой предков». В сентябре 2017 г. впервые заповедник стал площадкой гастрономического фестиваля заповедников и национальных парков «Пятнистый фест».

С каждым годом улучшается туристская инфраструктура. Сейчас в заповеднике функционирует два визит-центра (в п. Пушта и на кордоне «Павловский»), самоварная, гостиница на 6 номеров в центральной усадьбе, гостевые домики кордонов «Павловский» и «Новенький», мини-ферма «Дикие и домашние».

Организация туризма в Мордовском заповеднике оказалась очень эффективной. Заповедник активно посещается как жителями Республики Мордовия, так и жителями других регионов. Он занимает 3-е место по посещаемости в республике. Из типичной ООПТ заповедник превращается в настоящую туристскую дестинацию со своими туристскими продуктами и инфраструктурой.

Список использованных источников

1. Государственный доклад о состоянии и об охране окружающей среды в Республике Мордовия в 2014 г. / Мин-во лесного, охотничьего хозяйства и природопользования Республики Мордовия / В.Т. Шумкин, В.М. Максимкин, А.Н. Макейчев, [и др.] Саранск, 2015.

2. *Емельянова Н.А.* (1) Экологический туризм в Мордовском государственном природном заповеднике им. П.Г. Смидовича / Эколого-географические проблемы регионов России: матер. VIII Всерос. науч.-практ. конф. Самара, 2017.

3. *Емельянова Н.А.* (2) Экологические тропы Мордовского государственного природного заповедника им. П.Г. Смидовича как одна из форм организации туризма на его территории / Теория и практика гармонизации взаимодействия природных, социальных и производственных систем региона: матер. Междунар. науч.-практ. конф. Саранск, 2017.

*Д.В. Жаворонков, Н.Н. Голота,
М.А. Марченко*

ТУРИЗМ НА СТЫКЕ СЕЛЬСКОГО, НАУЧНОГО И КОНГРЕССНОГО: КУБАНСКИЙ ОПЫТ

Кубанский государственный университет

Summary: The article analyzes how research activities of agrarian scientists of the Krasnodar Territory aimed at the development of agriculture led to the formation of a significant flow of specific tourists to the Krasnodar Territory - scientists and business people and the formation of a specific type of tourism at the junction of the rural, scientific and congress-exhibition.

Key words: rural tourism, agrarian science, scientific tourism, research institute, conference.

Развитие любого вида туризма базируется на наборе специфических ресурсов. Аграрный туризм в этом отношении занимает особое положение – в силу разнообразия своих форм и видов деятельности агротуристов он использует широкий ассортимент ресурсов: рельеф, климатические, растительные ресурсы, животный мир, сельскохозяйственные предприятия, традиционную культуру сельских жителей, местную кухню и т.д.

Одной из разновидностей аграрного туризма является участие туристов в производственных процессах сельскохозяйственных предприятий, крестьянских и фермерских хозяйств. Некоторые ученые предлагают выделять этот узкий сегмент сельского туризма под специальным названием: «агротуризм – вид сельского туризма, направленный на знакомство и вовлечение туристов в сельскохозяйственные виды деятельности (участие в работах). И совсем специфичным видом является аутентичный сельский туризм (сельский туризм в узком смысле, в собственном понимании) – туристическая деятельность, которая происходит в рамках производственных циклов фермерских семей, поддерживающих типичную экономическую деятельность крестьянской семьи» [Миненкова В.В., 2017.].

Но для осуществления такого вида сельского туризма требуется наличие высокоразвитого сельского хозяйства, с большим числом сельскохозяйственных предприятий, крестьянских и фермерских хозяйств разной величины, производящих разнообразную сельскохозяйственную продукцию. И здесь мы можем отметить эффект взаимной мультипликации – сельский туризм способствует развитию

сельской местности и сельского хозяйства, а развитое сельское хозяйство привлекает аграрных туристов. И естественно, что аграрный сектор экономики Краснодарского края, являясь высокоразвитым и высокоэффективным, стал основой для сельского туризма в крае. И дальнейшее развитие аграрной отрасли края даст возможность расширения сельского туризма.

При этом сам процесс развития сельского хозяйства и тесно связанные с этим научные исследования, а также проведение различных научных, выставочных и других мероприятий привлекает в Краснодарский край большое число ученых и деловых людей. В Краснодаре ежегодно проходит множество всероссийских и международных конференций и выставок, посвященных сельскому хозяйству. Крупными выставочными мероприятиями являются Inter Food Krasnodar, Кубаньпродэкспо, FoodTechKrasnodar, ФермаЭкспо Краснодар и ЮГАГРО. Каждая выставка привлекает тысячи участников из различных регионов России и мира.

Научный сегмент этого направления туризма тоже бурно развивается. Только за последние два года краснодарские научно-исследовательские институты посетили немало иностранных делегатов. В сельскохозяйственной отрасли края ведущее положение занимает растениеводство. Это связано с рядом факторов – благоприятный климат, плодородные почвы [Жаворонков Д.В. и др., 2017]. В тоже время успехи кубанского растениеводства являются закономерным результатом плодотворной деятельности краснодарских ученых. Всемирное значение имеют работы располагающегося в Краснодаре Всероссийского научно-исследовательского института риса. Его научные достижения привлекают внимание значительного числа иностранных специалистов, поэтому в институте проходит множество всероссийских и международных конференций.

В числе последних мероприятий следует отметить семинар по особенностям растениеводства в умеренном климатическом поясе на базе ВНИИ риса с участием специалистов из СКФНЦСВВ и делегации из Японии, проходивший в ноябре 2017 г. В конце 2017 г. во ВНИИ риса состоялось тожественное открытие российско-китайской лаборатории селекции риса Всероссийского научно-исследовательского института риса и Института риса Ляонинской провинции КНР. Тогда же во ВНИИ риса побывали ученые из Вьетнама, которые проявили большой интерес к достижениям российских ученых. Российские и вьетнамские ученые подготовили совместный проект научных исследований в области рисоводства.

В августе 2017 г. ВНИИ риса посетила делегация китайских ученых из Китайского национального исследовательского института риса, Южно-Китайского сельскохозяйственного университета и Шэньянского сельскохозяйственного университета. В июле 2017 г. во

ВНИИ риса состоялся визит делегации ученых Института сельскохозяйственных исследований Чили во главе с Ф. Ортега, координатором национальной программы по посевам и генетическим ресурсам. Состоялась дискуссия по проблемным вопросам сельскохозяйственного производства в России и Чили и был подписан «Договор о совместном научно-техническом сотрудничестве». В рамках юбилейных мероприятий, посвященных 85-летию ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт риса», прошла Международная научно-практическая конференция «Научное обеспечение производства сельскохозяйственных культур в современных условиях» и заседание Межправительственного координационного совета по вопросам семеноводства стран СНГ. Для участия в этих мероприятиях в п. Белозерный прибыли многочисленные делегации из различных регионов России, а также Италии, Китая, Японии, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, Таджикистана, Казахстана, Туркменистана, Узбекистана. Гостям провели экскурсию по обширной территории КубГАУ, в ходе которой они посетили исторический музей университета, познакомилась с традициями и научными достижениями КубГАУ [Новости ФГБНУ «ВНИИ риса»..., 2018].

В мае 2017 г. в Национальном центре зерна имени П.П. Лукьяненко прошел Международный передвижной семинар по озимой пшенице. В нём приняли участие более 70 ученых из Азербайджана, Хорватии, Германии, Венгрии, Индии, Ирана, Казахстана, Литвы, Румынии, Киргизии, России, Испании, Швейцарии, Таджикистана, Турции, Украины, Узбекистана, в том числе селекционеры, растениеводы, агрономы, представители семеноводческих хозяйств. Ученым были представлены новейшие российские достижения в области селекции пшеницы.

12 марта 2018 г. В. Путин посетил фитотронно-тепличный комплекс Национального центра зерна, где познакомился с новыми разработками ученых центра в области селекции зерновых и зернобобовых культур, а также высоко оценил качество селекционного материала Краснодарского края.

В мае 2017 г. Всероссийский НИИ масличных культур посетила международная делегация ученых – селекционеров, в состав которой входили представители Швейцарии, Турции, Азербайджана, Казахстана и Таджикистана. Целью приезда было изучение потенциала института для развития дальнейшего сотрудничества.

Иностранные делегации посещают и многие другие научно-исследовательские институты Краснодара. Так, например, в конце 2017 года Всероссийский НИИ биологической защиты растений посетили коллеги из Казахского Научно-Исследовательского Института Защиты и Карантина Растений. В сентябре 2018 г. во ВНИИБЗР пройдет 10-я

Международная научно-практическая конференция «Биологическая защита растений – основа стабилизации агроэкосистем», куда приглашены ученые из стран СНГ и Европы [Мероприятия ФГНУ ВНИИБЗР..., 2018]. 23 марта 2017 г. ВНИИ табака, махорки и табачных изделий посетила международная делегация представителей исследовательского центра компании Japan Tobacco International (JTI). В ходе встречи представители JTI познакомились с работой института, были заслушаны доклады об исследованиях, проводимых в компании JTI и полученных результатах [ВНИИТТИ посетила..., 2018].

Помимо непосредственно самих конференций, для иностранных делегатов организовываются экскурсии по территории научно-исследовательских институтов и опытно-производственным участкам, а также посещение профильного вуза КубГАУ. Если мероприятие рассчитано на несколько дней, то появляется возможность организации небольших экскурсионных поездок, например, к Черноморскому побережью. Такой подход способен предрасполагать к дальнейшему позитивному сотрудничеству.

Таким образом, развитие аграрного сектора экономики Краснодарского края привело к формированию значительного потока специфических туристов – ученых и деловых людей. Вероятно, можно выделить узкий сегмент туризма на стыке сельского, научного и конгрессно-выставочного. Название этому направлению туризма еще предстоит определить.

Список использованных источников

1. Жаворонков Д.В. Растительные ресурсы аграрного туризма в степной зоне Краснодарского края / Д.В. Жаворонков, Н.Н. Голота / Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017, 2017.

2. Миненкова В.В. Сельский туризм: сущность и направления развития / Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017.

3. Мероприятия ФГНУ ВНИИБЗР. URL: <http://www.vniibzr.ru/novosti>.

4. Новости ФГБНУ «ВНИИ риса». URL: <http://www.vniirice.ru/article/news>.

5. ВНИИТТИ посетила международная делегация компании Japan Tobacco International. URL: <http://www.vniitti.ru/press/detail.php?ID=169>.

ЭНОТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ КОНЦЕПЦИЙ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The article discusses the enotourism as one of the concepts of development of rural territories of the region through agricultural tourism. Reflected problems of development of tourist destinations and planned results of development of rural areas.

Key words: agricultural tourism, wine tourism, rural areas, Krasnodar region, development potential.

Аграрный туризм является новым направлением туристической отрасли РФ, которое может дать новый импульс развитию сельских территорий и благополучию проживающих там людей. Сельский (аграрный) туризм – это вид туризма, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и сельскохозяйственных ресурсов сельских территорий, осуществляемый в целях отдыха, ознакомления с сельскохозяйственным производством с участием в сельскохозяйственной деятельности. Органы государственной власти Краснодарского края уделяют большое внимание данному виду туризма, ввиду чего, сельский (аграрный) туризм был выделен в отдельный вид туризма.

Краснодарский край является одним из перспективных регионов РФ, обладающий огромными природно-ресурсными условиями для развития аграрного туризма. Частью аграрного туризма является винный туризм (энотуризм), который динамично развивается в последнее время и является перспективным направлением туристской деятельности региона. Энотуризм с одной стороны, это один из наиболее эффективных каналов продвижения вин и винной культуры как таковой, а с другой, этот вид туризма способен самостоятельно генерировать немалый турпоток, что особенно важно для курортных регионов с ярко выраженной сезонностью. Формы винного туризма многообразны: участие туристов в работе на виноградниках, дегустации, винные диеты и винные SPA и пр.; винная составляющая также может присутствовать в программах гастрономического,

экологического и агротуризма. Все это способствует постоянному росту популярности энотуризма [Стратегия развития..., 2016].

В современных условиях импортозамещения возрастает интерес к отечественному виноградарству и виноделию. Благоприятные условия для развития этой сферы существуют в т.ч. и в Краснодарском крае. Винодельческая отрасль края занимает особое место среди других отраслей экономики страны. На сегодняшний день производимая продукция имеет высокий потребительский спрос. Сегодня в Краснодарском крае производится около 40% объема всего вина и винограда, производимого в РФ. Больше всего виноградников разбито в Темрюкском районе – они занимают площадь 18,7 тыс. га, 3,4 тыс. га – в Анапе, 2 тыс. га – в Новороссийске. Всего в крае возделывается 21 столовый и 71 технический сорт винограда.

Краснодарский край славится своими знаменитыми винодельческими заводами. На сегодняшний день регион – главный поставщик качественного вина в стране, и как утверждает статистика, каждая третья бутылка вина – кубанская. Сегодня в РФ на законодательном уровне введено новое понятие «вино географического наименования «Кубань».

Развитие винодельческой отрасли, а вместе с ней энотуризма – один из приоритетов, ввиду чего в политике краевых властей разработана «Винная карта Кубани», включающая 14 маршрутов. В Краснодарском крае, по оценкам экспертов, действует порядка 40 винных заводов. Энотуризм в регионе это не просто посещение винзаводов, а интересный рассказ об их истории, осмотр виноградников и погребов, знакомство с процессом производства, дегустация вин и местной кухни, общение с мастерами-виноделами, посещение центров винотерапии, участие в театрализованных постановках. Потенциал энотуризма в Краснодарском крае достаточно велик, а сами туры сравнительно доступны для широких слоев населения. Стоимость экскурсий на местные винные предприятия варьируются от 250 до 1500 руб. с чел. Знаменитые винодельни готовы принять туристов и рассказать о своем производстве, познакомить со своей продукцией. Во многих хозяйствах располагаются собственные фирменные магазины, в которых туристы приобретают эксклюзивную продукцию.

Свои «винные маршруты» реализуют на Кубани известные винодельческие предприятия «Абрау-Дюрсо», «Лефкадия», «Фанагория», «Кубань-Вино», «Саук-Дере» и др. По оценкам туроператоров, наиболее популярными являются однодневные туры, на

дегустационные экскурсии приезжают как жители края, так и туристы из других регионов. Так, по данным аналитического агентства «ТурСтат» на 2017 г. в РФ насчитывалось 0,5 млн туристов, основной целью которых являлся этотуризм. Причем основными городами их постоянного места проживания являются Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростова-на-Дону и Челябинск. Самым популярным по посещению центром российского винного туризма признан Абрау-Дюрсо, который в 2014–2015 гг. принял свыше 300 тыс. туристов, а в 2016–2017 гг. – свыше 500 тыс. туристов [Винный туризм..., 2018].

Однако, существующие в данный момент в Краснодарском крае объекты этотуризма во многом несут на себе те же проблемы, что и винодельческая отрасль в целом. Инфраструктуру этотуризма предстоит создавать практически с нуля, развивая индивидуальный подход к гостям. В качестве образца для подражания логично использовать опыт таких известных винодельческих регионов, как Бордо или Тоскана, где винный туризм является самостоятельным направлением. Интеграция этотуризма в туристическую отрасль региона позволит, прежде всего, сформировать существенный дополнительный поток туристов. Уже имеющаяся практика демонстрирует, что даже без какой-либо рекламы одно малое винодельческое хозяйство способно привлекать 500–700 чел. в год, а при дополнительном продвижении поток можно увеличить примерно до 2 тыс. чел. В случае грамотного подхода к продвижению регион может получить дополнительно сотни тысяч туристов в год. Это обеспечит не только дополнительный доход предприятиям и, как следствие, расширение налогооблагаемой базы, но и создание новых рабочих мест. Таким образом, потенциальная емкость рынка этотуризма в регионе может быть вполне сопоставима с оборотом собственно винодельческой отрасли. Не следует забывать и про организацию целенаправленных поездок людей, так или иначе занятых в изготовлении и подаче вина на профессиональном уровне, например, собственники ресторана или виноделы. Такие туры приветствуются как турагентствами, так и изготовителями вин в различных странах.

В феврале 2018 г. стало известно о намерениях властей Краснодарского края совместно с инвесторами создать в пределах г. Анапа и Темрюкского района винный кластер, стоимостью 10 млрд руб. На курорте планируется создать новый завод вин полного цикла, центр этотуризма с фирменным магазином, а также дегустационные залы и гостиницу. Кроме того, планируется к высадке 2,5 тыс. га виноградников классических сортов. По оценке экспертов, мощности

винного центра позволят принимать в день порядка 50 туристических автобусов. Данный проект позволит создать большое количество рабочих мест для местного населения, что может дать не только хорошие экономические результаты, но и повысить уровень туристической привлекательности региона, а это значит, что он будет благоприятствовать развитию интереса к краю как на федеральном, так и на международном уровне [В Краснодарском крае..., 2018].

Подводя итоги, можно констатировать, что этнотуризм в Краснодарском крае способствует развитию сельских территорий, сохранению культурно-исторических памятников, окружающей среды, местных обычаев, фольклора, повышает занятость населения, а также их жизненный уровень и благосостояние. В целом экономический эффект от развития этнотуризма выражается в росте налоговых поступлений в бюджеты всех уровней и создании позитивного образа региона, делая его привлекательным не только для туризма, но и для инвестиций.

Список использованных источников

1. Винный туризм (Энотуризм) в России – винные туры по России. URL: <http://turstat.com/winetravelrussia2018>.
2. В Краснодарском крае создадут винный кластер. URL: <http://www.horeca-magazine.ru/article/5870>.
3. Стратегия развития территориального винного кластера «Долина Дона». Ростов н/Д, 2016.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В АГРОТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

*ООО HomoCosciuous;
Российский государственный аграрный университет
МСХА им. К.А. Тимирязева*

Summary: In article the main directions of state policy in the agroturiststsky sphere of Krasnodar Krai are considered: scientific and methodical support, training, organization and management of an agrotourist complex, development of rural infrastructure, etc. Problems and the prospects of development of agrarian tourism in the region reveal.

Key words: agrotourist sphere, problems and prospects of development of the agrotourist sphere, agrotourism, rural tourism, state support.

Государственная политика в агротуристской сфере региона строится на шести направлениях:

- научно-методическая поддержка;
- развитие кадрового потенциала;
- организация и управление агротуристским комплексом;
- развитие сельской инфраструктуры;
- нормативно-правовая деятельность;
- продвижение регионального агротурпродукта.

Научно-методическая поддержка связана с разработкой и экономическим обоснованием региональной программы развития аграрного туризма. Методически она включает несколько подходов: рекреационный, экономический, маркетинговый и др. Отсюда основой научного анализа является комплексная оценка рекреационных ресурсов региона.

В Краснодарском крае один из самых высоких рейтинговых показателей природно-реакционного потенциала. Но специфика проблемы состоит в том, что объектом исследования является не вся туристская отрасль, а только ее часть – агротуристская сфера. Под ней понимаем группу отраслей инфраструктуры (социальной сферы села, сельского хозяйства (ЛПХ, К(Ф)Х, СПК), обеспечивающих выпуск экологически чистой продукции и создание уникальных условий для уединенного отдыха людей с предоставлением широкого спектра услуг,

относящихся к сельской рекреации (рыбалка, охота, спортивно-развлекательные и гастрономические туры, этнический и экстремальный туризм).

Агротуристская сфера создает занятость местного населения, но по мнению отдельных экспертов отвлекает от работы в сельском хозяйстве, приносит доход в местный бюджет и отдельным гражданам, но на стадии становления (до 3 лет), доход может быть незначительным, более того возможны убытки, связанные с недогрузкой средств размещения [Здоров А.Б., Здоров М.А., 2010]. Агротуризм обеспечивает многофункциональный отдых потребителям, однако объёмы затрат для организации такого отдыха предстоит считать отдельно. По экспериментальным данным на это уйдет до 3 млн. руб., не считая наличия индивидуально подготовленных профессионалов: травников, ремесленников, аниматоров и т.д. (Табл. 1).

Табл. 1 – Проблемы и перспективы развития аграрного туризма в регионе.

п/п	Проблемы	Перспективы
1.	Низкий уровень подготовки кадров	Проведение лекций, семинаров, мастер-классов
2.	Пониженный уровень комфортности в агротуристских кадрах	Проведение стандартизации и сертификации агротурхозяйств
3.	Недостаточный уровень льготного кредитования	Введение политики преимущественных цен
4.	Слабая маркетинговая проработка муниципальных программ	Проведение рекламной компании, обеспечение практики студентов из центральных регионов РФ
5.	Отсутствие комплексной оценки рекреационных ресурсов	Проведение комплексного анализа рекреационных ресурсов агротуристского кластера

Низкий уровень подготовки кадров вообще создает угрозу замедления темпов внедрения аграрного туризма в экономику Краснодарского края. Для ликвидации этих негативных тенденций фирма HomoCoscious предлагает проведение лекций, семинаров и мастер-классов на территории агротурхозяйств Краснодарского края.

Повышение качества обслуживания посетителей этих хозяйств зависит от распространения мирового и отечественного опыта развития агротуристской сферы и того комплекса услуг, который может

предоставлять каждое хозяйство, исходя из своего природно-экологического потенциала. Поэтому, хотя бы в первом приближении необходимо обеспечить хозяйство стандартами и сертификатами качества сельхозпродукции и туруслуг [Здоров А.Б., Здоров М.А., Абряндина В.В., 2015].

Для привлечения агротуристского контингента отдыхающих необходимо не только высокое качество обслуживания, но и низкие цены, которые создают конкурентоспособное преимущество на рынке туристских услуг. Дешевое питание и проживание, широкий спектр предоставляемых развлечений создает тот необходимый колорит, который так необходим для занятия доминирующего положения на рынке.

Нельзя не отметить значение рекламной кампании, обеспечивающей продвижение регионального агротуристского продукта на внутренний российский и зарубежные рынки. Рекламную кампанию лучше вести из центральных регионов России, где сосредоточен основной контингент потенциальных отдыхающих. Первоначально в роли отдыхающих из центральных районов могут быть студенты сельскохозяйственных и туристских ВУЗов, проходящих практику в агротурхозяйствах Краснодарского края. А в дальнейшем они могут быть основой кадрового состава в агротурсфере, наряду с местными кадрами.

Таким образом, еще остаются нерешенными некоторые проблемы в развитии агарного туризма в Краснодарском крае. На наш взгляд, частные структуры способны содействовать их решению.

Список использованных источников

1. *Здоров А.Б.* Прогнозирование формирования и развития сельских туристских комплексов / А.Б. Здоров, М.А. Здоров // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2010. №4.

2. *Здоров А.Б., Здоров М.А.,* Методологическая оценка эффективности управления агротуристской интеграцией / А.Б. Здоров, М.А. Здоров, В.В. Абряндина / Стратегия развития АПК и сельских территорий: перспективные идеи и конкурентоспособные технологии: матер. Междунар. научно-практ. конф., посв. 50-лет. ФГБНУ ВНИОПТУСХ. М., 2015.

ИНСТРУМЕНТЫ СОЧЕТАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ИНТЕРЕСОВ В АГРОТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Московский финансово-юридический университет

Summary: the article considers the State programs as a tool of development of the agro-tourism sphere. The possibility of combining public and private interests within the framework of the implementation of State programs is determined.

Key words: public interest, private interests, State programs, agrotourism.

В современных условиях смешанной экономики в РФ, велика роль государства в регулировании внутреннего рынка. Государство как гарант развития общества, заинтересованно в развитии экономики на своей территории. С этой целью федеральным и региональным правительством разрабатываются Государственные программы для различных сфер и отраслей. Как правило, в большинстве Государственных программ предусмотрено привлечение субъектов частного сектора экономики для совместного развития территорий и определенных программой направлений деятельности хозяйствующих субъектов, в особенности представителей малого и среднего бизнеса. Инструментами привлечения к сотрудничеству в реализации Государственных программ предпринимателей являются: тендеры, льготные кредиты и целевое финансирование, другие.

Вместе с тем, участие предпринимателей в реализации Государственных программ снижает неопределенность в краткосрочном и среднесрочном периоде их хозяйственной деятельности, а также способствует формированию потенциала для увеличения спроса на их продукцию и услуги, через различные инструменты государственной поддержки и помощи, предусмотренных в Государственной программе. Ценность участия в реализации Государственных программ для субъектов частного сектора экономики, в особенности для малого и среднего бизнеса, заключается в гарантированной государством предсказуемости направлений территориального развития. Другими словами, у предпринимателя снижаются экономические издержки, связанные с неопределенностью

действий государственного регулирования рынка, а также сокращаются бухгалтерские издержки при условии государственной поддержки. Помимо этого, у предпринимателя-участника Государственной программы появляется возможность разработать «дорожную карту» для успешного продвижения своей продукции на рынке, что является дополнительным конкурентным преимуществом.

Таким образом, целесообразно заметить, что привлечение субъектов частного сектора экономики к реализации Государственных программ является особым перспективным инструментом развития не только отраслей и территорий, но и предпринимательства как формы хозяйственной деятельности. Отличительной особенностью рассматриваемого инструмента является синергетика управления развитием экономики, которая предполагает четкость определения задач и функций государства и предпринимателей, в процессе интеграции их усилий при реализации Государственной программы. В настоящее время в РФ наблюдается увеличение потребности государства в привлечении успешных предпринимателей к сотрудничеству. Так, например, в 2017 г. Минэкономразвитие опубликовало поправки в закон «О государственной гражданской службе», которые определяют порядок привлечения бизнесменов на работу в органы власти для реализации крупных государственных проектов [Kommersant.ru]. Указанная законодательная инициатива направлена на повышения эффективности госорганов при реализации различных проектов, в т.ч. и Государственных программ. Однако такая инициатива была неоднозначно встречена со стороны предпринимательских структур. Ряд предпринимателей высказали свою незаинтересованность в сотрудничестве с государством в подобном формате – как госслужащий. Заключение субъектом частного сектора экономики государственного контракта противоречит основам предпринимательства, в части свободы выбора вида хозяйственной деятельности. Исходя из этого, необходимо разрабатывать более эффективные инструменты для привлечения предпринимателей к сотрудничеству с государством по вопросам экономического развития.

Основой для эффективных инструментов взаимодействия властных и предпринимательских структур является соотношения их интересов. Как известно, совпадение интересов является ключевым фактором интегрирования в рассматриваемом процессе. Согласно действующему законодательству, основными интересами РФ как государства являются: сохранение суверенитета, развитие население и

другое [Конституция РФ]. Интересы субъектов частного сектора экономики сводятся к стремлению извлечения дополнительной выгоды в процессе обмена. Законодатель в ГК РФ по сути отождествляет понятия «предпринимательская деятельность» и «коммерческая деятельность», указывая, что цель последней – систематическое получение прибыли, т.е. экономической категории, характеризующей выгоду от хозяйственной деятельности [ГК РФ].

Тем не менее, на наш взгляд, интересы по государства по направлению обеспечения граждан достойного дохода и систематическое получение прибыли – интегрируемые интересы. Объектом интеграции здесь служат ограниченные ресурсы, а предметом – особый комплекс мер по кооперации рассматриваемых субъектов в процессе освоения ограниченных ресурсов, который можно отразить в системе регулирования государственных и частных интересов.

Система регулирования государственных и частных интересов исходит из допущения, что государство преследует долгосрочные цели, подготавливая ресурсную базу к технологическому переходу, в соответствие с длинными циклами Н.В. Кондратьева, с учетом наименьших издержек и максимизации получаемых результатов: экономических, социальных, экологических, управленческих, технико-технологических и др. Субъекты частного сектора экономики нацелены на получение прибыли и ее приращение как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочном. С учетом изложенного допущения, модель системы регулирования государственных и частных интересов представляет собой следующие взаимодействия (Рис. 1).

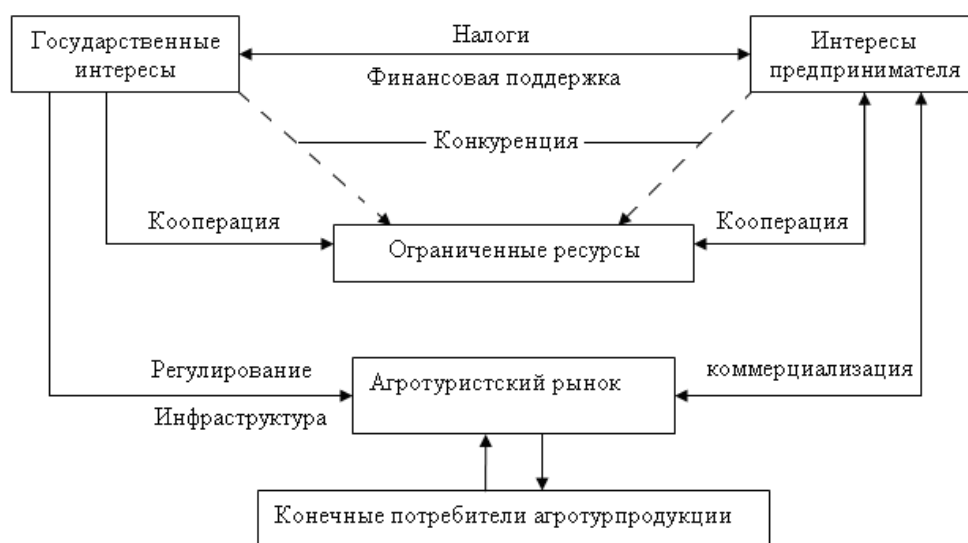


Рис. 1 – Система регулирования государственных и частных интересов

Перед каждым субъектом частного сектора экономики государство создает выбор: либо конкурировать за ограниченные ресурсы, либо кооперироваться для совместного обоюдно выгодного освоения ограниченных ресурсов. Первый вариант предполагает стандартную существующую систему взаимоотношений между государством и бизнесом. Второй вариант предполагает взаимные уступки как со стороны государства (снижение налогов, создание объектов инфраструктуры агротуристского рынка, финансовая поддержка и др.), так и со стороны предпринимателей (соблюдение ценового коридора, поддержание определенного уровня качества, прозрачность уплаты налогов и др.), которые принимают решения в целесообразности кооперации с государством.

Список использованных источников

1. Зачем привлекать бизнесменов на работу в органы власти / Kommersant.ru. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3378229/>.
2. Конституция Российской Федерации (прин. 12.12.1993 г.).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. (30.11.1994 г. №51-ФЗ, ред. от 29.12.2017 г.). Ч.1.

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРА
МЕДИКО-САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА,
РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА КРЫМА**

*Крымский федеральный университет
им. В.И.Вернадского,
Таврическая академия*

Summary: in the article aspects of the solution of the problems of development of the medical-sanatorium-and-spa complex, recreation and tourism are considered.

Key word: types of recreation, health effect, economic evaluation.

Динамичное развитие кластера медико-санаторно-курортного комплекса, рекреации и туризма приводит к необходимости решения проблемы использования туристских ресурсов с позиции совершенствования соотношения «цена – качество». Территория Крыма характеризуется довольно высокой концентрацией туристских ресурсов, в т.ч. историко-культурных (свыше 10 тыс. объектов), природных и социально-культурных. Ценность туристских ресурсов заключается в проявлениях оздоровительного эффекта.

Особенности рельефа создают благоприятный психологический климат, в т.ч. имеют психолого-эстетическую привлекательность, контрастность, пейзажность, экзотичность, уникальность. Орографические ресурсы, сформированные в основном равнинным массивом (72% площади полуострова), обладают комплексом медико-биологических свойств. Равнинные территории более привлекательны для технологической оценки. Благоприятными для организации лечебно-оздоровительных занятий являются территории с глубиной расчленения 30–60 м, крутизной склонов 3–5°С. Горные районы (20% площади полуострова) характеризуются наличием мозаичных микроклиматических таксонов и различными формами организации рекреации и туризма. Двигательная активность в данных районах приводит к эффектам: восполнения, переключения реакций организма.

Озера и водохранилища (8% площади полуострова) – зоны с повышенной концентрацией рекреативных средств, использование которых дает эффект закаливания, психоэмоционального воздействия. Эффект водной среды более характерен для пляжной зоны. В настоящее время необходимо более детально изучить позитивное

влияние на организм туристских ресурсов, а также проявление оздоровительного эффекта рекреации и отдыха в Крыму.

Концентрация на территории историко-культурных объектов рассчитывается по формуле 1:

$$O_i = K_i / S \quad (1)$$

где: K_i – количество объектов, ед.,

S – площадь территории, км².

Концентрация учреждений СКК определяется по формуле 2:

$$O_c = K_c / S_{\text{тер}} 100 \text{ (ед./м}^2\text{)} \quad (2)$$

где: K_c – количество учреждений СКК.

Однако, сложность обратной связи и сбора конечной информации связаны, во-первых, с отдаленностью результатов оздоровления от места его получения, во-вторых, сбор информации распределен в значительном временно-территориальном коридоре. И наконец, сказывается отсутствие четких методик определения экономического эффекта от оздоровления и отдыха. Наиболее явной является значимость туристских ресурсов и их возможность удовлетворять потребность населения в продукте медико-санаторно-курортного комплекса, т.е. социальная ценность.

Определение цены санаторно-курортного лечения, туризма и рекреации в Крыму включает и полезный эффект. При формировании текущих и капитальных затрат на туристский продукт в совокупности с лечебно-оздоровительными свойствами природных ресурсов и условиями потребления учитывают оздоровительный эффект.

Оздоровительный эффект проявляется через спектр показателей: повышение работоспособности; снижение заболеваемости, смертности; увеличение производительности труда; снижение затрат здравоохранения; предупреждение ряда заболеваний и др.

В настоящее время необходимо провести расчеты эффективного использования и целесообразности применения комплекса туристских ресурсов. Замыкающие затраты на «продукцию» рекреации эквивалентны экономическому эффекту от потребления «продукции».

В трудах В.К. Макутовой на примере Большой Ялты приводятся расчеты, согласно которым «...при использовании лесов для экскурсий рекреационная емкость составляет 100,6 тыс. чел., для массового отдыха – 89,9 тыс., для туризма – 80,3 тыс. чел., что значительно меньше фактической численности отдыхающих». Также группой авторов указывается, что «...неравномерность рекреационной нагрузки характерна и для пляжных ресурсов Большой Ялты: в Ялте в 10 раз выше, чем в Алушке, Симеизе, в 80 раз выше, чем в Голубом заливе. Общедоступные городские и общекурортные пляжи функционируют с нагрузкой, более чем в 10 раз превышающей нормативную» [Рекреация..., 1992]. Согласно проведенным расчетам при формировании цены на организацию отдыха в рекреационных

учреждениях учитывается степень развитости и освоенности рекреационной территории, местоположение рекреационного учреждения, сезона. Цена и качество определяется туристскими ожиданиями и впечатлениями. С целью определения рекреационной привлекательности региона применяется формула 3 [Кылюсов А.А., 2014]:

$$A_{(t)} = f(H, F, E, T, P_{(t)}) \quad (3)$$

где: $A_{(t)}$ – потенциал рекреационной привлекательности территории;

t – время, определяемое разнообразием видов отдыха;

H – степень обеспеченности территории средствами размещения;

F – степень обеспеченности территории учреждениями питания;

E – обеспеченность территории спортивными и развлекательными учреждениями;

T – уровень развития транспортной инфраструктуры

$P_{(t)}$ – сезоны рекреационной привлекательности территории.

Развитие медико-санаторно-курортного комплекса, рекреации и туризма происходит в соответствии с территориальным подходом и шкалой рекреационной привлекательности региона (от 0 до 5). Градация включает следующие уровни: $A_{(t)} \leq 1$ – очень низкий; $1 < A_{(t)} \leq 2$ – низкий; $2 < A_{(t)} \leq 3$ – средний; $3 < A_{(t)} \leq 4$ – высокий; $A_{(t)} > 4$ – очень высокий.

В цену путевок, являющихся основным «продуктом» санаторно-курортного комплекса, закладывается полезный эффект.

В трудах В.А. Дарга и О.А. Щербины по моделированию развития туризма в рекреационной системе предложен критерий суммарной ценности. Суммарная рекреационная ценность туристских маршрутов в регионе определяется следующим образом, формула 4:

$$H = T_1 \sum_{r=1}^{K_1} y_r x_r + T_2 \sum_{r=K_1+1}^{K_2} y_r x_r. \quad (4)$$

где: T_1, T_2 – длительность летнего (зимнего) туристского сезона в днях (1, 2, ...);

$K_1 (K_1 + 1, K_1 + 2, \dots, K_2)$ – индексы летних (зимних) маршрутов;

X_r – искомая интенсивность движения туристов по маршруту r ;

Y_r – рекреационная ценность r -го маршрута, определяемая по формуле 5:

$$y_r = \sum_{j \in J_r} \lambda_j \tau_j, \quad (5)$$

где: J_r – множество туристских объектов, входящих в маршрут r ;

λ_j – время осмотра j -го туристского объекта;

τ_j – коэффициент привлекательности объекта.

Величины, λ_j и τ_j определяются с помощью метода экспертных оценок. Расчет комплексных показателей позволяет выделить

туристские ресурсы, обладающие оздоровительным эффектом, эффектами физической рекреации (Табл.1).

Табл.1 – Особенности двигательных занятий в регионах

Параметры	Двигательные занятия в акваториях				Двигательные занятия в горных районах				Двигательные занятия в микроклиматических зонах			
	купание	гребля	байдарки	моторный спорт	ПВД	близкий туризм	горный	спортивный	купания	моторный спорт	близкий туризм	горный
Площадь, га	5	100–500	500	100–500	–	–	–	–	5	30–500	–	–
Длина, высота, м	50	2000	2200–5000	1600–15000	200–500	200–700	700–1500	800–1500	25–50	750–15000	200–500	<700
Ширина, протяженность, м	25	90–100	900–2000	200–2000	12–15	15	15–30	<25	5–25	50–2000	10–12	–
Глубина, м	1,4–1,8	2–3	2–5	3–5	30–60	30–60	30–60	30–60	1,4–1,8	>1,5–5	30	<30
t, °С	20–25	20–25	20–25	15–20	15–20	20–25	>15	>15	20–30	>15	20–25	>15
Влажность, %	30–60	30–60	30–60	60–80	30–60	30–60	30–60	30–80	30–80	30–80	30–60	30–80
Скорость ветра, м/сек	1–4	1–4	1–4	5–7	1–4	4	1–4	5–7	4	5–7	4	5–7
Вид рекреации	Оздоровительный лечебный, активный отдых	Оздоровительный, двигательная рекреация	Оздоровительный, двигательная рекреация	Двигательная рекреация	Активный туризм	Активный туризм	Повышенная двигательная рекреация	Двигательная активность	Лечебный, оздоровительный	Двигательная активность	Туризм	Повышенная двигательная активность

Данные показатели включаются в цену и приводятся в соответствии с качеством обслуживания. Территориальный подход к развитию медико-санаторно-курортного комплекса, рекреации и туризма раскрывает перспективные регионы, зоны и подрайоны.

Список использованных источников

1. *Артеменко О.И.* Оцінка рекреаційно і привабливості Карпатського регіону з використанням нечіткої логіки / О.И. Артеменко, Я.И. Виклюк // Информатика и компьютерные технологии – 2010: матер. конф.

2. *Кылов А.А.* Рекреология: учебн. пособ. / А.А. Кылов, З.С. Варфоломеева, Г.А. Павлов. Череповец, 2014.

3. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / под ред. В.К. Мамутова. Киев, 1992.

**РОЛЬ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ
И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ В РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ
ЕГИПЕТСКОГО МОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ
В г. ШАРМ-ЭШ-ШЕЙХ**

*Медицинский центр Баха Давидар,
г. Шарм-эш-Шейх*

Summary: The uniqueness of especially protected natural territories of the city of Sharm el-Sheikh is caused by a combination of five ecosystems – desert, a lagoon, coastal, coral and sea. In the recreational environment of the Egyptian Riviera several large national parks which allow tourists to observe to flora and fauna of coral reeves, unique animals and birds in the native habitat are located.

Key words: protected areas, national parks, recreation area, ecosystem, Egyptian Riviera, underwater and surface flora,

В последнее время, в связи с постоянно ухудшающейся экологической обстановкой, все большую популярность набирают путешествия в места незатронутые антропогенным воздействием. Таким местом, по мнению большинства туристов, является побережье Красного моря Египетской ривьеры, южной оконечности Синайского полуострова. В этой части полуострова сохранена гармония между рекреацией и экологией. Здесь располагается г. Шарм-эш-Шейх, который протянулся вдоль побережья с северо-востока на юго-запад почти на 30 км, до западного берега залива Акаба. В городе расположены несколько бухт Наама Бей, Муса Бей, Шарк Бей и др.

Город расположен в особо охраняемой заповедной зоне, на юго-западе города располагается национальный парк Рас-Мохаммед. Из-за того, что город расположен в зоне особо охраняемой природной территории и окружен национальными парками здесь особо развит экологический и сельский туризм. Приоритетным направлением развития туризма на побережье Египетской ривьеры являются туры с целью изучения и сохранения природы, соблюдение местных обычаев во время путешествия, внесение посильного вклада в развитие, и популяризацию экологического туризма среди населения. Во все национальные парки, которые расположены здесь, есть как

организованные, так индивидуальные экскурсии. Во всех национальных парках организованы точки питания посредством привлечения кочевых бедуинских племен, есть организованные кемпинги, места для установки палатки и разведения костров.

Национальный парк Рас Мохаммед находится под строгим контролем Службы лесной охраны. Он протянулся от Qad Ibn Haddan (Суэцкого залива) до пролива между Синайским полуостровом и островом Тиран. Площадь национального парка составляет 480 км², из них только 135 км² находятся на суше, остальные 345 км² – море. В дополнение к основной части, в национальный парк входят два острова – Тиран и Санафир (<http://jj-tours.ru/articles/Egypt/egypt-pi-ras-mohammed.html>). Этот заповедник характерен уникальным сочетанием прибрежного и морского ландшафта. В нём представлены пять экосистем – пустынная, лагунная, прибрежная, коралловая и морская. На территории национального парка располагается Shark Observatory – место наблюдения за миграцией акул. В Мангровом канале гнездятся уникальные белые и серые цапли, скопы, соколы-рыболовы и аисты. Мангровый канал – это место произрастания уникальных мангровых деревьев, которые питаются морской водой, фильтруют ее и оставляют в канале концентрированный соляной раствор [DaoudI., 2016]. Вход в заповедник закрывается с заходом солнца, но на территории заповедника расположен палаточный кемпинг и туристы могут остаться в заповеднике на ночь, чтобы наблюдать уникальных животных в естественной среде обитания.

Так же на территории заповедника Рас Мохаммеда расположены места для любителей подводного плавания и профессиональных дайверов. Морское дно здесь изобилует не только кораллами и рыбами, но и останками затонувших кораблей. Здесь на дне лежит английский транспортный корабль «Thistlegorm», который в 1941 г. потопила немецкая авиация (www.jj-tours.ru/articles/Egypt/egypt-pi-ras-mohammed.html). Здесь располагаются коралловые рифы – Shark reef, Mars Bereik reef, reef Mars Ghozlani и reef Old Kai [DaoudI.LandscapeofEgyptianRiviera, 2016] и подводные рощи анемон – Anemon City.

На южной оконечности Синайского полуострова – расположен национальный заповедник Набк, территория которого занимает 600 км² (самый большой национальный парк полуострова). Парк находится в 35 км севернее Шарм-эш-Шейха, с северо-запада прикрыт от ветров грядой Синайских гор, а с юго-востока омывается Красным морем. Национальный парк Набк был объявлен особо охраняемой зоной, и в

1992 г. стал частью национального парка Рас Мохаммеда. В парке можно наблюдать соляные топи, уникальные экосистемы вади, аллювиальные равнины, живописные песчаные дюны (www.reserves-park.ru/natsionalnye-parki-egipta).

В парке до сих пор остались неразорвавшиеся мины египетско-израильской войны, эти места обнесены колючей проволокой и недоступны для туристов. Неподалеку от береговой линии парка находится остров Тиран в заливе Акаба. В парке водятся соколы, чайки и аисты. Пустыня покрыта небольшим кустарником. Здесь живут газели, горные козлы, пресмыкающиеся. Наибольший интерес в парке представляют растения, их насчитывается 136 видов. Подводная растительность (кораллы) в Набке выглядит очень эффектно, предоставляя замечательные возможности для подводного фотографирования и видеосъемки.

Среди надводной флоры наиболее распространенным является Мангровые заросли, которые фильтруют морскую воду, благодаря чему вокруг них располагается уникальная система крохотных пляжей, в которых формируется благоприятная среда обитания для птиц, беспозвоночных, рыб, раков-отшельников, крабов, водорослей и личинок. Вечнозеленые мангровые леса являются самыми большими на Синайском полуострове, а также самыми северными в мире. Во внутренней части парка растет редкое кустарниковое растение арак, посадки которого занимают самые обширные площади на всем Ближнем Востоке (www.reserves-park.ru/natsionalnye-parki-egipta).

Животный мир представлен газелями, жиряками, горными козлами и лисами, а также разнообразными рептилиями и беспозвоночными животными. В естественной среде можно наблюдать миграцию цапель, колпиц, скоп, чаек, крачек и аистов [Лоуренци Р., 2001]. На территории парка, преимущественно в деревнях, живут местные бедуины. Для дайверов организуются погружение к останкам старинного корабля «Maria Schreder».

Парк Рас Абу Талум менее известен и располагается между Дахабом и Нуэба. Это самый маленький из парков Рас Мохаммед. Однако, только здесь можно увидеть горы необычной формы, окрашенные в необычные цвета – золотисто-красные, шоколадные и фиолетовые тона и полосы светлых песчаных пляжей [Лоуренци Р., 2001]. Среди дайверов парк Рас Абу Талум известен – голубой дырой, это лагуна глубиной 100 м, окруженная коралловыми рифами. На глубине около 55 м эта подводная вертикальная пещера соединяется с

морем через пролив. Это место считается самым опасным в мире для погружения.

К парку Рас Абу Талум ведет хорошая грунтовая дорога, часто встречаются блокпосты египетских вооруженных сил. Флора парка значительно богаче флоры парка Набк. Так как на его территории есть пресноводные источники. Рас Абу Талум знаменит уникальными коралловыми рифами и поселениями бедуинов. В парке гармонично сочетаются пейзажи берегов Акабского залива и красоты подводного мира. Пляжи парка переливаются на солнце от обилия редких гранитных и базальтовых пород [Лоуренци Р., 2001]. В парке располагаются бедуинские гостиницы и организовано питание экскурсантов. Это решение было принято для социальной интеграции бедуинских племен [PacerD., 2006].

Особо охраняемые природные территории и национальные парки, имеют важное значение для туристской индустрии Синайского полуострова и Арабской республики Египет в целом, поскольку ООПТ позволяют сохранить дикую природу, привлекают туристов и дают возможность заработка бедуинам.

Список использованных источников

1. *Лоуренци Р.* Шарм-Эль-Шейх и Синай. АРЕ, 2001.
2. *Daoud I.* Landscape of Egyptian Riviera //OSR Journal of Applied Geology and Geophysics (IOSR-JAGG). Cairo, 2016.
3. *Pacer D.* Egyptian Consultants. Development Plan of Sinai Peninsula. Ministry of Development and Land Reclamation, 2006.

ГОРНОЛЫЖНЫЙ КУРОРТ И ПАРК ОТДЫХА «ХВАЛЫНЬ» КАК ОБРАЗЦОВЫЕ ПРАКТИКИ В РОССИЙСКОМ ТУРИЗМЕ

*Пермский государственный национальный
исследовательский университет*

Summary: The search of the best enterprises is necessary for the guidelines for the tourist industry development. The ski resort «Khvalyn» is one of the samples in the tourist service in Volga region, the advantages of which can be estimated by geographical methods.

Key words: tourism, recreation, ski resort, recreation park, Khvalyn, Saratov region.

Горнолыжный комплекс и парк отдыха «Хвалынь» является объектом, развивающимся концептуально и системно, представляющим интерес как позитивный образец туристского проектирования и развития рекреационного сервиса. Поскольку это предприятие является объектом географическим по своему содержанию, где географические факторы во многом обуславливают и его деятельность, рассмотрим комплекс и парк в социально-географическом и физико-географическом отношении. Оставим в стороне сервисные, технологические, внутренние компоненты работы и сосредоточимся на «географической формуле» предприятия – основе его работы и перспектив [Зырянов А.И., 2013].

Начнем с макро-географического положения. «Хвалынь» – всесезонный рекреационный комплекс в Саратовской области, расположенный вблизи (в 2 км) малого по размерам города – Хвалынска, но далеко от главного города региона. Предприятие находится у северной границы Саратовской области, оно равноудалено (на более чем 200 км) от четырех региональных центров Среднего Поволжья: Самарской и Саратовской городских агломераций, Ульяновска и Пензы. Предприятие можно с уверенностью относить к «штучной» категории «Сервис во внегородской, периферийной местности», что, учитывая масштабы и круглогодичность деятельности, свидетельствует об уникальных ресурсах места и системной работе организаторов.

Удаленность от крупных городов не позволяет комплексу работать с их рынками в однодневном режиме, требует создавать средства размещения. На пределе экскурсионно-рекреационного радиуса в 100 км располагаются значительные по численности городского населения Вольско-Балаковский узел и Сызрань.

Ближнее окружение комплекса – сельские районы. Положение на удалении от больших городов и региональных центров требует от предприятия достаточно амбициозных, ярких и качественных туристско-рекреационных предложений, но в случае достижения этого уровня, позволяет работать на многих региональных рынках. В Теории центральных мест В. Кристаллера это случай $K=3$ «Оптимизация рыночной структуры». Отметим достаточно удобное расположение комплекса (в 10 км) по отношению к автомобильной, и менее удобное (в 30 км) к железной дороге которые связывают Сызрань и Саратов. Главным природным объектом Саратовской области, который создает наибольшую аттрактивность на территории региона, является река Волга, в районе Хвалынска река имеет вид Саратовского водохранилища. Волга – наиболее известный природный и географический объект и этим особенно ценно положение комплекса на высоком волжском берегу.

Положение рядом с историческим Хвалынском дает комплексу особые преимущества. Хвалынск является туристским местом по музейному потенциалу и обилию достопримечательностей, а вместе с Хвалынским национальным парком и береговыми местностями может сформировать рекреационную территорию ранга туристской зоны. «Хвалынь» не диссонирует, а усиливает туристскую специализацию Хвалынска и расширяет спектр предложений, поэтому важно работать всем разнообразным предприятиям туристского сервиса на большой территории во взаимодействии. Физико-географической особенностью места, его привлекательным отличием является лесистый увал Приволжской возвышенности, превышающий абсолютные высоты 350 м., круто поднимающийся над Волгой и следующий параллельно берегу. Увал со стороны Хвалынска и особенно горнолыжного комплекса имеет горный вид очертаниями силуэта. Впечатление горного края усиливается меловыми горными породами, слагающими многие склоны, и выходящими на поверхность в виде белых обнажений разной формы. Увал покрыт густым лесом, по-видимому, это один из самых южных крупных лесных ареалов на границе поволжской степи. Сформировался уникальный бигеоценоз. Лес состоит из сосновых, кленовых, дубовых, липовых сообществ и

смешенных типов, во многих местах представляет собой естественное лесо-парковое пространство высокой рекреационной ценности. На посетителя большое впечатление производят высокоствольные кленовые леса.

Возвышенные лесистые окрестности Хвалынска выделены в Хвалынский национальный парк, который в настоящее время действует разобщенными короткими маршрутами и только формируется как целостная рекреационная территория прогулочно-экскурсионного типа. Для горнолыжного комплекса соседство с национальным парком приводит к некоторым ограничениям в работе, но принципиально такое соседство является для предприятия большим благом, придающим устойчивость в развитии.

Рассмотрим микро-географическую позицию рекреационного комплекса, его непосредственное окружение, визуальное пространство. Оно может быть оценено очень высоко, поскольку обладает целой серией плюсов. Комплекс расположен в уютной «горной» подковообразной долинке, солнечной экспозиции с эстетичным ландшафтом, разнообразие которого представлено интересным рельефом, коренными выходами, сочетание закрытых и открытых пространств, лесистых и луговых участков, волжскими акваториями. Среди достоинств: ненарушенность природы, гористый силуэт на фоне неба и прекрасная обзорность, дальние горизонты. Ключевую роль играет и близость к малому историческому городу.

Планировка комплекса в целом правильная, архитектурно выигрышная, функциональная и уютная.

Среди проблемных вопросов разного уровня, которые надо решать для развития комплекса можно назвать следующие:

- разработка и обустройство экскурсионной тропиной сети, поскольку даже в соседнем национальном парке еще не найдены для этого оптимальные технические решения;

- подготовка и издание крупномасштабной туристской карты комплекса и его окружения в привлекательном картинном варианте;

- тесное взаимовыгодное взаимодействие с национальным парком по различным вопросам, включающим экологические инновации,

- противодействие эрозии горнолыжных склонов, которая неизбежна в этой деятельности; наметившаяся эрозия селевого вида, нехарактерная для этих регионов, свидетельствует об уникальности ландшафта в данном месте,

- обдумывание более тесной связи комплекса с Волгой, улучшение возможностей экскурсионной деятельности на Волге

– поиск экологичных решений даже в мелочах, например, повсеместное и одновременное использование отдыхающими жидкости для розжига угля в мангалах по летним вечерам сильно загрязняет воздух в зоне домиков.

Следует найти более лаконичную формулировку, чем «горнолыжный комплекс и парк отдыха», поскольку она сложносоставная, неоригинально и не очень точно отражает функции предприятия

В августе номера автомашин показывают, что комплекс «Хвалынь» используется для отдыха жителей двух-трех регионов. Развитие географии рынков возможно в разных направлениях. Например, положение на пути между Уралом и Черным морем дает шанс работать на этом потоке, обеспечивать летом отдых жителей северных и северо-восточных регионов на 1–2 дня.

Следует отметить недостаточную известность комплекса в туристском мире. Сведения о предприятии достаточно широко распространены в Саратовской области и смежных регионах, а также в некоторых довольно узких туристских сегментах в РФ. Можно посоветовать переосмыслить взаимодействие с национальным парком, взяв на себя часть его функций, полагаясь на свою сферу размещения. Нового уровня известности в туристском мире и укрепления социальной миссии комплекса можно добиться путем организации и проведения научных конференций с широким представительством, прежде всего экологического, географического, биологического, исторического, туристского, сервисного направлений. При этом местный материал будет одним из предметов обсуждений.

Горнолыжный комплекс «Хвалынь» успешно расширяет свой рекреационный профиль, свидетельствуя о профессиональном и творческом руководстве. Постепенно предприятие локального уровня преобразуется в многопрофильный туристский комплекс макрорегионального значения, усиливая туристский потенциал, ряда регионов. Задачи многопрофильности и правильной постановки сервисов являются главными, если речь идет о формировании одной из будущих доминант в территориальной организации туризма в Поволжье.

Список использованных источников

1. *Зырянов А.И.* Формула места / Региональные исследования. 2013. №2(40).

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АДЫГЕЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The availability of natural and human resources alone is not sufficient for the development of cost-effective tourism. A well-known minimum of financial, material, intellectual resources is needed, together with a more balanced approach to the development of priority areas of tourism.

Key words: Adygeya republic, tourism, historical and cultural potential, event tourism

В настоящее время в Республике Адыгея наблюдается тенденция к увеличению числа туристов. По данным комитета по туризму Республики Адыгея туристы приезжают из следующих субъектов Российской Федерации: Ставропольский край; Ростовская область; Краснодарский край. Это обусловлено тем, что Республика Адыгея является удобно расположенной относительно этих регионов и обладает большим количеством объектов туристского показа. Сейчас в Республике начинают возрождаться: этнографический, гастрономический, пешеходный и спортивно-оздоровительный виды туризма. Кроме того в Адыгее начинает развиваться событийный туризм, все большую популярность и массовость приобретает проведение этнографических, культурных мероприятий и фестивалей (Табл. 1) [Карпова Ю.И., 2013].

Республика обладает своими особенностями, такими как этнос и национальная кухня. В Адыгее уже стали традиционными этнографические фестивали, которые проводятся в горной части Республики и привлекают все большее число туристов. Турпоток в Республике можно увеличить, развивая событийный и гастрономический туризм (Республика обладает своими особенностями, такими как этнос и национальная кухня). Республика Адыгея располагает уникальными, весьма привлекательными для туристов природными условиями и развитие туристской отрасли оценивается как одно из наиболее важных, стратегических направлений развития народного хозяйства республики.

Табл. 1 – Мероприятия событийного туризма (сост. авторами)

Название мероприятия	Описание мероприятия	Сроки и место проведения
1	2	3
1. Фестиваль «Адыгейского сыра»	Проходит презентация продукции производителей сыра, конкурсы по мастерству и рецептуре приготовления сыра, приготовление блюд по старинным рецептам с использованием адыгейского сыра, конкурса на лучшее подворье, театрализованное представление, выступление артистов и творческих коллективов, дегустация блюд приготовленных с использованием сыра	Мероприятие проводится 5 октября в период празднования дня Республики Адыгея
2. День национального адыгского (черкесского) костюма	Программа мероприятия: – дефиле национального костюма в исполнении ансамбля «Нальмэс» – показ коллекций современных дизайнеров, основой которых стала стилизация национального костюма горцев; – выступление творческих коллективов; – традиционное адыгэ-джэгу	Мероприятие проводится 28 сентября в Государственной филармонии Республики Адыгея
3. Этнофестиваль «Адыгея-Лето»	Программа включает в себя выступления представителей национальных культур Адыгеи, выставки произведений народного искусства и национального костюма, дегустации национальных блюд, мастер-классы	25 июля Гостиничный комплекс «Графская поляна»
4. Праздничный день «Халюж»	«Халюж» – лепешки с адыгейским сыром, традиционно национальное блюдо адыгов, которому посвящено данное мероприятие. Во время празднования проводится ряд конкурсов и дегустации, которые сопровождаются выступлением творческих танцевальных коллективов	Мероприятие проводится в июне, местом проведения традиционно является территория экскурсионного объекта «Водопады Руфабго»
5. Межрегиональный фестиваль казачьей культуры	В фестивале принимают участие взрослые и детские самодеятельные хоровые, вокальные коллективы и мастера декоративно-прикладного искусства. Среди них известные фольклорные коллективы	Мероприятие проводится в июне. В поселке Тульский Майкопского района

1	2	3
6. Региональный фестиваль-конкурс хореографического искусства «В ритмах народного танца»	К участию в фестивале-конкурсе приглашаются профессиональные и детские хореографические коллективы, работающие в жанре народного танца	Проводится в период с 27 по 29 апреля
7. Этно фестиваль «Лагонаки». Сокровища народов Адыгеи»	На открытой площадке все желающие смогут стать свидетелями и одновременно гостями адыгской свадьбы и других старинных обрядов, реконструированных по всем правилам.	Окрестности станицы Даховской. Февраль
8. Праздничный день «Черкесской груши»	Во время празднования, проводятся конкурсы по приготовлению блюд с использованием груши, отдыхающие знакомятся с историей и культурой черкесского садоводства	Территория экскурсионного объекта «Водопады Руфабго»
9. Фестиваль адыгейского сыра	В мероприятии принимают участия республиканские производители сыра. Во время проведения фестиваля проходит дегустация сыров и показывается процесс приготовления	г. Майкоп 5 октября

При этом, не смотря на богатый историко-культурный потенциал, существуют определенные проблемы в сфере туризма [Карпова Ю.И., 2014]:

- а) низкий уровень комфорта;
- б) низкий уровень профессиональной культуры работников туристической сферы;
- в) отсутствие должного продвижения турпродукта Республики Адыгея [Мищенко Т.А., 2009].

Для того чтобы решить эти проблемы необходимо принять комплекс мер, которые помогут решить проблемы. Чтобы сделать рост постоянным и устойчивым необходимо решить еще некоторые важные проблемы, которые по силам действующим предприятиям Республики:

- возродить функционирование некогда очень популярных перевальных и конных маршрутов Адыгеи;

– повысить привлекательность традиционных турпродуктов Республики за счет дополнительных услуг и услуг индустрии развлечений;

– создать условия для круглогодичного притока отдыхающих, за счет развития существующих курортов и горнолыжных центров;

– открыть новые экскурсионные объекты и маршруты.

Все меры по решению проблем должны получить государственную поддержку, как на региональном, так и на федеральном уровне. Адыгея обладает большим историко-культурным потенциалом, наследие адыгов бесценно, но многие приезжающие туристы не знают особенности культуры, традиций, обычаев, кухни адыгского народа, а ведь это – уникальность данной территории. Для этого нужно разработать новые программы туров, в которых туристы смогут не просто осмотреть достопримечательности, но и почувствовать дух народа, с помощью дегустаций блюд адыгейской кухни, вовлечения в традиции народа. Именно это отличает Республику Адыгея от других Республик Северного Кавказа [Волкова Т.А., 2017].

Список использованных источников

1. *Волкова Т.А.* Развитие горно-пешеходного туризма на Юге России: маршруты Краснодарского края и Республики Адыгея / Т.А. Волкова, А.А. Филобок, А.А. Пономаренко // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации.* 2017.

2. *Карпова Ю.И.* Музеи как основа этнографического туризма в Республике Адыгея / Ю.И. Карпова, В.В. Анисимова, Т.А. Волкова // *Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы.* 2014. №1.

3. *Карпова Ю.И.* Потенциал социально-экономического развития Республики Адыгея: трудовые ресурсы / Ю.И. Карпова, Т.А. Волкова // *Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы.* Краснодар, 2013.

4. *Мищенко Т.А.* Рекреационный потенциал территории: содержание и проблемы оценки // *География: проблемы науки и образования.* 2009.

*А.В. Кокин¹, В.В. Стогний²,
Т.А. Волкова², В.Ю. Рыбаков³*

**ПО СЛЕДАМ ЗАБЫТЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ
МАРШРУТОВ И ОТКРЫТИЙ:
ТАМГИНСКИЙ ЖЕЛЕЗОДЕЛАТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД**

*¹Южно-Российский институт Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ, г. Ростов-на-Дону*

²Кубанский государственный университет

³УГРК «Уранцветмет» (АО), г. Москва

Summary: The article points out the importance of industrial excursions in preserving historical knowledge. Tourist and recreational attraction can have almost any territory, regardless of the physical and geographical location, the number of natural recreational resources, transport accessibility. Tourist and recreational attractiveness of the territory is determined by the importance and popularity of historical events that took place on it.

Key words: industrial excursions, tourist routes, historical figures

Как известно, туристско-рекреационной привлекательностью может обладать практически любая территория, не зависимо от физико-географического положения, количества природных рекреационных ресурсов, транспортной доступности и т.п. Туристско-рекреационная привлекательность территории определяется человеком и для человека. Зачастую привлекательность территории определяется значимостью и известностью исторических событий, происходивших на той или иной территории. Сегодня, когда вопросы воспитания патриотизма становятся особенно важны, внимание в процессе организации и продвижения туристско-экскурсионного продукта все чаще уделяется территориям, связанным с историей нашей страны. Одним из перспективнейших направлений является организация путешествий по маршрутам исторических экспедиций, составлявших основу освоения и развития природного и промышленного потенциала России: освоение Севера и Востока. При этом значимость разрабатываемых туристско-экскурсионных маршрутов может быть различна: они могут быть ориентированы на прием большого количества туристов со всей страны, а могут изначально создаваться для обслуживания локальных групп населения, проживающих в одном населенном пункте или регионе. На сегодняшний день многие исторические объекты заброшены и утеряны. Но даже в таком состоянии они могут являться объектами интереса и притяжения

туристов: на начальном этапе их использования можно говорить об организации поисковых экспедиций, что в каком-то роде может быть отнесено к научно-исследовательскому и приключенческому видам туризма. В дальнейшем возможна эволюция маршрута со стадии локального до стадии федерального или международного. Например, «точкой притяжения» подобного маршрута может быть Тамгинский железноделательный завод – первое предприятие черной металлургии на Дальнем Востоке России, ныне утерянное. Основание его тесно связано с именем Витуса Беринга и историей нашей страны.

В апреле 1730 г., через два месяца после возвращения из Первой Камчатской экспедиции, Витус Беринг составил две докладные записки в Адмирал-коллегию (морское ведомство) и Сенат, в которых обосновывал необходимость новых экспедиций с целью нанести на карту северное побережье континента, отмечена также необходимость и возможность разрабатывать в Сибири железную руду, сеять хлеб и варить соль [Магидович И.П., Магидович В.И., 1984]. В Сенат данные записки поступили в конце 1730 г. и послужили основанием для организации Великой Северной экспедиции, которая работала отдельными автономными отрядами с задачей исследования северного побережья от Печоры до крайнего Северо-Востока и по возможности до Камчатки «для подыскания известия ... имеется ли проход Северным морем». В 1733 г. правительство назначило В. Беринга начальником Второй Камчатской экспедиции, которая должна была пересечь Сибирь и от Камчатки отправиться для исследования противоположных берегов Северной Америки («обыскание» американских берегов от Камчатки).

Вторая Камчатская экспедиция по масштабности значительно превосходила Первую Камчатскую экспедицию В. Беринга (1725–1730 гг.), которая первоначально состояла из 34 человек, однако временами количество участников, включая солдат, мастеровых и работных людей, достигало 400 чел. Вторая экспедиция во главе с В. Берингом собралась в начале 1734 г. в Тобольске, откуда несколько сухопутных партий геодезистов было направлено для изучения побережья Северного Ледовитого океана, а сам В. Беринг и основная часть состава его экспедиции общей численностью до 800 чел. в конце октября 1734 г. перебралась в Якутск. В течение трёх лет, проведенных в Якутске, В. Беринг организовал строительство железноделательного завода и канатной мастерской, наладил сбор смолы и изготовление такелажа для судов, обеспечил отправку снаряжения и продовольствия в Охотск [Магидович И.П., Магидович В.И., 1984].

Тамгинский «железноделательный» (по терминологии того времени) завод был построен на небольшой р. Тамга (современное название – р. Тамма), правого притока р. Лена, устье которой расположено почти напротив Табагинского мыса, примерно в 30 км

южнее г. Якутска. Завод, место под который было выбрано плотинным мастером Петром Бронских при участии лейтенантов Второй Камчатской экспедиции Василия Прончищева и Вилима Вальтона, был создан за рекордно короткий срок – с 14 июня по 23 сентября 1735 г. Фактически это было первое металлургическое предприятие России, построенное за Уралом, на территории Сибири, игравшее важную роль не только для обеспечения Второй Камчатской экспедиции, но и в дальнейшем, при хозяйственном освоении огромного края. Завод строился мастерами уральских заводов, а также ссыльными из Иркутска и Якутска, одетыми под государственных крестьян Якутского уезда и матросов Камчатской экспедиции. Материалы по строительству и деятельности Тамгинского завода из Государственного архива Свердловской области в виде сборников документов подготовлены и изданы редактором-составителем Н.С. Корепановым [Тамгинский ..., 1999; 2002]. События, происходившие на берегах реки Тамга в XIII веке, в художественной форме воссозданы в романе «Первые» [Кокин А.В., 2009]. Тамгинский завод проработал с 1735 по 1756 гг., при этом он несколько раз подвергался разрушительным половодьям р. Лена, а его управляющим в 1738–1752 гг. был великий рудознатец Якутии Афанасий Метенев, поэтому завод можно с полным правом назвать заводом Беринга-Метенева.

В качестве сырьевой базы Тамгинского завода использовалась местная железная руда, преимущественно, по-видимому, Ботомского месторождения, расположенного примерно в 20 км выше устья р. Ботома (правый приток р. Лена, устье расположено напротив пос. Бестях на расстоянии около 70 км выше по течению р. Лена от устья р. Тамма). По сообщению А.Соловьева в Канцелярию Главного управления Сибирских и Казанских заводов 5 декабря 1735 г. [Тамгинский..., 1999], железо из местных руд обладает необычной «мягкостью» (ковкостью), чему способствовало, по-видимому, высокосодержание в рудах марганца. В 1986 г. Опытно-методическая партия Геофизической экспедиции №6 ПГО «Якутскгеология» проводила поисково-оценочные и опытно-методические работы по разработке методики поисков марганцевистых железных руд в Центральной Якутии на примере Ботомского месторождения [Стогний В.В. и др., 1988], при этом в непосредственной близости от месторождения в долине р. Ботомабыли отмечены, вероятно, остатки кричных печей.

Ввиду разрушительных паводков и других природных явлений точное местоположение Тамгинского завода устанавливается достаточно сложно. Группой специалистов Якутской поисково-съёмочной экспедиции и Института геологии алмаза и благородных металлов СО РАН [Бикбаева и др., 2004] в 2002–2004 гг. были проведены исследования, в результате которых, по их мнению, было

предположительно установлено местоположение Тамгинского завода. Довольно подробное описание Тамгинского завода дается в Реестре повреждений завода от наводнения 1748 г. [Тамгинский ..., 2002] и других документах. Точное местоположение завода, на наш взгляд, может быть установлено только по результатам детальных геофизических и геохимических съёмок и других специальных исследований.

Тамгинский железоделательный завод, созданный первоначально для обеспечения нужд Второй Камчатской экспедиции В. Беринга и исправно служивший на благо России около 20 лет в один из наиболее сложных и динамичных периодов ее истории, должен быть отмечен на местности соответствующими памятными знаками, в том числе и в благодарность его создателям – капитану-командору Витусу Берингу и берг-гешворену Афанасию Метеневу. Он должен занять свое достойное место в структуре туристско-рекреационного потенциала страны и служить благородным целям воспитания и просвещения граждан, что возможно лишь при условии включения его как объекта туристского интереса в программу туристско-рекреационного развития территории Якутии.

Список использованных источников

1. Бикбаева Т.В., Амузинский В.А., Подъячев Б.П. Как мы искали Тамгинский железный завод XVIII в. // Наука и техника в Якутии. 2004. №2(7).
2. Кокин А.В. Геологи, или преданные забвению... Кн. I «Первые». Кн. II «Одержимые». СПб., 2009.
3. Магидович И.П., Магидович В.И. Очерки по истории географических открытий: В 5-ти т. Т. III: Географические открытия и исследования нового времени (сер. XVII–XVIII вв.). 3-е изд. М., 1984.
4. Стогний В.В., Стогний Г.А., Невольских С.Г. О методике поисков марганцевистых железных руд в Центральной Якутии // Новые данные по критериям, методике и технологии поисков и разведки полезных ископаемых Якутии. Якутск, 1988.
5. Тамгинский завод и Камчатская экспедиция: сб. матер. / ред.-сост. Н.С. Корепанов. Екатеринбург, 1999.
6. Тамгинский завод и якутское серебро: сб. матер. / ред.-сост. Н.С. Корепанов. Екатеринбург, 2002.

РОССИЙСКИМ КУРОРТАМ – ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТ

г. Геленджик

Summary: To improve the environment and traffic load of the Black sea resorts of Krasnodar region, it is necessary to expand the use of electric transport here: trolleybuses, electric vehicles and cable cars.

Key words: Black sea resort, Krasnodar region, trolleybus, electric vehicle, cable car.

Мировая тенденция в транспорте будущего это повсеместное внедрение электрического привода. Электрическая тяга наносит гораздо меньше вреда окружающей среде, чем традиционные двигатели, использующие продукты нефтепереработки. Это становится особенно актуальным на побережье Краснодарского края в последние годы, где в летнее время значительно выросли потоки автомобилей, прибывающих на отдых туристов.

До настоящего времени данная проблема решалась путем увеличения пропускной способности существующих автомобильных дорог. Но от этого не произошло существенного улучшения экологии на курортах. Помочь могло бы повсеместное внедрение электротранспорта: электропоездов, троллейбусов, электробусов, электромобилей, подвесных канатных дорог и т. д.

В нашей стране имеется уникальный опыт Крыма по использованию троллейбуса в условиях горного рельефа с максимальной высотой преодоления перевалов в 750 м над у. м. «Крымский троллейбус – уникальная система междугородного троллейбуса, связывающая Симферополь с курортами Южного берега Крыма, включающая самый длинный в мире междугородный троллейбусный маршрут (84 км; от симферопольского аэропорта – 96 км)» [Крымский троллейбус, 2018].

Из числа главных курортов Черноморского побережья Краснодарского края только Геленджик не имеет прямого железнодорожного сообщения с городами страны. И в этом мы видим аналогию с курортным городом Ялтой, который удален от ближайшего вокзала г. Симферополя на 84 км. Геленджик с ближайшим вокзалом г. Новороссийска разделяет дистанция только в 36 км.

В летнее время большинство отдыхающих преодолевают эту дистанцию на автомобилях. По расчетам автора их трафик исчисляется в 20000 автомобилей в сутки. В Крыму стоимость проезда на междугородном троллейбусе за 1 км составляет, примерно, 1,8 руб. [Крымский троллейбус, 2018].

Стоимость проезда 36 км составила бы 65 руб. Стоимость проезда на такси около 1000 руб. за машину. Даже при максимальной загрузке в 4 человека стоимость проезда одного человека на такси составляет 250 руб. или в 4 раза дороже, чем на троллейбусе. Очевидно, что большинство отдыхающих воспользовалось бы троллейбусом. Кроме того, это существенно бы снизило загруженность дорог, особенно в самом городе-герое Новороссийске. Разница в скорости между троллейбусом и такси на небольшой, по сравнению с Ялтой, удаленности от железнодорожного вокзала, не так сильно повлияет на время, проведенное в пути до курорта Геленджик.

Опыт по эксплуатации городского троллейбуса на Черноморском побережье Кубани имеется также у г. Новороссийска. Его можно было бы использовать в Анапе и Геленджике, где, примерно, такой же рельеф местности. В Сочи и Туапсе с пересеченным рельефом можно воспользоваться опытом крымских городов Ялты и Алушты.

В последние годы для поездок в горы активно используются вездеходы, в первую очередь, отечественные УАЗы. Они разбивают грунтовые дороги, что приводит к размыву горных склонов, уничтожению растительности; загрязняют реки и ручьи. А их шум пугает представителей фауны.

Особенно, опасна эрозия крутых участков горных дорог во время подъема на горные вершины. Здесь могли бы помочь подвесные канатные дороги. Такой опыт имеется в Геленджике и в Красной Поляне. Для перемещений по поверхности горных хребтов можно было бы использовать электромобили, электробусы и электроскутеры.

В курортных городах и поселках необходимо стимулировать использование электромобилей. Для этого нужно построить электростанции и предусмотреть систему льгот владельцам такой техники.

Троллейбусную линию Новороссийск – Геленджик можно было бы продолжить до г. Туапсе, что увеличило бы дистанцию еще на 130 км. На этом маршруте нет железнодорожного сообщения и, скорее всего, и не будет. И это было бы хорошей альтернативой транспорту на углеводородах.

Комбинированная железнодорожно-троллейбусная линия могла бы связать все черноморские курорты Краснодарского края от г. Адлера через г. Новороссийск до п. Тамань. А после окончания строительства Крымского моста через Керченский пролив появится возможность для пуска электричек от г. Новороссийска через гг. Керчь и Феодосию до г. Симферополя или, даже, до г. Севастополя. Такая комбинированная линия могла бы соединить все российские курорты на Черном море.

Чтобы продвигать свой турпродукт на мировой рынок и не проиграть в конкурентной борьбе за туриста внутри страны, Кубань должна соответствовать мировой тенденции по снижению уровня загрязнения окружающей среды на приморских курортах. Одним из направлений на этом благородном пути может стать всестороннее внедрение электротранспорта на курортных линиях пассажирских перевозок. Кроме улучшения экологии это значительно бы повысило комфорт и доступность перемещений для туристов на черноморских курортах.

Список использованных источников

1. Крымский троллейбус. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Крымский_троллейбус.

*Н.П. Котова, С.А. Елисеева,
А.А. Смоленцева, А. Савенкова*

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В СПЕТЕРБУРГЕ И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ

*Санкт-Петербургский Политехнический университет
Петра Великого;
Высшая школа биотехнологии и пищевых технологий*

Summary: The article considers the factors of the emergence of such a concept as gastronomic tourism. A gastronomic tour as a service is more than just a trip, as it is a well thought out complex of events for tasting traditional dishes in a certain area, as well as individual ingredients that are not found anywhere else in the world, having a special taste.

Key words: Gastronomic tourism, food traditions, development of restaurant business

Гастрономический туризм – это путешествия и гастрономические туры для знакомства с регионом через гастрономию, местную кухню и кулинарные мастер-классы. В топ-10 городов и регионов России, популярных для гастрономического туризма в 2017 г., входят: Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Владимирская область, Татарстан, Тверская область, Тульская область, Алтайский край, Калининградская область и Новгородская область.

В России сейчас наиболее востребованы гастрономические «туры выходного дня»: короткие поездки за едой и новыми впечатлениями [Александрова А.Ю., 2008]. Объект может быть разным: ресторан, музей определенных продуктов, ферма. Однако только еды не достаточно, гастрономический интерес всегда требует подкрепления какими-то событиями. Одно из таких событий – это проведение Ресторанного Фестиваля в Петербурге, который имеет далеко идущую цель. Первый фестиваль, организованный Комитетом по развитию туризма прошел в 2016 г.

Ресторанный фестиваль является частью событийного туризма и развивает въездной внутренней поток. Однако фестиваль направлен не только на привлечение туристов, но и на подтверждение статуса Петербурга, как гастрономической столицы России. Немаловажно, что

фестиваль не финансируется из городского бюджета. Все рестораны добровольно и бесплатно принимают в нем участие.

Гастрономия для путешественников является важным дополнением к основной цели визита: если не будет хороших ресторанов, турист не приедет [Александрова А.Ю., 2008]. Более того, туристы, приезжающие в Россию, стремятся не столько попробовать русскую кухню, сколько ищут качественный сервис, а выбор ресторанов и уровень сервиса, который есть в Петербурге на данный момент, делает наш город очень интересным направлением для путешествия, с учетом цен, которые в 2–3–4 раза ниже, чем в соседних европейских странах, из чего следует, что развитие гастрономического туризма с каждым годом будет расти.

В десятке лучших российских ресторанов России пять оказались петербургскими, причем два занимают первые места. Городу на Неве не первый год прочат статус гастрономической столицы России. Но многие рестораторы скептически относятся к звездному статусу города.

Большинство зарубежных туристов, посещающих Россию, максимальное количество времени и внимания уделяют Санкт-Петербургу как городу с богатым историческим и культурным наследием. Именно по впечатлению, полученному от посещения северной столицы, у иностранцев нередко формируется впечатление о России в целом [Ричардс Г., 2012].

Однако, несмотря на массу достоинств, выделяющих город с точки зрения туристической привлекательности, у Петербурга отсутствует то, что называется гастрономическим брендом.

Понятие гастрономический бренд можно рассматривать как в узком, так и в широком контексте, если следовать логике исследования. Под широким контекстом имеется ввиду гастрономический имидж региона в целом, то есть наличие особой кухни, блюд, продуктов, специфических для данного региона точек общественного питания. В узком смысле под гастрономическим брендом понимается конкретный продукт или группа продуктов, производимых на определенной территории, но известных за ее пределами и пользующихся успехом у туристов.

В Санкт-Петербурге, как показало исследование, такие продукты отсутствуют, хотя в исследовании упоминается корюшка, которая известна, как местный продукт. Этот продукт скорее известен среди жителей Санкт-Петербурга, но не туристов. Помимо корюшки в ряду аутентичных локальных продуктов были выделены пышки

[Железова О.Р., 2013]. Однако участники исследования подтвердили, что эти продукты не обладают высокой степенью привлекательности среди туристов. А брэндинг наиболее популярных у туристов пищевых и алкогольных продуктов – таких, например, как икра, водка носит в Санкт-Петербурге общестрановый характер без региональной специфики.

Между тем подавляющее количество опрошенных специалистов заявили, что Санкт-Петербург нуждается в развитии гастрономического бренда.

Вопрос в том, что может послужить базой для создания гастрономического бренда Петербурга при отсутствии ярко выраженной локальной кухни. Учитывая отсутствие яркой петербургской кухни, эксперты рекомендовали положить в основу формирования петербургского гастрономического бренда не кулинарные компоненты, а поведенческо-ролевые, позволяющие использовать богатые культурные и исторические традиции города.

На основе результатов проведенного историко-культурологического анализа петербургских традиций исследователи совместно с экспертами разработали четыре модели конструирования гастрономического бренда Петербурга.

Первую модель ученые назвали «Кухня императорского Петербурга». Ее реализация может включать театрализацию процесса потребления пищи, реконструкцию и адаптацию блюд петербургской кухни соответствующей эпохи, участие во всем этом ресторанов «высокой кухни». Основная группа потребителей в данном случае – туристы с высоким уровнем дохода, а также туристы, интересующиеся традиционной для города классической культурой.

Название второй модели «Кафе Серебряного века – креативные кафе: история и современность» говорит само за себя. Речь идет о создании креативных кафе-пространств, где посетители могли бы не только отдохнуть и перекусить, но и стать зрителями или участниками творческих мероприятий: музыкальных, драматических представлений, выставок, вечеров поэзии и т.п. Ориентир в данном случае, как отмечают исследователи, на группу потребителей со средним и ниже среднего уровнями дохода, например, студентов.

Третья модель «Ленинградская кухня» – для ностальгирующих и интересующихся советской эпохой. Эксперты из сферы туризма отмечают, что советский период истории – отдельный пункт интереса для многих зарубежных туристов, среди которых востребованы музеи, посвященные советскому прошлому, а также советские архитектурные

памятники. Запрос на советскую тематику, по мнению ученых, необходимо поддержать и усилить гастрономическим компонентом туристского продукта.

Четвертая модель «Санкт-Петербург – гастрономические ворота России» подразумевает под собой широкую презентацию этнических кухонь России. Поскольку посещение Санкт-Петербурга – основная цель большинства зарубежных туристов, приезжающих в Россию, то именно северная столица может быть своего рода путеводителем по этническим кухням страны. Для этого необходимо развитие территориально доступных и качественных этнических кафе и ресторанов.

Бренд «Петербургская кухня» это очень перспективное направление туризма, которое можно и нужно развивать, он точно будет жить.

Список использованных источников

1. *Александрова А.Ю.* Международный туризм: учебник. М., 2008.
2. География туризма / под ред. А.Ю. Александровой. М., 2015.
3. *Ричардс Г.* Еда и туристский опыт // UNWTO: Global Report on Food Tourism. 2012.
4. *Железова О.Р.* Этнический гастрономический туризм, его роль в сохранении национальной культуры и самобытности народов // Молодой ученый. 2013. №5.

**КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ
РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ, ПРИНИМАЮЩИХ МАТЧИ
ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ В 2018 г.**

Кубанский государственный университет

Summary: The article reveals the problems in preparation for holding the World Cup in 2018 in the Russian Federation.

Key words: the world Cup, preparing for the championship, city championship, the infrastructure of the championship.

Самое престижное спортивное событие планеты – ЧМ по футболу. Футбол – не просто спорт номер один, в него вовлечены 46% населения. В рамках программы по подготовке к ЧМ по футболу в 2018 г. запланировано 29 мероприятий федерального уровня и 124 – регионального. На реконструкцию аэропортов направят 273,5 млрд. руб., из них 100 – средства федерального бюджета. Аэровокзалы будут модернизированы с учетом возрастающих нагрузок, а в Ростове-на-Дону построен с нуля (30 млрд. руб.), а в Нижнем Новгороде и Санкт-Петербурге появятся новые станции метро рядом со стадионами [Последние проверки..., 2018].

Как правило, после мероприятий такого масштаба останется спортивное наследие: новые стадионы, инфраструктура и заинтересованность городского населения в спорте, рост узнаваемости на международной арене и повышение имиджа государства, за которым может последовать увеличение туристического потока - по статистике 50% туристов, посетивших страну в рамках крупного международного события, возвращаются в нее снова.

Количество запросов, например, на туры в Москву на июнь – август 2018 г. по сравнению с аналогичным периодом 2017 г. среди россиян выросло на 50% по данным туроператоров. Растет интерес и к региональным центрам: количество запросов на туры в Самару увеличилось на 26%, в Волгоград и Калининград на 45%, в Ростов-на-Дону и Калининград почти на 90%. С другой стороны, по Санкт-Петербургу, Екатеринбург и Нижнему Новгороду заметно некоторое снижение спросов, что связано в первую очередь с возросшей стоимостью перевозки и проживания, цены повысились в среднем до

30%. Некоторых туристов может отпугивать большое число болельщиков. Но общая тенденция еще может поменяться, т.к. по статистике половина россиян покупает авиабилеты максимум за неделю до вылета. Поэтому отстающие города в итоге могут наверстать упущенное. Самая положительная ситуация в Саранске, где турпоток может увеличиться на 400%. Обычно, этот компактный город летом принимает 250 тыс. туристов вместе с экскурсантами.

Необходимо учитывать, что в города-организаторы поедут не только местные жители региона, но и из соседних регионов, других стран, особенно тех, чьи команды сыграют в матчах чемпионата. Особенно активны американцы и итальянцы – они готовы ехать на чемпионат независимо от того, чья команда играет.

Очень важно не поднимать цены, как это было во время Олимпиады в Лондоне, а турпоток, наоборот, оказался ниже прогнозов. Сейчас ряд средств размещения завышают цены, но такие нарушения носят локальный характер. Необходимо учитывать, что приезжают не только любители футбола: на каждого болельщика приходится примерно двое, а то и трое туристов, которые едут просто посмотреть на города, естественно, им нужна культурная, экскурсионная, гастрономическая программа. Например, в Саранске для гостей готовят не только стадионы и отели, но и экскурсионную программу в нескольких вариантах, а в Калининграде пройдет фестиваль болельщиков, музеи будут работать до 6 утра, в театрах состоятся ночные показы спектаклей, будут работать кинотеатры под открытым небом [Стадионы ЧМ-2018..., 2018].

Однако, достижению сопоставимых эффектов городам, принимающим матчи ЧМ, затрудняют три ключевых фактора. Первый – существенное урезание финансирования. Когда верстались первые программы по подготовке к чемпионату, у руководителей городов были очень серьезные ожидания относительно того, сколько в процессе подготовки получится сделать. Ожидания были завышены, а программы серьезно урезаны (Табл. 1). И дело не только в экономической ситуации, хотя ее влияние и значительно. Многие зависело от того, что власти городов и субъектов не смогли доказать оргкомитету ЧМ, руководству страны необходимость предложенных ими инфраструктурных проектов: слабо просчитаны, не обеспечены хоть какими-то внешними инвестициями, или город целиком рассчитывал на то, что федеральный центр решит его проблемы. Многие города не показали той проработки, которая позволила бы им

использовать чемпионат для решения каких-то давно назревших и требующих больших вложений вопросов.

Табл. 1 – Сравнение затрат на строительство / реконструкцию стадионов Составлено по [Как строятся стадионы..., 2018]

Название стадиона / Город	Стоимость строительства/ реконструкции, млрд руб.	
	Август 2014	Сентябрь 2016
Зенит Арена/Санкт-Петербург	34,9	39,2
Лужники/Москва	23	23
Победа/Волгоград	15	17,2
Стрелка/Нижний Новгород	15	18
Центральный/Екатеринбург	15	12,2
Левбердон/Ростов	15	19,8
Арена Балтика/Калининград	15,2	17,5
Мордовия Арена / Саранск	13,2	17
Самара Арена	14,4	18,9
Казань Арена	14,4	14,4
Спартак/ Москва	14,5	14,5
Фишт/Сочи	3,4	3,5

Второй фактор – Чемпионат мира принимают одиннадцать городов, а не один, как было с Олимпиадой в Сочи или Универсиадой в Казани. Это существенно отразилось на таком эффекте, как повышение узнаваемости. Цифры несопоставимы: за 15 соревновательных дней зимних Игр в Сочи Олимпийский парк посетило 1,3 млн чел., а Екатеринбургу предстоит принять несколько матчей группового этапа, и пройдут они на стадионе, вмещающем 35 тыс. зрителей.

На Олимпиаду и Универсиаду работала вся страна. Чемпионат мира по футболу в 2018 году принимают одиннадцать городов, у них не будет такой концентрированной поддержки. Плюс сами матчи ЧМ пользуются очень разным интересом. Одно дело, когда город принимает финал или полуфинал, другое – матчи группового этапа.

Одной из ключевых проблем так же является отсутствие опыта и специалистов. В России реализовывалась ФЦП «Развитие физической культуры и спорта на 2006–2015 гг.». Когда ее принимали, концентрировались на строительстве спортивных объектов. Вопросы эксплуатации во многом ставили на второй план. О коммерциализации спортивных объектов начали задумываться относительно недавно. Во

многим это произошло благодаря инвесторам, которые вложились в некоторые объекты: у них совсем другой подход, им нужно вернуть вложения.

Самая большая проблема – это отсутствие опыта и профессионалов, которые могут работать со стадионами в таком формате. За последние годы ряд образовательных организаций разработал программы по спортивному менеджменту. Но в большей степени они связаны с управлением клубами, а не объектами. Здесь можно сказать и о особенностях российского ивент-рынка. Например, говоря о многофункциональном использовании, нужно увязывать этот вопрос с состоянием шоу-индустрии, которая в России не развита сама по себе. Тогда как в Германии, Великобритании, сколько там мероприятий проводится и сколько зрителей на них присутствует. В РФ подобных примеров очень немного. Позволит ли чемпионат мира по футболу в РФ кардинально изменить отношение к эксплуатации спортивных объектов? Идеология многофункциональности закладывалась во все объекты ЧМ, но для них актуальны все вышеперечисленные проблемы. Причем если менеджмент можно обучить, а законодательство изменить, то создать мощную ивент-индустрию в ближайшее время точно не получится, да и конкурировать за такие мероприятия теперь предстоит десятку современных стадионов [Стадионы одноразового использования..., 2018].

Однако если с готовностью стадионов к чемпионату есть хоть какая-то ясность, то совсем непонятно, как их использовать потом. Вопрос о «наследии» ЧМ-2018 отсутствует – видимо, считается, что большой стадион априори нужен городу.

Список использованных источников

1. Последние проверки службы мониторинга Международной федерации футбола. URL: <http://tass.ru/sport/4335258>.
2. Как строятся стадионы к ЧМ по футболу 2018 г. в России. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/12/26/chm-2018>.
3. Стадионы ЧМ-2018 в России: успеют ли построить в срок. URL: <http://www.mk.ru/sport/2017/10/04/stadiony-chm2018-v-rossii-uspeyut-li-postroit-v-srok.html//>
4. Стадионы одноразового использования. URL: <http://www.profile.ru/economics/item/111157-stadiony-odnorazovogo-ispolzovaniya>.

**ИЗ ИСТОРИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ:
ОБЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЕШЕСТВИЙ
УЧЕНИКОВ ТВЕРСКОЙ ГИМНАЗИИ**

Тверской государственный университет

Summary: The late XIX – early XX century, educational tourism is actively developing in Russia, tourist-excursion societies have become a notable phenomenon in this sphere. In the Tver Men's Gymnasium from 1903 to 1918, the Society for the Travel of Students actively worked, which organized 14 educational trips for students in Russia and abroad and made a significant contribution to the development of the practice of educational tourism.

Key word: Educational tourism, tourist and excursion societies, Society for the organization of travel of students of the Tver gymnasium.

Изучение истории туристско-экскурсионного движения в России представляет несомненный научный и практический интерес, позволяет на конкретных примерах проследить тенденции развития экскурсионного дела, его связь с образованием, культурой, государственной политикой. На рубеже XIX–XX вв. в России в системе школьного и внешкольного образования активно применялся экскурсионный метод, шла теоретическая разработка его основ. В столице и в провинции стали появляться туристско-экскурсионные общества с целью непосредственного изучения истории, географии и культуры. Их деятельность ширилась и, получив общественное признание, сформировалась в заметное социальное явление. Туристско-экскурсионные общества сумели заложить прочный фундамент развития туристско-экскурсионного дела, накопив значительный опыт практической работы, организовав экскурсионные поездки и туристские путешествия по России и зарубежью для значительного числа учащихся и их наставников.

Значительное место в развитии образовательных экскурсий в указанный период занимает Тверская мужская гимназия. С 1903 по 1918 гг. при Тверской мужской гимназии существовало Общество организации путешествий учеников, которое устраивало для своих гимназистов ученические поездки по России и за границу. Благодаря

активной деятельности Общества, Тверская мужская гимназия превратилась не только в успешное учебное заведение, применявшее достаточно передовые методы преподавания, но и в крупный центр образовательного туризма.

Общество организации путешествий учеников Тверской мужской гимназии возникло благодаря стараниям тогдашнего директора гимназии В.И. Ставичека. Министерство народного просвещения поддерживало подобные начинания, поскольку активно распространявшийся метод образовательных экскурсий был признан важным педагогическим достижением [Отчет о состоянии Тверской ..., 1903]. Первое общее собрание 66 членов Общества состоялось 25 марта 1903 г., и сразу же был одобрен маршрут поездки, в которую отправились 10 лучших учеников гимназии. Поездка продолжалась 10 дней, экскурсанты побывали в исторических городах и селах Тверской губернии: Едимонове, Кузнецове, Кимрах, Калязине, а также Угличе, Рыбинске, Ярославле, Ростове, в Троице-Сергеевой лавре и в Москве. «В некоторых местах они встретили такой прием, который не ожидали: им было оказано такое внимание, которое не забывается. И какой получался подъем духа, какое радостное настроение царило среди них в Кузнецове, Угличе, Ростове!» [Отчет Общества..., 1905].

Путешествия тверских экскурсионистов были широко известны благодаря ярким и информативным отчётам руководителя Общества – Петра Петровича Чернышева – инспектора, а позднее, директора Тверской мужской гимназии, которые были написаны и опубликованы в период с 1903 по 1917 гг. [Отчет Общества..., 1905]. Он возглавлял Общество организации путешествий учеников Тверской гимназии все годы его существования и был активным сторонником внедрения экскурсионного метода в преподавание. В отчётах описывались экскурсионные маршруты, бытовые подробности, вопросы организации поездок. В них включались, помимо сведений о составе Общества и состоянии его средств, «поэтические отчеты» П.П. Чернышева, в стихотворной форме описывающие увиденные достопримечательности, путевые дневники участников путешествий, сочинения гимназистов, передающие впечатления и настроение гимназистов.

Маршрут второй экскурсии, состоявшейся в 1904 г., был следующий: из Твери по железной дороге учащиеся доехали до реки Волхов, потом на пароходе – в Новгород, оттуда по железной дороге в Петербург, из которого ездили осматривать окрестности: Павловск, Петергоф, Царское Село, Кронштадт. Из Петербурга по железной

дороге через Выборг к Иматре, а оттуда – в Сердоболь, где путешественники сели на пароход и по Ладожскому озеру отплыли на Валаам. С Валаама на пароходе гимназисты отправились обратно в Петербург по Ладожскому озеру и Неве, оттуда поездом путешественники добрались до Твери [Отчет Общества, 1905].

Третья экскурсия в 1905 г. отправилась гораздо дальше – в Крым. Она проходила по следующему маршруту: Тверь – Москва – Бахчисарай – Севастополь – Херсонес – Георгиевский монастырь – Инкерман – Байдары – Ялта – Массандра – Никитский сад – Гурзуф – Ай-Петри – Ливадия – Ореанда – Ай-Тодор – Алупка – Корбеклы – Чатырдаг – Одесса – Киев – Москва – Тверь.

Число участников экскурсий постепенно росло, если в первой поездке за счет Общества приняли участие 10 учеников, то во второй – 11, в третьей – 25. За время существования Общества было совершено 14 крупных поездок. По мере накопления опыта тверские гимназисты дважды побывали в Крыму, на Кавказе, на Севере – в Архангельске, на Соловках и других местах. Средства на поездки поступали от членских взносов членов Общества и добровольных пожертвований, расходам велся строгий учет. Подробные сведения о собранных и потраченных средствах публиковались в отчетах о поездках.

Летом 1910 г. состоялась 6-я ученическая экскурсия. Это была первая поездка гимназистов Твери за границу, в ней приняли участие 33 человека. Маршрут экскурсии был следующий: Тверь – Москва – Варшава – Вена – Будапешт – Белград – София – Плевна – Тырново – Шипка – Стара Загора – Константинополь – Одесса – Киев – Москва – Тверь.

Перед началом путешествия гимназисты проходили теоретическую подготовку, знакомясь с основными объектами, которые предполагали посетить на маршруте, изучали историю и достопримечательности тех мест, с которыми они планировали познакомиться. Судя по дневникам и отчетам путешественников, они знали многие факты и события, связанные с объектами посещений, часто упоминались достопримечательности, которые они целенаправленно искали во время экскурсий.

С 1914 г. маршруты поездок заметно сокращаются, в основном они сводились к посещению достопримечательности Тверской губернии. Объяснить это можно началом первой мировой войны и заметным осложнением внутреннего положения в России. Труднее стало собирать средства на поездки, да и настроение в обществе не располагало к развлечениям.

В последних поездках изменился и состав путешественников. Если в дальние поездки отправлялись в основном ученики старших классов (это объясняется, помимо прочего, физическими трудностями на маршруте), то поездки по ближним маршрутам были более доступны и для учащихся 5–6 классов.

Традиции образовательного учебного туризма в Твери не исчерпывались поездками гимназистов, одновременно активно применялся экскурсионный метод в земской учительской школе П.П.Максимовича, а позднее – в Тверском учительском институте (ныне – Тверском государственном университете) [Ермишкина О.К., 2014].

Список использованных источников

1. Отчет о состоянии Тверской губернской гимназии за 1903 г. / Государственный архив Тверской области. Ф.11. Оп. 1. Д. 3806.

2. Отчет Общества организации путешествий учеников Тверской гимназии за 1905 уч. г. 3-я экскурсия под руководством инспектора гимназии П. Чернышева (в июне 1905 г.). Тверь, 1905.

3. Отчет Общества организации путешествий учеников Тверской гимназии за 1909–1910 г. Описание заграничной поездки под руководством директора гимназии П. Чернышева. Тверь, 1910.

4. *Ермишкина О.К.* Экскурсионный метод в педагогической деятельности тверских преподавателей начала XX в. / Современные тенденции развития мировой национальной и региональной индустрии гостеприимства: сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. Тверь, 2014.

*Д.В. Максимов, А.Д. Максимова,
И.С. Талалаева, Д.А. Кураш*

ПЕРИОДИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВЕТСКОЙ РОССИИ ДО ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Кубанский государственный университет

Summary: In the article the historical aspects of forming of sanatorium-resort complex are considered in Soviet Russia before Second world war. The role of tourism is educed in the economy of country.

Key words: mass tourism, sanatorium-resort complex, division into periods of development of tourism, Sochi, Soviet Russia.

Еще совсем недавно (по историческим меркам), в XVIII–XIX вв., массового туризма фактически не существовало, ведь позволить себе путешествия могла совсем небольшая часть населения планеты. И только когда уровень развития производительных сил с одной стороны позволил, а рабочее движение и деятельность трудовых инспекций, профсоюзов, – с другой стороны – заставили капиталиста (предпринимателя) заботиться о своих работниках и предоставлять им оплачиваемый отпуск, туризм «родился по-настоящему». Нельзя забывать, конечно, и о транспортном факторе, который дал возможность удешевить и сократить время перемещения. Произошло это в первой половине XX в., именно этот период можно считать «датой» рождения массового туризма. Причем в Советской России, несмотря на события начала века, он не отстал в своем развитии от развитых стран, благодаря принятым Советским правительством мерам.

Две глобальные экономические системы соревновались (капиталистическая и социалистическая), от чего выиграли обычные граждане стран этих систем. В довоенной (до Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.) истории курортов СССР и Краснодарского края в частности, после Великой Октябрьской социалистической революции можно выделить три периода.

Первый – до 1925 г. Это был период восстановления курортного хозяйства, новой организации его деятельности с учетом изменения формы собственности, массовости. Правительством ставилась задача

раскрыть и изучить природные ресурсы России и Кубани для эффективного использования в лечебно-оздоровительных целях [Романов Н.Е., 1989]. На курортное лечение и отдых направлялись преимущественно рабочие.

К началу XX в. в России действовали 36 курортов или «станций», объединяющих 60 санаториев на 3000 мест, а также несколько кумысолечебниц. После Октябрьского переворота в 1917 г. все они были национализированы: постановлением правительства в 1918 г. все курорты были объявлены государственной собственностью и переданы в ведение ВСНХ, который возложил управление ими на Наркомздрав РСФСР. Декретом Совнаркома от 4 апреля 1919 г. «О лечебных местностях общегосударственного значения» Наркомздраву было поручено включить курортные услуги в общий план лечебно-профилактических мероприятий советской медицины. В Декрете отмечалось: «...лечебные местности или курорты, где бы таковые на территории РСФСР не находились и кому бы не принадлежали, со всеми сооружениями и недвижимостью, обслуживающими ранее курорт и находящимися на присоединенных и приписанных к курорту землях, составляют собственность Республики и используются для лечебных целей».

Декрет имел важное значение для становления курортного дела в стране:

- положил начало санитарной охране курортов;
- снабжение курортов продовольствием и топливом было приравнено к снабжению больниц, что имело тогда большое значение.

Развитие санаторно-курортного дела в Советской России начало строиться на разработанной В.И. Лениным принципиально новой основе: «Курорты – для трудящихся». Санаторно-курортное строительство осуществлялось даже в тяжелые годы гражданской войны: если в 1919 в стране осталось функционировать всего 5 курортов, то в 1922 г. их количество достигло 22 ед. с коечным фондом 21 тыс. коек, а число больных, получивших лечение, достигло 48 тыс. чел. [Горовой К.Э., 2006].

К управлению курортами были привлечены профсоюзы, к их развитию на научной основе – медицинские научные общества, к охране курортных ресурсов – местные советы и специальные комиссии. Наркомздравом было разработано «Положение о порядке медицинского и социального отбора больных на курорты» с преимущественными правами рабочих и крестьян.

В июне 1921 г. декретом Советского правительства, подписанного В.И. Лениным, предлагалось в месячный срок освободить в курортных местностях Крыма и Кавказа все пригодные для устройства санаториев помещения и здания, занимаемые любыми советскими учреждениями (в т.ч. военные), и передать их в ведение курортных органов. К санаторно-курортному строительству были привлечены средства фонда социального страхования [Ленин В.И., 1970]. Уже в 1921–1922 гг. заработали первые пансионаты на Черноморском побережье Кавказа (в гг. Анапе и Сочи). В 1923 г. при Наркомздраве было создано Главное курортное управление во главе с наркомом Н.А. Семашко и специалистом по курортному делу Н.И. Тезяковым. В 1928 г. образовано объединение курортов общего назначения [Пачулия В.П., 1980].

Дифференцируется сеть курортов союзного и местного подчинения, впервые организуются ведомственные санатории на курортах, создаются условия для перевода отдельных санаториев на хозрасчет. Наркомздраву выделяются серьезные ресурсы:

- средства для проведения гидрогеологических, горнотехнических и водопроводно-канализационных работ на курортах;

- пособия для восстановления основных жилищных фондов и бальнеологических установок;

- долгосрочные ссуды на льготных условиях на восстановительные и строительные работы, а также на ведение курортных хозяйств.

Второй этап (1925–1932 гг.) – период интенсивного развертывания строительства санаториев, домов отдыха и других курортных учреждений различными центральными ведомствами и все более широкого изучения природных богатств и ресурсов страны. Местные органы управления курортами уже располагали необходимыми экономическими возможностями, поэтому ряд курортов был полностью передан в их подчинение при сохранении единства планирования курортного дела в целом по стране. В 1926 г. дома отдыха были переданы в ведение Центрального управления социального страхования при Наркомтруде СССР, а с 1933 г. – в ведение профсоюзов. К этому периоду относится организация домов отдыха для матерей с детьми.

Следующим (3-м) этапом развития курортного дела были годы перед Великой Отечественной войной (1933–1941 гг.). Из большого числа задач, которые ставились тогда партийными и советскими

органами в ходе реконструкции курортов, важнейшей являлось правильное и научно обоснованное планирование и специализация курортов. За годы 2-й пятилетки (1933–1937 гг.) общий объем капиталовложений (включая вложения ведомств) в развитие санаторно-курортного дела превысил 600 млн руб. По тем временам это были огромные средства. В этот момент ведется генеральная реконструкция курортов Черноморского побережья Кавказа, в особенности г. Сочи. В 1934 г. начали разрабатывать генеральный план развития курорта Сочи, который Сталин подписал лично в 1936 г. [Сталин И.В., 1940]. К началу 1940 г. в стране было уже 3600 санаториев и учреждений отдыха на 470 тыс. мест [Горовой К.Э., 2006].

Таким образом, уже в 1930-е гг. на Кубани была создана мощная материально-техническая курортная база и были разработаны методики климато- и бальнеолечения. В 1930-е гг. Сочи-Мацестинский курорт превратился в первоклассную здравницу Советского Союза. Особенно это было заметно в первые годы после образования Краснодарского края. Только в 1939 г. ему было отпущено 43 млн руб., в результате чего Сочинский курорт пополнился новыми лечебными учреждениями, что дало возможность увеличить число коек до 8860. В 1939 г. на Сочинском курорте отдыхало и лечилось 103 тыс. чел., из них 13 тыс. курсовочников [Центр документации]. Если бы были использованы все производственные мощности санаториев, то сочинские здравницы смогли бы дополнительно принять до 50 тыс. чел. [Из отчетного доклада..., 1940].

Приведенные выше цифры свидетельствуют об очень высоком значении санаторно-курортной сферы в экономике СССР. Что же так волновало революционных деятелей? Ведь цена человеческой жизни была равна «нулю». Логика могла быть простой:

1. Без отдыха и восстановления сил «строитель коммунизма» со своей семьей построить тот самый коммунизм будет не в состоянии. Соответственно, нужны заведения для отдыха и оздоровления (санатории, пансионаты, дома отдыха и проч.).

2. С другой стороны, разрушаются брошенные уничтоженной или сбежавшей за границу аристократией и предпринимателями дворцы, здания и сооружения, находившиеся в личном пользовании, которые можно использовать для рекреации.

3. Опыт функционирования первых санаториев показал, что они могут не только «впитывать» инвестиции, но и приносить хорошие дивиденды, что приводит к появлению хозрасчетных организаций отдыха. Туризм становится реальным механизмом перераспределения

ресурсов в масштабах пространства Советского Союза (средства Профсоюзов, фонда социального страхования и проч.).

4. Успехи строительства «общества будущего», подкрепленные реальными достижениями советского народа, привлекают тысячи иностранцев (въездных туристов), ввозящих такую необходимую нашей экономике валюту.

Нужно отметить немаловажную особенность развития туризма того времени: акцент делался не на «праздный» отдых, в т.ч. пляжный, а на оздоровительный и лечебный.

Опубликовано при поддержке ОГОН РФФИ и администрации Краснодарского края, проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р).

Список использованных источников

1. *Горовой К.Э.* Курортно-туристический комплекс Кубани в историческом развитии: дисс. на соискание уч. ст. канд. истор. наук. Краснодар, 2006.

2. Из отчетного доклада Сочинского горкома ВКП(б) на 5-н городской партконференции о развитии курортного хозяйства г. Сочи 7–10 марта 1940 г. Ф.558, оп.1, д.110.

3. *Ленин В.И.* Телеграмма Х.Г. Раковскому Полн. собр. соч., Т. 50.М., 1970.

4. *Пачулия В.П.* Черноморское побережье Кавказа. М., 1980.

5. *Романов Н.Е.* Курорты Кубани. Краснодар, 1983.

6. *Сталин И.В.* Пол.соб. соч. Т. 7. М., 1950.

7. Центр документации новейшей истории Краснодарского края (ЦДИИКК). Ф. 1774-А, оп.1, д.1269.

*Д.В. Максимов, А.Н. Потанова,
Д.А. Кураш*

СВЯТО-ИЛЬИНСКИЙ ХРАМ: МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ

Кубанский государственный университет

Summary: Reviewed the history of the Church of the Prophet Elijah in Krasnodar. In addition, describes the life and the Holy Ascension of the Prophet Elijah. Examines the reasons for the special treatment of the Russian people to it-after all, no one else from the prophets is not devoted to temples in Russia.

Key words: Church, Prophet Elijah, St. Ilinskij Temple, Ascension, architector M.I. Petin.

В городе Краснодаре (бывшем Екатеринодаре), на перекрестке улиц Пашковской и Посполитакинской (нынешней Октябрьской) расположился один из самых красивых и чудных своей историей из екатеринодарских храмов – Свято-Ильинский храм. Мало кто знает, но заложен он был 2 ноября 1903 г. по завету горожан, чудесным образом избавившихся от азиатской чумы в 1892 г., которая унесла жизни 15 тыс. жителей. И сегодня эта цифра впечатляет, сто лет назад же это составляло около 20% населения кубанской столицы.

Не имея другой помощи, кроме Божественной силы, екатеринодарцы собрались на водосвятный молебен и обратились к Пророку Божьему Илье с молитвой о помощи [История..., 2017]. Эпидемия отступила. Во исполнение своего обещания 21 декабря 1901 г. горожане официально обратились к настоятелю Войскового Св. Александра Невского собора прот. Михаилу Воскресенскому с просьбой о содействии в строительстве часовни, в память об избавлении Кубани от холеры.

Проектом занимался архитектор Н.Г. Петин, являвшийся в начале XX в. главным архитектором города. Сестры Ирина Андреевна Рощина и Настасья Андреевна Минаева пожертвовали городу свой земельный участок (стоимостью 4 тыс. руб.). Церковь Ильи Пророка выстроена в так называемом «русском стиле». В 1918 г. церковь получила статус общеприходской.

В 1931 г. Братский храм был закрыт. Богослужения в нем возобновились через десять лет, во время немецкой оккупации Краснодара.

В годы, предшествовавшие хрущевской «оттепели», небольшой Свято-Ильинский храм занимал в г. Краснодаре видное место. В двухэтажном причтовом доме при Ильинской церкви с 1949 по 1963 гг. размещалось управление Краснодарской и Кубанской епархии.

5 июля 1963 г. Свято-Ильинский храм вновь был закрыт. Более 25 лет храмовая постройка, лишенная своего главного элемента – купола, служила помещением склада спортивного инвентаря, все более и более приходя в упадок.

В конце 1980-х гг., желая дать «достойный» ответ приближавшейся дате тысячелетия крещения Руси, директор Краснодарского историко-археологического музея-заповедника И.И. Борзило выступил перед научной общественностью края с предложением открыть в помещении Свято-Ильинского храма музей религии и атеизма. Однако такой «почетной» участи Храм избежал и был передан в Екатеринодарскую и Кубанскую епархию.

27 марта 1990 г. в Свято-Ильинском храме начались реставрационные работы. А уже 2 августа 1990 г. он был освящен архиепископом Екатеринодарским и Кубанским (ныне митрополитом) Исидором (Кириченко).

15 ноября 2002 г. по благословению митрополита Екатеринодарского и Кубанского Исидора (Кириченко) положено начало настенным росписям Свято-Ильинского храма. На роспись храма ушло 4 года и 4 месяца. Сегодня он, один из четырёх храмов, переживших безбожный советский период.

Почему горожане обратились именно к этому пророку, сейчас трудно сказать. Скорее всего, в их понимании он, один из двух не усопших смертных, вознесенный «на небеса», был им как бы ближе и понятнее, а во-вторых, яснее мог донести на огненной колеснице Господу Богу чаяния испуганных людей.

На самом деле, так уж сложилось, что из всех ветхозаветных пророков (святых) в России после принятия христианства почитали только его. И храмы пророку Илье воздвигнуты по всей Русской земле. На это указывает прот. Андрей Ткачев, подчеркивая, что этот феномен необъясним с богословской точки зрения [Проповеди..., 2017].

Чем притягивает этот подвижник Божий? В первую очередь своим именем – Илия (Элийяху), что в переводе с древнееврейского означает «Бог мой» [Святой..., 2017]. Он одинаково близок и иудеям, и

христианам. Его жизнь и деяния пришлись на трудные для народа Израиля времена – времена полного неверия, точнее – многобожия и язычества (поклонение культу Ваала, «золотому тельцу», разделению Израиля на 2 государства). Но Господь по безграничной милости своей не оставил вероотступников, а пытался вернуть их на путь истинный, посылая им пророков и их устами обличая язычество. Но их нещадно истреблял нечестивый царь Ахав и его супруга-язычница царица Иезавель.

Одним из них, за 8,5 веков до Рождества Христова, самым пламенным, и был пророк Илья, обличавший смуту, разврат и многобожие, а в целом – уход от истинной веры народа Израиля подводительством их царей. Несмотря на многочисленные чудеса Господа по его молитвам, народ Израиля отвернулся от веры своих предков, предал её, о чем Пророк очень скорбел.

Дело дошло до того, что почти никто не мог разобраться, кто истинный Бог: Господь или Ваал? Чтобы вернуть Ахава к Богу, Илья предрек: не будет ни росы, ни дождя, пока он, Илья, не скажет обратное. Предреченное исполнилось, начались засуха и голод, продолжавшиеся три с половиной года.

Илья в это время пребывал в добровольном изгнании – жил в уединении, и вороны приносили ему еду. Спустя три года Илья бросил Ахаву вызов: кто из них в силах остановить голод и засуху. Ахав собрал 850 жрецов Ваала, Илья же действовал в одиночку – и победил, вызвав потоки дождя.

Когда царь пытался схватить пророка, огонь небесный палил воинов, а последний посланный царем отряд перешел на сторону Ильи. Силой Господа и своей любовью к нему Илья избавил народ израилев от слугителей Ваала, показав истинную силу Господа!

И Господь порадовал Илию, забрав его живым, прислав ангелов на огненной колеснице. Элийяху шел со своим учеником по дороге, и рассуждал о пользе единобожия и вреде языческого многобожия, ученик слушал своего учителя и внимал каждому слову, как вдруг Элийяху сказал ученику, что пришло его время, и бог возьмет его на небо живым в награду за веру и добродетельное поведение, и добавил: проси, мол, что сделать тебе, прежде чем я буду взят от тебя. Елисею тоже хотелось получить хоть немного небесной милости, и он возопил к учителю такими словами: «Дух, который в тебе, пусть будет на мне вдвойне». Элийяху ответил ему так: «Трудного ты просишь. Если увидишь, как я буду взят от тебя, то будет тебе так, а если не увидишь, не будет». И вдруг над ними появилось сверкающее облако, и из этого

облака образовалось нечто вроде огненной колесницы, и ясно виднелись в облаке огненные кони.

Элийяху отдал ученику свою милоть (накидку тех времен) и тут же был похищен облаком, и огненная колесница унеслась в небеса [Колесница..., 2017]. На глазах у своего преемника Пророк Илья был вознесен на небеса живым, что еще раз подчеркнуло его высокие заслуги перед Господом. И это заставляет его задуматься о пророчествах святых Божьих посланников, о том, что ожидает людей за невидимой стеной: Царствие Небесное, либо Геенна огненная?

Сегодня, как и сто лет назад, народ русский уповает на этого непримиримого борца с нечистью об очищении и избавлении от слугителей Дьявола. День Ильи в народе очень популярен. Он празднуется ежегодно 2 августа. Также как и многие другие праздники, Ильин день имеет много традиций и обрядов. В народных традициях пророк предстает в виде могучего старца, который ездит на колеснице по небу и карающе посылает огненные стрелы рукой. Они поражают бесов и людей, которые не следуют Закону Божьему [Житие..., 2017]. Встретимся 2 августа в Храме Свято-Ильинском храме!

Список использованных источников

1. История / Сайт Свято-Ильинского храма. URL: <http://hram-ilya.ru/o-hrame/istoriya/>.
2. Проповеди Андрея Ткачева / Сайт Андрея Ткачева. URL: <http://www.andreytkachev.com/prorok-bozhij-iliya/>.
3. Святой пророк Илия. Житие и чудеса пророка Божия Илии / Сайт FB.ru. URL: <http://fb.ru/article/178824/svyatoy-prorok-iliya-jitie-i-chudesas-proroka-bojiya-iliy#>.
4. Колесница Ильи Пророка. URL: <http://www.liveinternet.ru/users/3184308/post275890804/>
5. Житие Пророка Ильи / Сайт «Икона и молитва». URL: <http://ikona-i-molitva.info/cvyatoj-ilya-prorok-zhitie-ikona-den-prazdnovaniya/>.

ПУТЕШЕСТВИЕ НА ДНО МОРЯ ТЕТИС

МБОУ лицей № 4, г. Краснодар

Summary: The article presents results of paleontological expedition held in summer 2017 in Kislovodsk. These results should become known to the public, to preserve the area, rich in fossil remains of the Tethys Sea inhabitants.

Key words: palaeontological expedition, the Tethys Sea, Kislovodsk, ammonites, belemnites, brahiopody, excursions.

В настоящее время происходят события, которые могут нанести непоправимый вред некоторым местностям, обладающим бесценным запасом палеонтологических ископаемых. Так, например, в г. Кисловодск, откуда родом мой папа, Максимов Д.В., уже засыпан и застроен овраг по ул. Фоменко, в котором он находил аммониты, белемниты и проч. останки жителей древнего моря Тетис. В связи с этим нами было подготовлено и проведено исследование, результаты которого должны привлечь неравнодушных граждан, органы власти муниципалитета в целях сохранения таких мест и их обустройства для организации экскурсий и популяризации палеонтологических знаний среди школьников, населения и гостей города.

Цель исследования – поиск мест на территории города Кисловодск, имеющих запасы ископаемых останков животных и растений, в интересах их сохранения для будущих поколений. *Задачи:*

- подготовку и проведение экспедиции в г. Кисловодск для поиска окаменелых ископаемых;
- сбор окаменелых ископаемых, их описание;
- нанесение на карту мест обнаружения ископаемых;
- рассмотреть историю возникновения, развития и исчезновения океана (моря) Тетис;
- отправка результатов исследования в Кисловодский краеведческий музей;
- публикация результатов исследования.

Объект исследования – территория и окрестности г. Кисловодска.

Предмет исследования – окаменелые ископаемые останки животных и растений.

Методы исследования – экспедиционный, визуальное наблюдение, описательный, картографический, документальный.

Кисловодск расположен в 450 км от г. Краснодар, в северных предгорьях Большого Кавказа на высоте 650–1400 м над у. м. Основан

город был в 1803 г. как русская крепость, в 1895 г. в Кисловодск было проведено железнодорожное сообщение. Своим названием город обязан источнику кислой минеральной воды Нарзан [Кисловодск, 2018]. По результатам воспоминаний руководителя экспедиции (Максимова Д.В.), изучения рельефа города были отобраны 3 места для исследования (Рис. 1):

- 1) Кольцо-гора (дорога на п. Мирный), 871 м над у. м.;
- 2) Яр у асфальтного завода (по ул. Фоменко), 710 м над у. м.;
- 3) размытая дорога на горе у п. Зеленогорский, 923 м над у. м.

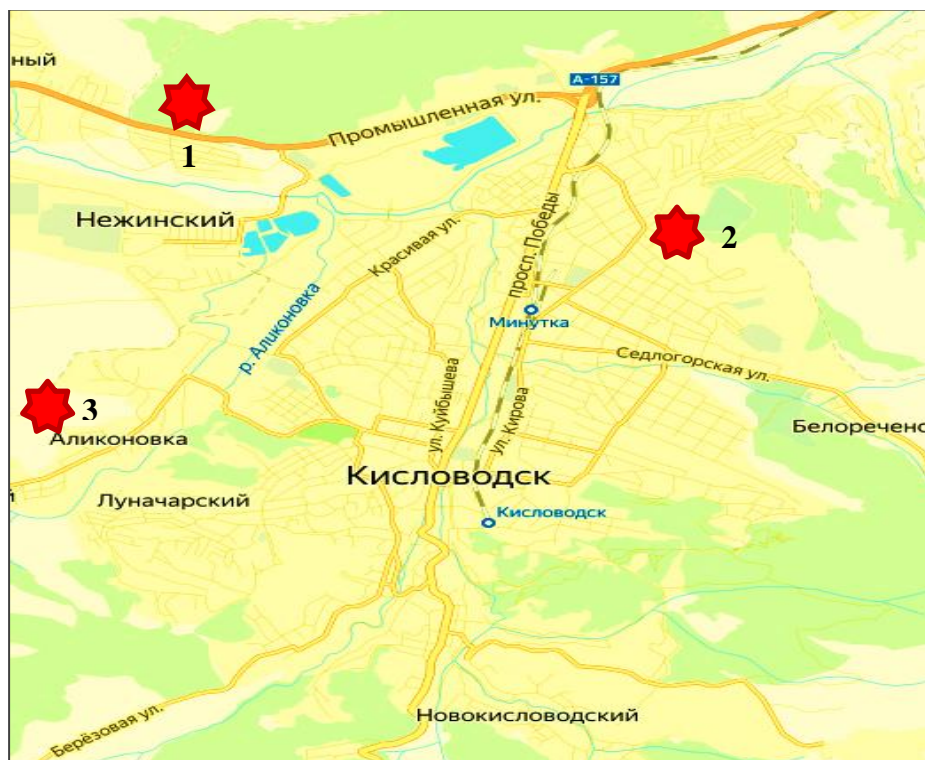


Рис. 1 – Места находок ископаемых останков в г. Кисловодск (составлено автором)

В результате исследования отобранных мест и находок были сделаны следующие выводы:

1. Объект «Овраг» по ул. Фоменко практически уничтожен, т.к. почти весь засыпан строительным мусором. Только небольшой участок еще может быть использован как объект посещения и поиска. Здесь обнаружены брахиоподы, аммониты, белемниты.

2. Объект у пос. Зеленогорский может быть использован для экскурсионного показа (размытая тупиковая дорога в небольшой отрог горы), т.к. в результате водной и воздушной эрозии обнажает новые находки: брахиоподы, гастроподы.

3. Природный памятник «Кольцо-гора» является также палеонтологическим памятником, т.к. повсюду имеются останки ископаемых (брахиоподы, гастроподы).

4. Все исследованные объекты нуждаются в защите и охране, пока в результате хозяйственной деятельности и небрежного отношения к ископаемым останкам они не уничтожены.

Найденные экземпляры позволяют говорить о том, что продолжительное время – даже по историческим меркам – эта местность была дном моря Тетис [Море Тетис, 2018]. Аммониты и белемниты исчезли во времена мел-палеогенового вымирания (около 66 млн лет назад), гастроподы и брахиоподы продолжают жить и ныне, но в данной местности они исчезли около 5 млн лет назад, вместе с обмелением моря Тетис (в этот период называемое Сарматское море – Рис. 2) [Аммониты и белемниты, 2018].



Рис. 2 – Сарматское море 13–10 млн лет назад
[Сарматское море, 2018]

В настоящее время подготовлен материал для передачи в Кисловодский краеведческий музей. Таким образом, цель исследования достигнута, и в ближайшее время с результатами исследования будет ознакомлена общественность Краснодарского и Ставропольского краев.

Список использованных источников

1. Кисловодск. Информационный ресурс Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Кисловодск/>.
2. Аммониты и белемниты. Палеонтологический портал «Аммонит.ру»/ URL: <https://www.ammonit.ru/fossil/72.htm>.
3. Море Тетис. Информационный ресурс Википедия. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Тетис_\(океан\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Тетис_(океан)).
4. Сарматское море. Информационный ресурс Ливджорнал. URL: <https://sibved.livejournal.com/137313.html>.

ТУРИЗМ КАК КАТАЛИЗАТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Socio-economic development of the territory is one of the main factors of its prosperous existence. Tourism is by far one of the most dynamic forms of international trade in services. Today rural tourism is actively developing on the territory of Krasnodar region.

Key words: Socio-economic development, rural areas, rural tourism, natural resource potential, Krasnodar region.

Социально-экономическое развитие территории – один из основных факторов ее благополучного существования, как в социальной сфере, так и в остальных жизненно важных областях. Как правило, основные социально-экономические показатели характеризуются числовыми значениями. При этом зачастую, повышение одних показателей влечет за собой снижение других. В связи с этим становится понятно, что только совокупность всех показателей имеет практическую значимость. Повышение уровня социально-экономического развития территорий является главной задачей органов власти, тем более на современном этапе, характеризующимся глубоким кризисом и постоянными структурными изменениями.

По-прежнему остро стоит вопрос отставания социально-экономического развития сельских территорий и сельских населенных пунктов. Сельские населённые пункты – один из типов муниципальных образований в России, представляет собой один или несколько объединённых общей территорией сельских населённых пунктов, в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления. В Краснодарском крае используются такие названия сельских населенных пунктов, как станица, поселок, хутор, село. В крае 411 сельских, поселковых, станичных округов, всего 1725 сельских населённых пунктов, из них 11 заброшено. Сельское

население Краснодарского края составляет 2 519,9 тыс. чел. (2016 г.). [Беликов М.Ю. и др., 2017.]

Возрастающие требования людей, стремление обеспечить более высокий уровень трудовой деятельности и образования, жизни в целом, недостаточный воспроизводственный потенциал сельского населения приводят к оттоку местного населения из деревень и, как следствие, к нарастанию социально-экономических диспропорций в сельской местности, появлению депрессивных сельских территорий. Для решения вышеназванных проблем требуется масштабное ресурсное обеспечение, новые подходы и нестандартные идеи, которые будут способствовать устойчивому социально-экономическому развитию сельских территорий и решению социальных проблем населения [Мамонова А.В., 2017.]

Сегодня правительство Российской Федерации уделяет большое внимание государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма, которая заключается в долгосрочной комплексной стратегии развития именно этих видов туристской деятельности.

Главной целью Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, разработанной в соответствии с поручением Президента Российской Федерации, является определение путей и способов обеспечения в долгосрочной перспективе (2008–2020 гг.) устойчивого повышения благосостояния российских граждан, национальной безопасности, динамичного развития экономики, укрепления позиций России в мировом сообществе. Авторы Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. считают, что туризм – одна из главных составляющих инновационного развития Российской Федерации.

Туризм, использующий природно-ресурсный потенциал региона, является на сегодняшний день одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. Развитие туристской отрасли влечет за собой развитие других отраслей экономики (предприятий дополнительной и окраинной туриндустрии), создание дополнительных рабочих мест, увеличение доходов, повышение качества жизни местного населения, что в результате будет способствовать снижению социальной напряженности в регионе [Миненкова В.В., 2003].

Одним из факторов решения социально-экономических проблем сельского населения Краснодарского края, а также условием сохранения сельских поселений может стать развитие сельского

туризма. После принятия Концепции развития сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае на 2017–2020 гг. в 2016 г. стало понятно, что это направление туристской деятельности является одним из приоритетных.

Сельский туризм относительно новое понятие для Российской Федерации в отличие от таких зарубежных стран как Франция, Германия, Испания, США и т.д. Опыт стран Западной Европы показывает, что развитие сельскохозяйственной деятельности наряду с развитием сельского туризма является источником дополнительных доходов населения. На сегодняшний день сельский туризм активно развивается на территории не только Краснодарского края, но и в Алтайском крае, Псковской, Калининградской и Ленинградской области.

Зачастую сельский туризм подразумевает совокупность нескольких туристских направлений: экологический туризм, гастрономический, познавательный, этнический, рекреационный, винный и т.д. Отличительной чертой сельского туризма являются такие элементы как: средства размещения, участие в сельскохозяйственной деятельности (по желанию туриста), питание натуральными деревенскими продуктами. Сельским туристам могут быть предложены активные и пассивные виды отдыха: охота, рыбалка, знакомство с традиционным бытом сельской местности, участие в традиционных этнических мероприятиях.

Для более успешного развития сельского туризма на территории Краснодарского края необходимо повышать уровень конкурентоспособности. Для этого необходимо провести сравнительный анализ территорий с целью выявления положительных и отрицательных аспектов развития.

Краснодарский край является одним из крупнейших аграрных районов Российской Федерации. Природно-климатические условия, история, края, этническое разнообразие территории Краснодарского края положительно влияют на развитие данного сельского туризма.

Развивая данное направление возможно будет преодолеть большое количество проблем, характерных для сельских территорий: слаборазвитая инфраструктура, высокая доля безработного населения, низкий уровень заработной платы, отток местного населения в более крупные муниципальные образования и, как следствие этого, обезлюдивание сельских территорий.

Влияние внешних факторов на инвестиционную привлекательность сельского (аграрного) туризма на территории

Краснодарского края оценивается как позитивное, способствующее привлечению инвестиций. В соответствии с такими внутренними критериями, как потенциальная агротуристская аттрактивность, агротуристская супраструктура, количество инвестиционных агротуристских проектов, инвестиционный климат региона, региональная политика властей и уровень развития сельского хозяйства, была проведена оценка инвестиционной привлекательности Краснодарского края с точки зрения развития сельского (аграрного) туризма по выделенным критериям в рамках муниципальных образований. Это дало возможность выявить наиболее и наименее перспективные муниципальные образования для инвестиций в сельский (аграрный) туризм.

По результатам исследования, проведенного научными сотрудниками КубГУ, наивысшей туристской аттрактивностью для развития сельского туризма обладают города Сочи, Анапа, Геленджик, Краснодар и Туапсинский район. Другие муниципальные образования нуждаются в дополнительном внимании, особенно такие районы, как Успенский, Тбилисский, Староминский, Северский, Новопокровский, Новокубанский, Кущёвский, Красноармейский, Кореновский, Калининский, Динской, Гулькевический, Выселковский, Брюховецкий и Белоглинский. В них наблюдается наименьшая доля туристов, обслуженных коллективными средствами размещения в Краснодарском крае.

По уровню развития агротуристской супраструктуры положительно выделяются город Горячий Ключ, города-курорты Сочи, Анапа, районы Динской, Крымский, Северский и Темрюкский. В этих муниципальных образованиях наблюдается наибольшая концентрация объектов сельского (аграрного) туризма. В наименьшей степени этот показатель выражен в Апшеронском, Белореченском, Выселковском, Гулькевическом, Кавказском, Кореновском, Красноармейском, Крыловском, Курганинском, Кущёвском, Новопокровском, Павловском, Приморско-Ахтарском, Староминском, Тбилисском, Тихорецком, Успенском, Усть-Лабинском и Щербиновском районах. Однако в большинстве районов с низким значением данного показателя наблюдается приличная доля инвестиционных проектов по развитию сельского (аграрного) туризма, что позволяет увидеть положительную динамику в этой отрасли.

Наибольшее количество инвестиционных агротуристских проектов реализуется в городах-курортах Геленджике, Сочи и Анапе, в Горячем Ключе, а также в Северском, Темрюкском, Туапсинском и

Щербиновском районах. При этом наиболее благоприятный инвестиционный климат наблюдается в таких муниципальных образованиях, как города-курорты Горячий Ключ, Сочи, Анапа, Северский, Темрюкский, Туапсинский и Щербиновский районы.

Список использованных источников

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

2. *Мамонова А.В.* Сельский туризм как фактор регионального развития // Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017.

3. *Миненкова В.В.* Потенциал и перспективы развития сельского и винного туризма в Крымском районе Краснодарского края / Аграрная география в современном мире. Краснодар, 2014.

4. *Миненкова В.В.* Сельский туризм: сущность и направления развития / Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017.

5. *Миненкова В.В.* Туризм как фактор социально-экономического развития горных территорий (на примере республик Центрального Кавказа): дисс. ... канд. геогр. наук. Краснодар, 2003.

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

ХАРАКТЕРИСТИКА ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The article deals with the main indicators of the public catering development. The industry's tendencies and problems are being investigated.

Key words: Krasnodar region, public catering, main indicators.

Общественное питание – отрасль хозяйства, совокупность предприятий, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции [Словарь географических..., 2017]. Индустрия общественного питания в Краснодарском крае является одной из мощнейших систем хозяйствования и имеет значительное влияние на экономику в регионе [Алиева Ф.Б., 2016]. Как видно по данным, отраженным на рисунке 1, в 2016 г. на долю государственных и муниципальных предприятий края приходилось 3,9% оборота общественного питания, предприятий частной формы собственности – 87,7%, других форм собственности – 8,4%.



Рис.1 – Оборот предприятий общественного питания в Краснодарском крае по типам хозяйствующих субъектов на 2016 г. [Оборот предприятий..., 2018]

Согласно утвержденным данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому

краю и Республике Адыгея, в регионе насчитывается более 7 тыс. общедоступных предприятий общественного питания на 375,5 тыс. посадочных мест. Обеспеченность посадочными местами в 2015–2016 гг. достигла показателя 70 мест на 1000 чел. населения края.

Структура общедоступного общепита выглядит следующим образом (Рис. 2): на долю ресторанов и баров приходится 11,5%, кафе – 47%, закусочных и столовых – 28,6%, доля других типов предприятий, таких как бистро, кофейни, кафетерии, магазины кулинарии составляет 12,8%. Подавляющее большинство – малые и микропредприятия. Из года в год прирастает и летняя сеть. В сезон открываются более 1,5 тыс. летних кафе на 93 тыс. посадочных мест. При этом обеспеченность посадочными местами в прибрежной курортной зоне увеличивается более чем на 60%.

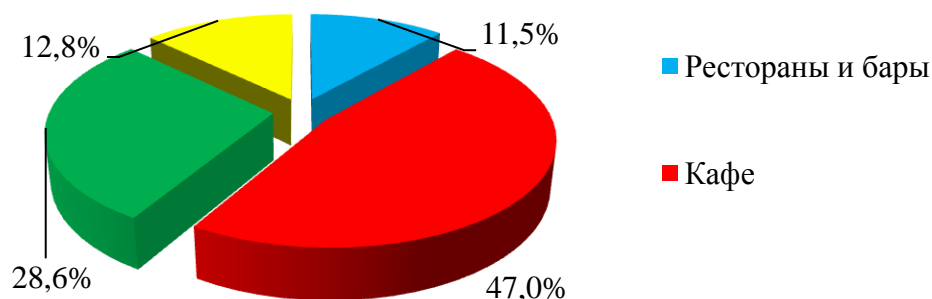


Рис.2 – Структура общедоступного общепита Краснодарского края (2015 г.) [Оборот предприятий..., 2018]

Большинство вновь открываемых предприятий общественного питания в регионе являются одиночными (несетевыми). Тем не менее, рынок крупных городов края – Краснодара, Сочи, Армавира, Геленджика, Новороссийска – достаточно быстро привлёк и продолжает пополняться сетевыми объектами, как правило, формата фаст-фуд. Здесь присутствуют такие глобальные мировые сети как «Subway», «McDonalds», «Baskin-Robbins», «KFC», «Sbarro», «Cinnabon», «Starbucks», «Papa Johns», которые развиваются наиболее активно. В общей сложности, франчайзинговая сеть предприятий общественного питания в крае в последние годы пополнилась 13 объектами. Рост числа франчайзи обусловлен, в т.ч. проведением массовых спортивных и культурных мероприятий в г. Сочи, на долю которого приходится более трети открывшихся предприятий.

На данный момент в сфере общественного питания Краснодарского края занято около 57 тыс. чел. Для определения

кадрового состава и уровня квалификации персонала предприятий общественного питания, Департаментом потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края по данным, предоставленным муниципальными образованиями региона, был проведен анализ объектов общедоступного общепита с числом сотрудников 5 и более чел. В результате анализа, по оперативной информации муниципалитетов в указанных предприятиях работают более 22 тыс. чел., из них 26% имеют высшее образование, 35% – среднее специальное образование, 16% – начальное профессиональное образование, 23% – не имеет профессионального образования вовсе. Из чего следует, что хотя рынок услуг общественного питания постоянно расширяется и краевой показатель обеспеченности населения посадочными местами на 1000 жителей в общедоступной сети составляет 70 ед., однако отрасль испытывает острую нехватку квалифицированного персонала и целесообразность развития институтов повышения квалификации и переподготовки кадров.

Значительный скачок роста оборота предприятий общественного питания пришелся на 2014 г., главной причиной которого стало проведение XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в г. Сочи, а затем и российского этапа Гран-При «Формулы-1». Помимо этого, положительной динамике развития отрасли общественного питания в регионе способствуют:

- достаточно большая плотность населения края;
- природно-климатический фактор, обеспечивающий приток в летний и зимний курортные сезоны около 16 млн отдыхающих;
- проведение массовых спортивно-событийных мероприятий международного уровня на постолимпийском пространстве;
- развитый АПК на территории Краснодарского края [Ходыкина М.Ф...., 2016].

Тем не менее, хотя в целом отрасль имеет положительную динамику развития, стоит отметить, что в пределах Краснодарского края она развита крайне неоднородно. Наибольшее развитие индустрия общественного питания получила в таких муниципальных образованиях (МО) Краснодарского края как г. Краснодар, города-курорты Сочи, Геленджик и Анапа, а также г. Армавир, г. Новороссийск, г. Горячий Ключ, Туапсинский и Ейский районы ввиду указанных выше причин. Остальные же МО края условно можно разделить на две группы. Так в первой группе, количество организаций общепита приближается к 200 на МО, например, Крымский, Динской, Славянский, Темрюкский и др. районы, а другая группа – количество

организаций общепита приближается к 100 на МО, например, Белоглинский, Калининский, Красноармейский, Крыловский и др. районы.

Несмотря на развитие и рост индустрии общественного питания в Краснодарском крае, существуют некоторые проблемы в отрасли:

- неравномерное распределение предприятий общественного питания по территории края;
- недостаточный уровень подготовки кадрового состава;
- практически полное отсутствие специализированных образовательных учреждений для подготовки обслуживающего персонала предприятий общественного питания (официантов, барменов, сомелье и т.д.);
- низкий уровень материально-технического оснащения большинства предприятий отрасли;
- низкий уровень сервиса на большинстве предприятий края (особенно в сельских местностях);
- высокая степень подобности предоставляемых услуг;
- недостаточная оснащенность предприятий отрасли для обслуживания лиц с ограниченными возможностями (особенно в сельской местности);
- отсутствие достаточной социальной поддержки предприятий отрасли, в т. ч. обслуживающих льготные категории граждан и др. [Ходыкина М.Ф., 2015].

В результате, можно сделать вывод о том, что индустрия общественного питания Краснодарского края в настоящее время показывает положительную динамику и имеет большой потенциал к развитию основных инвестиционных направлений. У активно развивающейся сферы услуг общественного питания есть масса специфических преимуществ: экономия времени, возможность позиционирования потребителем купленных готовых сложных блюд как своих собственных и др. Однако, имеются и сложности, такие как текучесть персонала, недостаток профессиональных кадров, техническое несоответствие многих помещений под размещение предприятий питания, необходимость в получении огромного количества согласований и разрешительной документации, зависимость от продуктовой инфляции и конъюнктуры рынка, ликвидация которых позволит отрасли общественно питания стать одной из приоритетных в экономике Краснодарского края в будущем.

Список использованных источников

1. *Алиева Ф.Б.* Сфера общественного питания Краснодарского края: состояние, проблемы и тенденции развития / Ф.Б. Алиева, М.Ф. Ходыкина, Ю.Е. Оконишникова, Т.А. Волкова // *Естественные и технические науки.* 2016. №6.
2. *Миненкова В.В.* Инвестиции в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края: оценка эффективности и территориальная дифференциация: моногр. / В.В. Миненкова, Д.В. Максимов, Т.А. Волкова и др. М., 2017.
3. Оборот предприятий общественного питания в Краснодарском крае / Официальный сайт Департамента потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края. URL: <http://www.dps-kk.ru/gosserv/NoReCa>.
4. Словарь географических названий Краснодарского края: в 3 т. Т. 2: Экономическая география / под ред. М.Ю. Беликова, В.В. Миненковой, С.А. Шатилова. Краснодар, 2017.
5. *Ходыкина М.Ф.* Инвестиционная привлекательность санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края: специфика и внутрирегиональные особенности городов и районов / М.Ф. Ходыкина, В.В. Воронина, А.В. Куделя, В.В. Миненкова // *Юг России: экология, развитие.* 2015. Т. 10. №4.
6. *Ходыкина М.Ф.* Сфера общественного питания Краснодарского края: состояние, проблемы и тенденции развития / М.Ф. Ходыкина, В.В. Миненкова // *Огарев-online: электронный журнал / Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева.* URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/sovremennoe-sostoyanie-sfery-obshhestvennogo-pitaniya-krasnodarskogo-kraja>. 2016. Вып. 14.

**ТУРИСТСКИЕ КЛАСТЕРЫ КАК ТОЧКИ РОСТА
В СЦЕНАРИЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО
КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Кубанский государственный университет

Summary: The article deals with the process of creating tourist cluster projects in the Krasnodar region. Areas that are points of growth of the tourist and recreational complex of the region are determined.

Key words: Tourist and recreational cluster, autotourist cluster, Krasnodar region, the point of growth of the tourist and recreational complex.

Курортно-туристский комплекс Юга России за последние несколько лет пережил потрясения как положительного, так и отрицательного характера, в их числе вхождение республики Крым в состав РФ, формирование Крымского федерального округа, интеграция республики Крым в ЮФО. Данные обстоятельства, безусловно, повлекут за собой трансформацию туристского рынка Юга России и Краснодарского края. В данной ситуации особую актуальность приобретает разработка научно-обоснованных практических рекомендаций по управлению развитием курортно-туристского комплекса края, выявление возможных «точек роста» и «точек ответственности», в рамках которых необходим особо ответственный подход к принятию решений, и правильное управление которыми позволит максимально эффективно использовать туристско-рекреационный потенциал территории [Волкова Т.А. и др., 2018].

ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 гг.)» относит Краснодарский край к числу перспективных туристских регионов, которые обладают высоким туристским потенциалом и проявляют наибольшую активность в подготовке инвестиционных проектов в туристской сфере.

В Краснодарском крае расположены 33 курортные территории, из них 3 федерального, 3 краевого и 27 местного значения. Туристские ресурсы края представлены 2 природными заповедниками, национальным парком, 60 государственными и 36 частными музеями, более 18 тыс. памятников (в том числе памятники архитектуры – 1 119

единиц, археологии – 14 146, истории – 2 223, монументального искусства – 674) и др. Треть туристов из числа ежегодного внутреннего турпотока в России отдыхает на курортах края. В 2015 г. курорты края посетили более 14 млн туристов из России, в 2016 г. – 15,8 млн. чел. Поток туристов ежегодно увеличивается [Словарь..., 2017].

Территориально-пространственное развитие туристско-рекреационного комплекса края (ТРК) характеризуется неравномерностью: большинство туристов приезжает на популярные курорты на побережьях Черного и Азовского морей и в горные территории. Традиционно лидируют курорты федерального значения: Сочи, Геленджик, Анапа. Современные прогнозы развития ТРК края не демонстрируют существенных изменений в ее территориально-пространственной организации [Волкова Т.А., 2016]. И действительно анализ природно-климатических и культурно-исторических особенностей различных зон Краснодарского края показывает, что наиболее перспективными с точки зрения развития ТРК региона являются приморские береговые территории, а также часть горных территорий края, которые уже сегодня являются популярными туристскими центрами.

Проведенные исследования в рамках подготовки ФЦП определили следующие территориальные зоны края в качестве наиболее перспективных с точки зрения реализации туристско-рекреационного потенциала: Черноморское побережье окрестностей г. Новороссийска, город-курорт Геленджик, Туапсинский район, г. Горячий ключ и Гулькевичский район. Инвестиционные проекты Краснодарского края, которые претендовали на реализацию в рамках ФЦП, были проанализированы согласно критериям отбора ФЦП, и по результатам проведенных оценок для включения в ФЦП были разработаны и предложены следующие укрупненные инвестиционные проекты: туристско-рекреационный кластер «Абрау-Утриш» и три автотуристских кластера («Можжевеловая роща» в городе-курорте Геленджик, «Лермонтовский» в Туапсинском районе, «Горячий Ключ» в г. Горячий Ключ). Однако в конечном итоге в ФЦП вошел только проект создания туристско-рекреационного кластера «Абрау-Утриш», который в настоящее время продолжает реализовываться на территории края. Территория локализации кластера – муниципальные образования г. Новороссийск и город-курорт Анапа. При этом несостоявшиеся проекты автотуристских кластеров вполне можно рассматривать в качестве потенциальных точек роста ТРК Краснодарского края.

В целом же именно кластерный подход на основе научно-обоснованных решений предлагается многими авторами в качестве инструмента выделения перспективных туристско-рекреационных систем. В основе этого подхода находится многоаспектное взаимовыгодное взаимодействие предприятий межотраслевого комплекса под названием «туризм»: гостиничная индустрия, общественное питание, индустрий развлечений и др. Территории локализации предлагаемых кластеров Черноморского побережья Краснодарского края была определена на основании реалий существования таких комплексных систем обслуживания туристов.

Новизна предлагаемой авторами кластеризации Черноморского побережья состоит в уходе от административных границ муниципальных образований края и проведении районирования в первую очередь на основании доступности объектов экскурсионного показа с точки зрения фактора расстояния. Таким образом, на первое место были поставлены наличие, качество, загруженность транспортных магистралей, связующих между собой близлежащие турцентры, которые способны сформировать комплексный турпродукт.

Согласно проведенным исследованиям, на территории Черноморского побережья Краснодарского края были выявлены еще 6 туристско-рекреационных кластеров (помимо существующего ТРК «Абрау-Утриш»): Анапский ТРК, Геленджикский ТРК, Архипо-Осиповский ТРК, Джубгинский ТРК, Туапсинский ТРК и Сочинский ТРК (Рис. 1).

Определение границ выявленных туристско-рекреационных кластеров проходило на основе комплексного анализа, экспертных оценок и опроса отдыхающих. Каждый из обозначенных кластеров имеет в своей структуре следующие обязательные элементы: принимающий/отправляющий центр, центры туристского интереса (которые могут быть представлены рекреационными ресурсами, как природными, так и антропогенными объектами) и транспортно-логистические связи.

Кроме описанных туристских кластеров формируется новый – горно-климатический кластер «Кубанские Альпы», который включает в себя территории северных предгорий Кавказского хребта с преобладающей специализацией лесоперерабатывающей промышленности, добычи и производства строительных материалов, туристско-рекреационного, санаторно-курортного (бальнеология) и горно-климатического направления.



Рис. 1 – Туристско-рекреационные кластеры Черноморского побережья Краснодарского края [Волкова Т.А. и др., 2017]

Территория искусственно разрезается землями Республики Адыгея, тем не менее, зона является единой в части отношения к охраняемым природным комплексам, связности территории транспортной и инженерной инфраструктурой и отраслевых приоритетов и также может развиваться как точка роста туристско-рекреационного комплекса края [Миненкова В.В., 2017].

Формирование туристско-рекреационных кластеров способствует созданию современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей населения, в туристских услугах, внесение значительного вклада в развитие экономики, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального

использования культурного и природного наследия. Каждый из инвестиционных проектов кластеров является своего рода ядром, вокруг которого позже будет развиваться весь бизнес – от крупных корпораций до малого бизнеса. Они способны приносить инновации и стать мощными точками роста в течение ближайших десятилетий.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и администрации Краснодарского края, проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р).

Список использованных источников

1. Волкова Т.А. Проблема определения индикативных показателей туристско-рекреационных систем на примере Краснодарского края: «точки роста» и «точки ответственности» / Т.А. Волкова, Д.В. Максимов, М.С. Селезнев, И.С. Талалаева // Естественные и технические науки. 2018. №1(115).

2. Волкова Т.А. Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края: основные показатели и прогнозы развития / Т.А. Волкова, Д.В. Максимов, В.В. Миненкова, А.А. Филобок, М.Ф. Ходыкина // Вестн. нац. академии туризма. 2016. №3.

3. Волкова Т.А. Туристские кластеры как пространственные модели организации туристско-рекреационной деятельности (на примере черноморского побережья Краснодарского края) / Т.А. Волкова, В.В. Миненкова, М.Ю. Беликов, А.А. Пономаренко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. №133.

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

5. Миненкова В.В. Туристские кластеры Краснодарского края / Туризм и региональное развитие: сб. ст. Смоленск, 2017.

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

ЗАРУБЕЖНЫЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ТУРИЗМА

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: This article is devoted to the study of foreign and domestic experience in the development of agrarian tourism.

Key words: tourism, agrarian tourism, tourist service, Russian Federation, development of the agrarian tourism.

Аграрный туризм, синонимом которого является сельский или так называемый деревенский туризм взял свое начало в Европе в 1970-х гг. В настоящее время аграрный туризм является одним из первых по популярности видом туризма и ежегодный прирост по этому виду туристской деятельности составляет около 7%. В то время, когда общее увеличение индустрии туризма составляет 2,5%, следовательно, аграрный туризм – постоянно развивающийся и достаточно устойчивый сегмент туристского рынка.

В Европе выделяют несколько основных моделей развития аграрного туризма.

Британская модель развития агротуризма – ключевым является совместное проживание туристов у владельцев фермы. Услуги, предоставляемые в рамках данной модели: пешие, конные прогулки, рыбалка на берегу реки. Тенденцией стало появление в Британии новых ферм, предоставляющих услуги исторического туризма в отдельные эпохи, к примеру, деревни эдвардианской эпохи.

Французская модель агротуризма – основой характеристикой данной модели являются: кулинария и виноделие, сырное производство. Каждый из туристов, проживает в отдельном домике, имея свою собственную кухню, с набором всех продуктов для приготовления местных традиционных блюд, а также доступ в винный погреб хозяев. Стоит отметить, что каждый фермер занимается производством вина своей собственной торговой марки, то есть разнообразие видов и сортов вина колоссальное. Таким образом, французская модель развития аграрного туризма тесно переплетается с гастрономическим туризмом.

Итальянская модель агротуризма во многом схожа с французской моделью развития, но отличительной особенностью является организация развлекательных программ, в основе которых лежат описание и знакомство с основными достопримечательностями страны. Местный колорит также подразумевает организацию спортивных занятий для туристов, с применением разнообразного количества физических упражнений и нагрузок.

Немецкая модель агротуризма имеет 2 основных направления деятельности туристов. Первый из них, это участие туристов во всевозможных фестивалях и праздниках народного значения, знакомство с культурой и обычаями страны. Второй, непосредственное проживание туристов фермерской жизнью хозяев, совместная работа в поле, общий быт, так называемый «фермерский туризм» [Шпырня О.В., Евтушенко С.Ф., 2005].

Невозможно четко разграничить данные модели аграрного туризма, все они тесно связаны, дополняют друг друга и в правильном сочетании вызывают особый интерес для туристов из разных стран.

Актуальность развития аграрного туризма в России не вызывает никакого сомнения. Ресурсный потенциал России имеет огромные возможности для развития аграрного туризма, как одного из важнейших секторов экономики.

Особо важную роль имеет развитие аграрного туризма в тех регионах страны, где слабо развита индустрия туризма, но при этом, данные территории, обладают огромными запасами ресурсного потенциала для существования и реализации аграрного туризма.

При этом, положительным аспектом является то, что в данных районах, высокий уровень безработицы, что повышает заинтересованность местного населения в развитии данного вида туризма.

Аграрный туризм в Российской Федерации на сегодняшний день представлен следующими видами:

- аренда фермерских домиков и дачных участков на временное пользование туристам на экологически чистых территориях;
- организация «деревенского» туризма, с проживанием в домовладениях фермеров, совместным питанием экологической пищей, собственного производства, знакомство с бытом фермеров, изучение и практика основных ремесел данного региона страны;
- организация и создание туристических деревень, на основе существующих поселений, приближенных к реальным условиям жизни

«на деревне», соответствующей архитектурой, преимущественно деревянной и соблюдение обычаев местного колорита.

Огромное количество регионов России стремятся к развитию аграрного туризма на своих территориях. Но несомненными лидерами данного направления уже являются следующие субъекты Российской Федерации, а именно: Алтайский и Краснодарский края, республики Татарстан, Тува, Карачаево-Черкесия, а также Калининградская область. В данных регионах, помимо, большого количества ресурсного потенциала, важную роль играет укрепившиеся веками местные традиции, обычаи народов и многообразие местных ремесел [Шпырня О.В., Говоров М.В., Дёмин Д.А., 2016].

К числу неоспоримых преимуществ развития аграрного туризма можно отнести следующее:

- сокращение уровня безработицы, следовательно, создание и увеличение новых рабочих мест;
- рост уровня жизни сельского население, увеличение доходов местных жителей, при относительно не высоких капиталовложениях;
- повышение интереса и привлекательности экологических местностей;
- быстрые темпы развития малого предпринимательства на селе;
- улучшение инфраструктуры деревень и усадеб, увеличение социальных учреждений;
- рост образованности, повышение социально-культурного уровня сельского населения;
- увеличение и расширение ассортимента продукции приусадебного хозяйства;
- повышение уровня охраны и бережного отношения к экологическим и аграрным территориям, достопримечательностям, сохранению местных обычаев, фольклора и многое другое.

Аграрный туризм так же предполагает модернизацию сельских территорий, формирование стратегий развития данного направления туризма, заинтересованность местных властей в устойчивом продвижении нового вида туризма и законодательную поддержку со стороны государства [Шпырня О.В., 2015].

Сравнивая опыт создания, становления и развития аграрного туризма в зарубежных странах, можно сделать вывод о том, что в России в настоящее время существует огромное число предпосылок для успешного и прогрессивного развития сектора аграрного туризма. Однако, полноценное развитие аграрного туризма в существующих

социально-экономических и законодательно-правовых условиях России затруднено.

Следовательно, перед всеми представителями и участниками, специализирующимися и практикующимися в области аграрного туризма, остро стоит проблема формирования эффективной системы управления туризмом в сельской местности и дальнейшего продвижения России на рынке аграрного и экологического туризма.

Таким образом, аграрный туризм перспективное направление развития туризма в России. Грамотное планирование данной деятельности, создание эффективной нормативно-правовой базы, оказание помощи со стороны местных властей, может сделать данный вид туризма, одним из основных на территории Российской Федерации и вызывать колоссальный интерес не только у граждан нашей страны, но и иностранных граждан. Помимо этого, развитие данного вида туризма решит ряд социальных проблем в сельской местности, а сельские и фермерские хозяйства, в свою очередь, будут способствовать повышению эффективности предоставления аграрного туризма на всей территории страны.

Список использованных источников

1. *Шпырня О.В.* Перспективы развития агротуризма в Краснодарском крае / О.В. Шпырня, С.Ф. Евтушенко // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. 2005. Т. 5.

2. *Шпырня О.В.* Современные подходы в маркетинге туристских услуг / Материалы науч. и науч.-метод. конф. профессорско-преподавательского состава Кубанского гос. ун-та физической культуры, спорта и туризма. 2015. №2.

3. *Шпырня О.В.* Состояние и перспективы развития туризма в Краснодарском крае / О.В. Шпырня, М.В. Говоров, Д.А. Дёмин // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2016. Т. 2.

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

ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В НОВЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Кубанский государственный университет

Summary: The article reflects the main stages familiarize students with tourist and local activities. Deals with the documentation governing the tourist activity. Affected by category of tourist and local history work at the present stage, the tasks with the aim of improving tourism in the youth environment.

Key words: tourism, local history, tourist and local enterprises, hike, tour, competitions.

Период после распада СССР в 1991 г. сопровождался разрушением ценностей, обострением национальных конфликтов в ряде регионов, усилением криминогенной обстановки, идет пересмотр ценностей на систему образования, выделяются небольшие средства из бюджета, что сказывается и на состоянии туристско-краеведческой деятельности. В этот сложный период, когда государство фактически устраняется от вопросов воспитания детей, на повестку дня ставятся вопросы выживания в новой ситуации, сохранения традиций, системы, необходимой детям, родителям, народному образованию.

Заинтересованность общества в сохранении системы туристско-краеведческой работы с детьми подтверждается тем, что в течение 1990-х гг. распались мощнейшие структуры (самодеятельный туризм, система Центрального совета по туризму и экскурсиям), в России сохранилась сеть станций юных туристов, которая постепенно увеличивается за счет создания районных и городских учреждений, а их количество выросло в 2 раза и к 2015 г. составило более тысячи [Российский вестник..., 1992–2015].

Чтобы сохранить кадровый потенциал, поддерживать профессиональный уровень педагогов-туристов, после многолетнего перерыва в 1995 г. был проведен Всероссийский туристский слет учителей, который стал ежегодным и дал новый импульс повышению квалификации педагогов-туристов.

В 1998 г. Министерство образования Российской Федерации утвердило новую программу подготовки инструкторов детско-юношеского туризма, которая позволяет создать в образовательных учреждениях корпус педагогов, имеющих туристскую подготовку.

В 1995 г. был проведен Всероссийский туристский слет учителей, который стал ежегодным и дал новый импульс повышению квалификации педагогов-туристов.

После отмены курса начальной военной подготовки в образовательных учреждениях был введен предмет «Основы безопасности жизнедеятельности» (ОБЖ). В связи с тем, что вопросы выживания в природной среде очень близки станциям юных туристов, Центр детско-юношеского туризма разработал программу подготовки учащихся средствами туризма и начал организовывать эту работу на местах. Туристские соревнования и отдельные элементы стали составной частью слетов и соревнований по ОБЖ, начали проводиться всероссийские и местные лагеря юных спасателей.

Всего в России, в настоящее время, в 31,6 тыс. туристско-краеведческих объединениях (кружках, секциях) учреждений дополнительного образования детей в 2015 г. занимались более 0,5 млн школьников. В походах, ежегодно проводимых этими учреждениями, участвовало более 1,5 млн, а в экскурсиях – 3,2 млн чел. В различных типах образовательных учреждений созданы и действуют 4780 паспортизированных школьных музеев. В детских туристских учреждениях работают около десяти тысяч опытных педагогов [Туризм..., 2005].

В настоящее время на фоне отсутствия идейных ориентиров, безнадзорности огромного количества детей и подростков государство начинает проявлять внимание к воспитанию, к положению детей в обществе, намечается, улучшение ситуации и в сфере детского туризма [Константинов Ю.С. и др., 2008].

Туристско-краеведческая работа включает ряд функций, образующих единое целое, которое характеризуется следующими категориями:

1. Функциональным назначением (целью);
2. Содержанием и сущностью;
3. Качественно-количественной стороной;
4. Саморазвитием (последовательностью, ступенчатостью, саморегулированием);
5. Территорией, на которую она распространяется (то есть распространенностью, охватом объектов).

Целью создания системы туристско-краеведческой деятельности в школе, является создание условий для привлечения как можно большего количества учащихся к занятиям туризмом.

Можно выделить шесть наиболее важных элементов: походы, прогулки, экскурсии, экспедиции, слеты, соревнования. Именно они составляют костяк, основное ядро содержания туристско-краеведческой работы в школе [Краеведение..., 1963].

Группа ученых, занимающаяся вопросом теории и практики спортивно-оздоровительного туризма, предложила следующую формулу из этих 6 элементов [Константинов Ю.С. и др., 2008]:

$$\text{ТКД} = 2(\text{П} + \text{Э} + \text{С}),$$

где 2П – прогулки и походы, 2Э – экскурсии и экспедиции, 2С – слеты и соревнования.

Сущностью туристской работы, ее «главным звеном», тем зерном, без которого нет туризма, является поход. В ней дан перечень, выделяющий следующие виды работ: экскурсии, прогулки, походы, многодневные путешествия и экспедиции, кружки, секции, клубы, викторины, конкурсы, слеты, соревнования, выставки, музеи и даже просто уроки с использованием краеведческих материалов по предметам школьной программы. Этот перечень можно дополнить еще и такими формами, как туристский лагерь (стационарный или передвижной), учебно-тренировочный сбор, семинары, консультации, игры, смотры готовности.

Все эти разнообразные формы и составляют содержание туристско-краеведческой деятельности в школе. Их многообразие обеспечивает комплексный характер туристско-краеведческой работы в обучении, воспитании, оздоровлении, социализации и профессиональной ориентации детей. Здесь заложены широкие возможности для всякой творческой детской самостоятельности – спортивной, научной, художественной, технической, социальной и даже педагогической.

Ретроспективный анализ развития туризма в России показывает, что его развитие как общественно-социального явления было постоянно подчинено интересам страны, он способствовал выполнению важных общественно-политических функций на всех этапах развития государства. На всем протяжении развития детский туризм рассматривается как одно из эффективных средств воспитания. Помимо формирования жизненно необходимых для человека умений и навыков, повышения его двигательной деятельности, туристские мероприятия содействуют повышению общественной активности

детей, воспитанию их в духе патриотизма. Туризм – это общенародное движение, не знающее национальных и территориальных границ, имеющее высокую эффективность, выживаемость при любых социально-политических потрясениях. В России объективно существуют громадные возможности для развития туризма, в том числе детского, поэтому их необходимо развивать и поддерживать повсеместно, независимо от мест расположения школы и количества учащихся в них [Сборник..., 2006].

Список использованных источников

1. *Константинов Ю.С.* Организация детско-юношеского туризма / Ю.С. Константинов, В.С. Степанов, Ю.Н. Федотов. СПб, 2008.
2. Краеведение и краеведческий подход в преподавании географии. М., 1963.
3. Российский вестник детско-юношеского туризма и краеведения: ежеквартальный информ.-метод. сб. М., 1992–2015.
4. Сборник официальных документов по туристско-краеведческой деятельности, организации отдыха детей и молодежи. М., 2006.
5. Туризм и краеведение: образовательные программы для системы дополнительного образования детей. М., 2005.

МАЛЫЕ РЕКИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ТУРИЗМА НА КУБАНИ

Кубанский государственный университет

Summary: The article discusses the small rivers of the Krasnodar territory, which are widely used in commercial activities including the reaction and tourism. Describes the main water routes for rafting on the rivers on kayaks, boats and rafts. Attention is paid to recreation and therapeutic recreation areas of Krasnodar region. The issues of protection of small rivers of the Kuban in the future.

Keywords: small river, river basin, protection of water resources, recreation, resorts.

По данным Кубанского бассейнового водного управления, общее количество рек в крае – 7751 [О состоянии..., 2016]. Самая крупная из них – Кубань, общая протяженность рек – 29125 км (Табл. 1). Среди других водных объектов надо выделить 1090 озер и лиманов, 80% которых сосредоточено в Восточном Приазовье и дельте р. Кубани. В крае 3 крупных водохранилища (Краснодарское, Варнавинское, Крюковское) и более 3 тыс. мелких водохранилищ (прудов).

Табл. 1 –Количество и протяженность рек Краснодарского края

Градация рек, водотоков	Длина рек, км	Число единиц	%	Суммарная длина рек, км	%
Мельчайшие	<10	7304	94,2	15590	53,5
Самые малые	10-25	305	3,9	4582	15,7
Малые	26-100	116	1,5	4641	15,9
Средние	101-500	25	0,3	3650	12,5
Большие	>500	1	0,1	662	2,4
Всего	–	7751	100,0	29125	100,0

К категории больших рек относится река Кубань, имеющая общую длину 870 км и водосборную площадь 57900 км² [Государственный...,1980]. Протяженность р. Кубани на территории Краснодарского края составляет 662 км. На территории края

расположено также крупнейшее на Северном Кавказе Краснодарское водохранилище с полной емкостью 2,914 км³.

Интенсивное использование малых рек в хозяйственном комплексе края увеличивает загрязнение и вызывает необходимость проведения различного рода природоохранных мероприятий. Для обустройства малых рек, ликвидация источников загрязнения и засоления необходимы хорошо проработанные и технически выверенные мероприятия, которые бы увеличивали экологические, хозяйственные, гидрологические и другие требования, направленные на поддержание природного равновесия рек и защиты их от загрязнения.

Краснодарский край имеет опыт составления схем комплексного использования и охраны водных и земельных ресурсов малых водосборных бассейнов рек как равнинной, так и горной части края.

В этих схемах придается большое значение созданию водоохранных зон и прибрежных полос вдоль малых рек. Как правило, водоохранные зоны устанавливаются вдоль малых рек, длина которых колеблется от 10 до 200 м. В их состав включаются поймы рек, надпойменные террасы, бровки и крутые склоны коренных берегов, а также балки и овраги, непосредственно входящие в речную долину. Мировая практика восстановления и охраны малых рек показывает, что все выполняемые мероприятия должны иметь экологическую направленность с целью возрождения их природных комплексов.

Наиболее эффективным способом возрождения малых рек принято считать строительство прудов и русловых плотин с водосливами. Обычно высота таких плотин не более 2–3 м их количество бывает от 2–3 м до 6–8 м по длине реки. Часто на степных малых реках это каскады прудов. Особенно интенсивно они создаются в засушливых районах. В Краснодарском крае построено более 3000 прудов, в том числе на равнинной части около 1400, что позволило зарегулировать около 1 км³ речных вод [Нагалеvский Ю.Я. и др., 2003].

Так, согласно рекомендациям [Вендрова С.Л., 1986], по малым рекам различные виды работ могут оказаться весьма эффективными: 1) обсуждение планов эксплуатации и охраны малых рек по перспективу 5–10 лет; 2) контроль за эксплуатационной деятельностью активных потребителей воды из малых рек (животноводческих ферм, птицефабрик, местных сельскохозяйственных, коммунальных, энергетических, промышленных предприятий, складов минеральных удобрений и т.п.); 3) организация силами специализированных учреждений и общественности благоприятных условий для

воспроизводства рыбных запасов; 4) посадка лесов и кустарников по берегам рек, систематический уход за ними; 5) обязательный контроль за санитарным состоянием малых рек, их русла, поймы, склонов и берегов, съездов к речным переправам; 6) регламентирование, а часто и ограничение разработок и забора песка и гравия в русле и на пойме малых рек.

Малые реки Кубани широко используются в рекреационных целях, поскольку этому способствуют природно-климатические условия, характер гидрографической сети, наличие экскурсионных объектов, лечебных местностей, районов рыбной ловли и охоты. Одним из наиболее развитых рекреационных видов является водный туризм. Здесь разработаны маршруты для сплава по рекам на байдарках, надувных лодках, надувных плотках. Маршруты имеют как небольшой сложности, для начинающих туристов-водников, так и весьма сложные IV–V категории. Рекомендуются маршруты практически по всем основным притокам Кубани, таким как Учкулан, Теберда, Аксаут, Большой Зеленчук, Большая Лаба, Белая, Пшеха. Протяженность маршрутов от 75 до 265 км, продолжительность от 4–5 до 8–10 дней, сезонность для большинства маршрутов апрель–октябрь.

Одним из наиболее интересных в рекреационном отношении является район дельты Кубани. Обширная дельта является не только крупным сельскохозяйственным районом, но и территорией нескольких охотхозяйств (Темрюкское, Славянское, Красноармейское, Крымское, Приморско-Ахтарское). Во всех охотхозяйствах имеются базы для пребывания на них охотников и рыбаков. Кроме того, в дельте р. Кубани развиты и другие виды рекреационного отдыха, это: водные прогулки, водномоторный и подводный спорт, гребля и др. [Лурье П.М. и др., 2005].

В бассейне р. Кубани распространены рекреационно-лечебные и рекреационно-оздоровительные уголья. Здесь отмечается обилие минеральных источников сероводородных, йодобромных и углекислых вод, наличие лечебных грязей. Соответственно имеется ряд крупных курортных центров, таких как Горячий Ключ, Теберда. Кроме того, на базе многих минеральных источников открыты бальнеолечебницы, наиболее значительные из которых расположены в г. Майкоп, г. Апшеронск, г. Хадыженск, г. Лабинск в с. Великовечном.

Таким образом, для правильной организации водопользования и охраны малых рек необходимы:

1) разработка и составление схем комплексного использования и охраны водных и земельных ресурсов малых рек, которые позволяют

получить возможность планового развития водного хозяйства и водоохраны в водосборных бассейнах на перспективу;

2) оперативное управление водных хозяйством в пределах водосборного бассейна через систему территориальных комитетов водного хозяйства и подчиненных им подразделений на местах;

3) организация общественности на выполнение мероприятий по охране, защите и восстановлению водных ресурсов малых рек;

4) разработка долгосрочных программ благоустройства, обводнения и повышения водоотдачи в пределах водосборных бассейнов малых рек;

5) создание постоянно действующей системы учета потребления и расходования водных ресурсов в пределах водосборного бассейна и их нормирование с помощью правил эксплуатации малой реки.

Список использованных источников

1. Вендров С.Л. Жизнь наших рек. Л., 1986.

2. Государственный водный кадастр. Основные гидрологические характеристики. Т. 8 Северный Кавказ / под ред. А.И. Глухой. Л., 1980.

3. О состоянии природопользования и об охране окружающей среды Краснодарского края в 2016 г.: докл. Краснодар, 2016.

4. Лурье П.М. Река Кубань. Гидрография и режим стока / В.Д. Панов, Ю.Ю. Ткаченко. СПб., 2005.

5. Нагалецкий Ю.Я. Физическая география Краснодарского края: учеб. пособ. / Ю.Я. Нагалецкий, В.И. Чистяков. Краснодар, 2003.

БЕЗОПАСНОСТЬ В ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОМ ТУРИЗМЕ

Кубанский государственный университет

Summary: The article reveals the issues of ensuring security in children and youth tourism. Considered an extensive set of works and activities for the preparation of tourist hikes and competitions. An analysis of accidents occurred during hikes. The behavior of tourists in extreme situations is considered.

Key words: children and youth tourism, safety, hiking accident, risk assessment.

Обеспечение безопасности – одно из важнейших направлений деятельности детско-юношеского туризма, а также контрольно-спасательных служб, туристских клубов, турбаз, маршрутно-квалификационных, дисциплинарных комиссий Всероссийской федерации туризма (ВФТ). ВФТ разработало основные руководящие и инструктивно-методические документы по самодеятельности и плановому туризму, в первую очередь «Правила проведения туристических спортивных походов» [Сборник..., 2006].

Обеспечение безопасности предусматривает выполнение обширного комплекса работ и мероприятий в общей системе организации, подготовки и проведения туристических походов, путешествий, соревнований. К ним относятся: физические, тактические, технические и специальная подготовка участников и руководителей походов; разведка, разработка и оборудование туристических маршрутов, а также мест проведения соревнований и тренировок; материально-техническое и медицинское обеспечение туристических групп; организация турконсультаций, проверок и контроля; оказание (при необходимости) оперативной помощи, проведение поисково-спасательных работ и т.д. Необходимость и результативность тех или иных мероприятий по обеспечению безопасности определяются в каждом отдельном случае с учётом особенностей вида туризма, конкретной обстановки на маршруте и статистики несчастных случаев с туристами [Маслов А.Г., 2000].

Анализ несчастных случаев показывает, что подавляющее большинство из них являются следствием ряда причин (факторов), которые условно можно разделить на 4 группы [Штюмер Ю.А., 1983].

К первой группе факторов, снижающих безопасность, относятся: природные особенности региона, с учетом высоты местности, уровня солнечной радиации, сложного рельефа, изобилующего естественными препятствиями (сильно пересечённая местность, крутые склоны, лёд, обвалы, камнепады, снежные лавины, бурные горные реки, пороги, завалы и т.п.); неблагоприятной гидрометеорологической обстановки; плохой видимости и др.

Вторую группу составляют причины, связанные с недостатками материально-технического обеспечения туристов: дефицит туристического снаряжения и его низкое качество; несоответствие снаряжения, продуктов питания, медикаментов и ремонтного набора конкретным условиям путешествия, намеченному маршруту, сложности препятствий; отсутствие необходимых спасательных и защитных средств; неправильное использование снаряжения или потеря его на маршруте и т.п.

Третью группу составляют причины, связанные с несовершенством организации планового и самодеятельного туризма: слабая подготовка туристических общественных кадров, недостаточная просветительная и воспитательная работа по профилактике несчастных случаев; недостаточная обустроенность маршрутов (отсутствуют маркировка, укрытия, не подготовлены места для биваков и т.д.), дефицит карт, описаний маршрутов и других информационных материалов; неудовлетворительный медицинский контроль за состоянием здоровья туристов; слабый контроль за подготовкой туристов к походу и прохождением маршрута со стороны коллективов физкультуры, туристических клубов и турбаз, организующих походы, недостаточная требовательность маршрутно-квалификационной комиссий и контрольно-спасательных служб к нарушениям маршрута (необоснованным отклонениям от намеченного пути, изменениям времени стоянок и т.д.) и несоблюдению норм безопасности; неоформленные (так называемые дикие) сложные походы неподготовленных людей, низкий уровень культуры туризма. Четвёртую, наиболее обширную группу составляют причины, обусловленные медицинской безграмотностью, недостатком опыта и тактик технической подготовки, неорганизованностью и недисциплинированностью самих туристов.

Недопустимо, например, участие в походах и других туристических мероприятиях людей, страдающих острыми заболеваниями или недавно их перенёсших, а также тех, кому по состоянию здоровья они вообще противопоказаны.

Для повышения безопасности необходимо знать основные приёмы поиска и спасения терпящих бедствие на маршруте уметь своевременно оказать первую помощь пострадавшему, знать приёмы и способы транспортировки пострадавших. Резко снижают безопасность

плохое знание района путешествия, ошибки в оценке опасных и сложных участков, отсутствие запасных вариантов маршрута в случае резкого ухудшения погоды или болезни туриста, неоправданная спешка на маршруте без отдыха и акклиматизации, предварительного просмотра и разведки технически сложных участков, организации надёжной страховки и выбора наилучшего пути, неумение организовать эффективную страховку и самостраховку.

Как правило, природная среда и другие объективные условия редко представляют непосредственную опасность для жизни и здоровья туристов. Действительная опасность возникает тогда, когда группа совершает ошибочные действия из-за неправильного анализа ситуации, растерянности, неумения чётко и слаженно действовать в экстремальных условиях или по каким-либо другим причинам, зависящим от самих туристов. Принятие решения во многом зависит от правильности прогноза несчастных случаев, что связано с определением размера риска как количеств, характеристики опасности. Априорная оценка риска производится, как правило, на основе экстраполяции знаний туриста об аналогичных ситуациях и непосредственно зависит от его опыта. Чем больше опыт и точнее оценка риска, тем больше вероятность правильного решения, тем выше безопасность. При недостаточном опыте и ошибочном анализе ситуации безопасность резко снижается [Энциклопедия..., 1993].

Главное внимание в процессе обучения уделяется поведению туристов в различных экстремальных ситуациях, чтобы в случае возникновения реальной опасности туристы могли не раздумывая применить наиболее эффективные способы её устранения или обеспечить надёжную самозащиту. Как правило, обучение проводят с туристической группой, которая является первичным звеном, ядром самодеятельного и планового туризма. Работа с группой необходима ещё и потому, что коллегиальные (групповые) решения по сравнению с индивидуальными обычно бывают более рискованными и при недостаточной предварительной работе с группой могут привести к опасным последствиям.

Список использованных источников

1. *Маслов А.Г.* Подготовка и проведение соревнований учащихся «Школа безопасности». М., 2000.
2. Сборник официальных документов по туристско-краеведческой деятельности, организации отдыха детей и молодежи. М., 2006.
3. *Штюрмер Ю.А.* Опасности в туризме, мнимые и действительные. М., 1983.
4. Энциклопедия туриста. М., 1993.

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ АТТРАКТИВНОСТИ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ

*Майкопский государственный
технологический университет*

Summary: The article deals with the tourist attractiveness and opportunities for the development of various types of tourism in the Republic of Adygea. Particular attention is paid to significant mass events that can attract additional tourist flow and stimulate the development of tourism in the country. The analysis of the number of tourists visiting Adygea for the past three years is given.

Key words: tourist potential, types of tourism, tourist flow, tourist object, image of the region.

Республика Адыгея обладает высокой туристско-рекреационной аттрактивностью, на ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проходят важные туристские, спортивные и культурные события. В республике представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов. На основании утвержденной «Стратегии социально-экономического развития Республики Адыгея до 2025 г.» – туризм является одним из основных приоритетов развития региона. Туризм оказывает стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как сельское хозяйство, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции и товаров народного промысла, система общественного питания, строительство [Унифицированный туристский паспорт Республики Адыгея].

Развитие туризма в Адыгее поддерживается на государственном уровне. Реализуется программа развития отрасли, утвержденная главой Республики, призванная стимулировать процесс становления туристической отрасли как основного сектора экономики горно-предгорной части Адыгеи. За последние несколько лет в развитие туристической отрасли в Адыгее было вложено около двух миллиардов рублей. Каждый год появляются новые туристические объекты, приносящие все большее разнообразие в отдых в горной части

республики. В настоящее время Республика Адыгея является достаточно аттрактивным туристским направлением, располагающим всеми необходимыми ресурсами для удовлетворения предпочтений различных целевых групп. Об этом свидетельствуют и данные по количеству посетивших республику туристов. Так, за 2017 г. турпоток в Адыгею вырос до 430 тыс. чел., что на 2,4% больше, чем годом ранее. За 2016 г. Адыгею посетило около 420 тыс. чел., что на 16,7% больше, чем в 2015 г. (в 2015 г. турпоток составил 360 тыс. чел.) (Рис. 1).

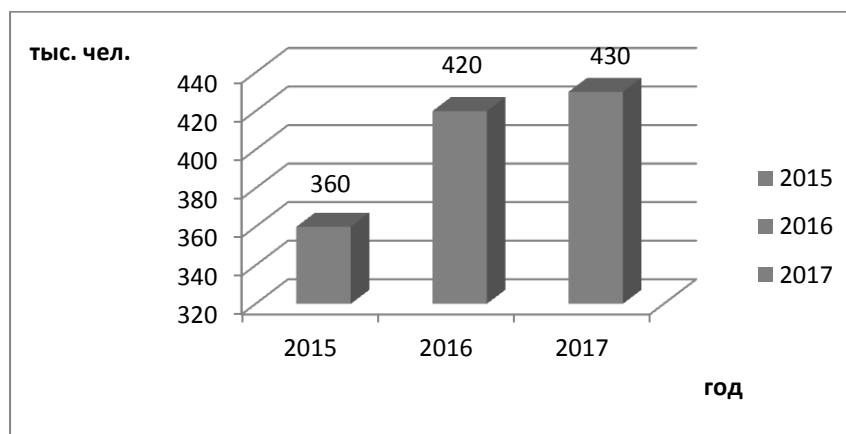


Рис. 1 – Динамика турпотока в Адыгею за 2015–2017 гг.

Развитие сферы туризма в Республике Адыгея осуществляется по различным направлениям. Приоритетными видами туризма в Республики Адыгея являются: активный отдых; экскурсионное обслуживание; событийный туризм; культурно-познавательный и этнографический туризм; SPA услуги; горнолыжный туризм; гастрономический туризм. Внимание уделяется также событийному туризму, именно за счет него республике удалось сохранить и приумножить турпоток этим летом, несмотря на холодный июнь. Так, в 2017 г. фестиваль адыгейского сыра собрал более 10 тыс. отдыхающих со всей России. Также туры выходного дня традиционно являются наиболее востребованным продуктом в Адыгее. Наблюдается также значительный спрос на spa-услуги. В настоящее время в Адыгее функционирует четыре объекта, использующих бассейны с термальными водами. Предпосылками для развития экологического и спортивного туризма являются благоприятные условия для организации спортивно-оздоровительных и познавательных маршрутов. Наиболее привлекательными ресурсами для развития природно-ориентированного туризма обладает горная часть Адыгеи, которая включена в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Там расположены природные объекты, которые привлекают российских и

иностранных туристов. В горной части Адыгеи функционирует более 200 туристских и экскурсионных маршрутов к природным и историческим местам. Отсюда берут начало популярные с 1930-х гг. советские пешие и конные маршруты через горы к Черному морю. Здесь более 5000 природных, исторических, археологических и геологических объектов, вызывающих интерес у туристов. Перспективными направлениями спортивно-туристского освоения Адыгеи являются горнопешеходный туризм, альпинизм, скалолазание, спелеотуризм, зимние виды туризма.

Основными туристскими «брендами» Республики Адыгея, являются: водопады «Руфабго»; каньон «Хаджохская теснина»; плато Лаго-Наки; горные массивы Фишт и Оштен; адыгейский сыр; пешеходный туристский маршрут «Через горы к морю» («Тридцатка»); «Адыгейский чай» – самый северный сорт чая в мире. Кроме того, наличие хороших автомобильных дорог и железнодорожной ветки, ведущей в предгорье, туристические маршруты, выходящие через горную часть республики на побережье Черного моря создают условия для формирования положительного туристского имиджа региона [Панина Е.А. и др., 2013]. Среди самых посещаемых и значимых объектов республики – Хаджохская теснина, водопады Руфабго, река и ущелье Мешоко, плато Лаго-Наки, Большой Тхач, Гранитное ущелье.

Инновационным направлением развития рынка экотуризма в республике является организация событийных программ, которые могут адресно привлекать целевые сегменты потребителей и одновременно обеспечивать массовую популяризацию идей и принципов экотуризма. В последние годы все большую популярность приобретают событийные туры, по праву считающиеся принципиально новым и интересным направлением в туризме. Основной целью этих туров является привязка не к определённому месту, а к событию. На сегодняшний день, развитию событийного туризма в Республике Адыгея уделяется особое внимание. Количество ежегодных мероприятий увеличивается. Событийный туризм способствует популяризации туристского комплекса, позволят формировать и выводить на рынок новые туристские предложения, стимулирует рост туристского потока. Социально и экономически значимые массовые мероприятия, которыми региональные власти насыщают спортивную, культурную и туристскую жизнь Республики Адыгея, способны привлечь дополнительный турпоток.

На сегодняшний день в Адыгее наблюдается стремительное расширение международных связей и сотрудничества. По данным

ООФМС РФ по РА дестинацию с туристскими и деловыми целями посещают граждане более чем из 30 иностранных государств. Это говорит о весьма оптимистичных перспективах развития международного туристского сотрудничества Адыгеи. Сегодня главными генерирующими рынками въездного туризма для РА являются такие страны, как Германия, Турция, Греция, Израиль, США. Во внутреннем турпотоке республики доминируют туристы из соседствующих с Адыгеей областей – Ставропольского, Краснодарского краев и Ростовской области. Особое внимание следует уделить въездному экскурсионному потоку, так как число однодневных посетителей и экскурсантов, не относящихся к туристам, во много раз превышает туристский оборот в Адыгее

Сегодня Республика Адыгея, имеющая 70-летний опыт работы на рынке туристских услуг, успешно реализует проект создания экономически эффективного, социально ориентированного и экологически устойчивого рекреационного комплекса, что позволяет обеспечить потенциальным инвесторам все необходимые условия и оказать всестороннюю поддержку на высоком организационном уровне.

Список использованных источников

1. Унифицированный туристский паспорт Республики Адыгея. URL:<http://www.adygcomtur.ru/doc/putevod.pdf>.

2. *Панина Е.А.* Брендинг как технология создания имиджа региона (на примере Республики Адыгея) / Е.А. Панина, Е.А. Дунаевская: Вестн. Майкопского гос. технол. ун-та. 2012. №3.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АБХАЗИИ В СОВЕТСКИЙ И ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

*Абхазский государственный университет;
Кубанский государственный университет*

Summary: Work characterizes tourist activity in Abkhazia from the moment of her origin during the Soviet period, decline during the Second World War and the subsequent restoration. Dynamics of tourist arrivals for the last 90 years is noted.

Key words: tourism, destination, resort, sanatorium.

Работа характеризует туристскую деятельность в Абхазии с момента ее зарождения в советский период, упадком во время ВОВ и последующим восстановлением. Отмечена динамика туристских прибытий за последние 90 лет.

В 1928 г. в Абхазии было создано отделение Общества пролетарского туризма (ОПТ). Соответствующие органы оказывают помощь ОПТ в организации строительства турбаз и горных хижин. Общество создаёт свои турбазы в селах Лата и Ажара. Прокладывается новый укороченный маршрут в район высокогорного озера Рица.

В 1931 г. Всесоюзное ОПТ было преобразовано в ВОПТ и экскурсии. В Абхазии создается АбхазОПТЭ. С этого времени и началось массовое туристическое движение в республике. С 1932 по 1940 гг. активно разворачивается санаторно-курортное строительство в городах Гагра, Новый Афон, Гудаута, Сухуми. К 1940 г. в Абхазии функционировало уже 36 санаториев, домов отдыха и пансионатов с общим количеством 4479 койко-мест. За этот год в Абхазии отдохнуло 45318 человек (Табл. 1).

За годы ВОВ большая часть здравниц Абхазии были переданы войсковым частям для организации госпиталей. В 1945 г. на курорты Абхазии возобновляют свою деятельность. В первый послевоенный год в стране лечилось и отдыхало 7872 чел. С этого времени начинается новый послевоенный этап развития курортов Абхазии. Начинают функционировать новые санатории – «Гагра» (1952 г.), «Нефтяник» (1954 г.), «Агудзера» (1954 г.), «Водопад» (1955 г.) и др.

Новый этап в курортной деятельности страны начинается в 1960 г. В этом году в Сухуме создается Абхазский областной совет по туризму, который приступил к непосредственному руководству

туристско-экскурсионной работой. Строятся санатории и дома отдыха совершенно нового типа, отвечающие возрастающим потребностям отдыхающих.

Табл. 1 – Количество койко-мест и отдохнувших в санаториях, домах отдыха и пансионатах Абхазской АССР (с 1921 по 1985 гг.) [Пачулия В.П., 1984]

Годы	Количество койко-мест	Количество отдохнувших
1921	150	310
1930	1420	3473
1940	4479	45318
1945	1136	7872
1950	3809	36054
1958	8134	129020
1975	25260	425200
1980	30152	508700
1985	34498	512200

Доказательством развития сферы туризма на государственном уровне является выдержка из монографии 1980 г.: «В утвержденных на XXVI съезде КПСС «Основных направлениях экономического и социального развития СССР на 1981–1985 гг. и на период до 1990 г.» сказано о необходимости «всемерно развивать и совершенствовать организацию отдыха трудящихся и туризма».

В постановлении ЦК КПСС, Совета Министров СССР и ВЦСПС (январь 1982 г.) «О мерах по дальнейшему улучшению санаторно-курортного лечения и отдыха трудящихся и развитию сети здравниц профсоюзов» поставлена задача в 1982–1985 гг. и в период до 1990 г. разработать широкую программу мероприятий по расширению сети санаторно-курортных учреждений и учреждений отдыха, укреплению их материально-технической базы, повышению степени их благоустройства, улучшению санаторно-гигиенического состояния курортов; сосредоточить внимание научных исследований на более рациональном использовании курортных земель и сохранении природных лечебных ресурсов, в первую очередь в работе Кавказских Минеральных Вод и на курортах Черноморского побережья» [Романов Н.Е., 1982].

Уже к началу 1990-х гг. курортное строительство заметно падает, всего функционирует 125 объектов размещения (с количеством койко-мест 34498).

Однако в 2000 г. создаётся Министерство по делам молодёжи, спорта, курортам и туризма, на которое возлагается управленческая функция в туристическом хозяйстве Республики Абхазия.

Табл. 2 – Количество койко-мест и отдохнувших в санаториях, домах отдыха и пансионатах Абхазии (2007–2014 гг.) [Управление государственной ... 2014]

Год	Количество койко-мест	Количество отдохнувших
2007	10 082	97 597
2010	11 294	98 777
2012	12 871	126 387
2014	13 489	123 314

За 5 месяцев курортного сезона 2015 г. через погранпереход «Адлер» в Абхазию последовали свыше 5,5 млн. чел. За это же время российско-абхазскую границу пересекло 800 тыс. транспортных средств (на 20% больше, чем в 2014г.) [Пинчук Д.С., 2016].

Хотя наибольшей популярностью среди отдыхающих пользуются северо-западные районы страны (Гагра, Пицунда, Новый Афон), продвижение туристской деятельности в ее восточную часть в перспективе может принести не меньшую популярность дестинации. Центральная и восточная Абхазия богата рекреационными ресурсами, среди которых немало природных достопримечательностей и памятников культурно-исторического наследия.

Многие российские туроператоры («Русалтурс», «Роза ветров», «Аква-Абаза» и др.) организуют туры в Абхазию, всетаки туризм носит здесь стихийный характер. Большинство опрошенных туристов и экскурсантов остаются недовольными сервисом и организованностью туристского бизнеса, но они все равно возвращаются сюда в свой очередной отпуск.

Таким образом, на сегодняшний день в Республике Абхазии сложилось крайне неравномерное территориальное распределение средств размещения. «Перегрузка» северо-западных территорий (г. Гагра и Гагрский район) диссонирует с остальными районами Республики Абхазии, обладающими не меньшим рекреационным потенциалом. В связи с чем, одними из приоритетных направлений органов регулирования туристского движения в Абхазии, должно стать развитие Центральной и Восточной Абхазии.

Список использованных источников

1. Пачулия В.П. Черноморское побережье Кавказа. М., 1984.
2. Пинчук Д.С. Современное состояние и проблемы развития приморских курортных центров Абхазии / Д.С. Пинчук, А.А. Филобок / Актуальные проблемы развития туризма: сб. научн. тр. Казань, 2016.
3. Рекреационные ресурсы / отв. ред. Н.Е. Романов Ч. 2. Условия и ресурсы отдыха и туризма. Ростов н/Д, 1982.
4. Абхазия в цифрах за 2014 г.: Управление государственной статистики Республики Абхазия. Сухум, 2015.

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Кубанский государственный университет

Summary: In this article the relevant analysis of the industry of hospitality of Krasnodar region is carried out, problems and the prospects of development of branch are revealed.

Key words: Hospitality industry, analysis of development, problem and prospect of development, Krasnodar region.

Индустрия гостеприимства Краснодарского края является одной из самых развитых в РФ, уступая лишь г. Москва и г. Санкт-Петербург. Гостиничное хозяйство региона играет значительную роль в динамике общероссийских показателей развития гостиничной индустрии. Индустрия гостеприимства Краснодарского края представлена коллективными средствами размещения, которых в 2016 г. насчитывалось 3109 ед., включающих в себя гостиницы и аналогичные средства размещения – 2184 ед. и специализированные средства размещения – 924 ед. По сравнению с 2000 г. число коллективных средств размещения в Краснодарском крае увеличилось в 3 раза, с 1029 ед. в 2000 г. до 3109 ед. в 2016 г. Рост числа коллективных средств размещения в крае явно свидетельствует о положительной динамике развития отрасли в последние годы. Причем, рост учреждений размещения происходит, главным образом, в сегменте гостиниц и аналогичных средств размещения со 194 ед. в 2000 г. до 2184 ед. в 2016 г. (более чем в 10 раз). Рост числа организаций в сегменте специализированных средств размещения крайне мал и за последние 16 лет составил 89 ед., т.е. если в 2000 г. их было 835 учреждений, то в 2016 г. стало 924 учреждения.

По сезонности функционирования в структуре коллективных средств размещения Краснодарского края преобладают сезонные средства размещения – 64,2% от общего числа, в т.ч. из них 40,4% – гостиницы и аналогичные средства размещения, 2% – санаторно-курортные организации и 21,8% – организации отдыха и турбазы. Круглогодичные же средства размещения составляют 35,8% от общего

числа коллективных средств размещения края, в т.ч. из них 29,9% – гостиницы и аналогичные средства размещения, 4,6% – санаторно-курортные организации и 1,2% – организации отдыха и турбазы.

Номерной фонд коллективных средств размещения за период с 2000 г. по 2016 г. увеличился в 3 раза и на 2016 г. составил 142 тыс. ед. Причем, номера высшей категории составляют 12,7 тыс. ед., а номера, приспособленные для проживания людей с ограниченными возможностями – 1,7 тыс. ед. или 8,9% и 1,2% соответственно от общего числа номеров. Жилая площадь (площадь всех номеров) составила в 2016 г. 3,2 млн м², в среднем на один номер приходится 23 м². Рост номерного фонда привел к повышению показателя единовременной вместимости всех коллективных средств размещения края, который на 2016 г. составил 334,4 тыс. мест. По сравнению с 2000 г. увеличение примерно в 1,5 раза. Опять же в увеличении номерного фонда и единовременной вместимости лидирует сегмент гостиниц и аналогичных средств размещения. Как следствие, практически в 3 раза повысилась численность размещенных лиц, так если в 2000 г. она составляла 2459 тыс. чел., то в 2016 г. – 5832 тыс. чел. Причем, среди размещенных лиц преобладающее число принадлежит гражданам РФ – 5688,4 тыс. чел., и лишь 143,6 тыс. чел. – граждане иностранных государств.

Однако, стоит отметить, что в последние годы наблюдается тенденция сокращения средней продолжительности пребывания размещенных лиц в коллективных средствах размещения. За последние несколько лет примерно на 2 дня. Хотя цены на туристские услуги и услуги размещения в 2016 г. немного понизились, ситуацию это не спасло.

Кроме того, наблюдается положительная динамика доходов коллективных средств размещения края. Так, если в 2006 г. доходы коллективных средств размещения составили 21267 млн руб., то в 2016 г. – 87571 млн руб. (рост в 4 раза). Причем, большую часть доходов приносили всегда специализированные средства размещения, и только лишь в 2016 г. ситуация переломилась в пользу гостиниц и аналогичных средств размещения.

Для индустрии гостеприимства Краснодарского края характерно преобладание субъектов малого предпринимательства. Так, в 2016 г. на долю малого бизнеса приходилось 86% общего числа организаций. В них было размещено 39% лиц от общей численности размещенных, а доходы от предоставленных услуг составили 20% от общих доходов.

Территориальное распределение коллективных средств размещения Краснодарского края крайне неоднородно. По наличию коллективных средств размещения на территории муниципального образования в регионе предсказуемо выделяется несколько лидеров: города-курорты Анапа, Геленджик, Сочи, Туапсинский, Темрюкский, Ейский районы, города Новороссийск и Краснодар, т.е. все Азово-Черноморское побережье края и краевой центр. Что касается заполняемости коллективных средств размещения, то по всем территориям в 2016 г. она составила 67,9%. Заполняемость коллективных средств размещения Черноморского побережья края составила 74%, а коллективных средств размещения Азовского побережья – 11,7% [Курортно-туристский комплекс..., 2017].

Следует отметить, что Краснодарский край всегда являлся лидирующим регионом по числу классифицированных средств размещения в России. По состоянию на 01.09.2017 г. распределение средств размещения по категориям характеризуется следующим образом: в общем соотношении превалирует доля беззвездных средств размещения – 78%, 8,3% приходится на долю средств размещения с категорией «3 звезды», 7,3% – средства размещения с категорией «2 звезды», 3,7% – средства размещения с категорией «1 звезда», 2,1% приходится на долю средств размещения категории «4 звезды» и лишь 0,6% принадлежат средствам размещения высшей категории «5 звезд». На сегодняшний день деятельность по классифицированию средств размещения края еще ведется к Чемпионату мира–2018 по футболу.

Проанализировав актуальное состояние индустрии гостеприимства Краснодарского края, стоит отметить некоторые тенденции ее развития:

- преобладание сезонных средств размещения над круглогодичными в структуре коллективных средств размещения края;
- сокращение средней продолжительности пребывания размещенных лиц в коллективных средствах размещения;
- преобладание в структуре размещенных лиц граждан РФ;
- увеличение доли доходов гостиниц и аналогичных средств размещения в общем объеме доходов коллективных средств размещения;
- преобладание субъектов малого предпринимательства в структуре коллективных средств размещения края;
- падение цен на гостиничные и туристские услуги;
- вовлечение индустрии гостеприимства Краснодарского края в процессы глобализации [Миненкова В.В., 2017].

Однако, несмотря на положительную динамику и успехи в развитии индустрии гостеприимства Краснодарского края существует и ряд проблем, требующих скорейшего решения:

- устаревший номерной фонд (60% построено более 30 лет назад);
- неудовлетворительный уровень обслуживания;
- нехватка высококвалифицированных кадров в отрасли (нежелание отельеров обучать новые кадры и повышать уровень квалификации уже имеющих);

- нехватка средств размещения категории «3 звезды» (среднего ценового сегмента);

- высокие цены на гостиничные услуги и др.

В целом можно сделать вывод, что индустрия гостеприимства Краснодарского края развивается довольно быстрыми темпами и имеет положительную динамику по основным направлениям своего развития, привлекая все большее внимание международных гостиничных операторов. Однако, как и у всех отраслей туристско-рекреационного комплекса края имеется и ряд проблем, решение которых возможно лишь при слаженной работе органов государственной власти и специалистов гостиничного бизнеса.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ и администрации Краснодарского края. Проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р).

Список использованных источников

1. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края (2012–2016 гг.): стат. сб. / Краснодарстат. 2017.

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

ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The modern state of the Krasnodar Region hotel industry, the impact on its development of the FIAS of the Olympic Winter Games, the XI Paralympic Winter Games and the 2018 FIFA World Cup, the main problems and prospects for its development are analyzed.

Key words: hotel industry, classification of hotel companies, hotel chains, Krasnodar region, accommodation industry.

Курортно-рекреационный комплекс является одной из составляющих экономического потенциала Краснодарского края. В крае 33 курортные территории, из них 3 федерального, 3 краевого и 27 местного значения. Краснодарский край – главная здравница России. Треть туристов из числа ежегодного внутреннего турпотока в России отдыхает на курортах края. В 2015 г. Курорты края посетили более 14 млн туристов из России, число прибытий иностранных граждан составило около 1 млн. Поток туристов ежегодно увеличивается [Словарь географических названий ..., 2017].

Гостиничная индустрия Краснодарского края является одной из самых развитых в РФ, после г. Москва и г. Санкт-Петербург. Индустрия размещения туристов Краснодарского края играет значительную роль в динамике общероссийских показателей развития гостиничной индустрии. На первый взгляд Южный федеральный округ, в который входит Краснодарский край, не является лидером среди федеральных округов по количеству коллективных средств размещения, занимая лишь третье место (2607 средств размещения в 2014 г.) после Центрального ФО (2786) и Приволжского ФО (2783) и формируя 17% их общего количества (Рис. 1).

При этом анализ индустрии размещения ЮФО позволяет сделать вывод о безоговорочном лидерстве Краснодарского края по числу коллективных средств размещения среди других субъектов ЮФО: здесь расположено 65% всех коллективных средств размещения (1684 в 2014 г.), тогда как в Ростовской области – 17% (451), Волгоградской – 9% (238), в Астраханской – 7% (172), в Республиках Адыгея и

Калмыкия – примерно по 1% (38 и 24 соответственно) [Миненкова В.В. и др., 2017].

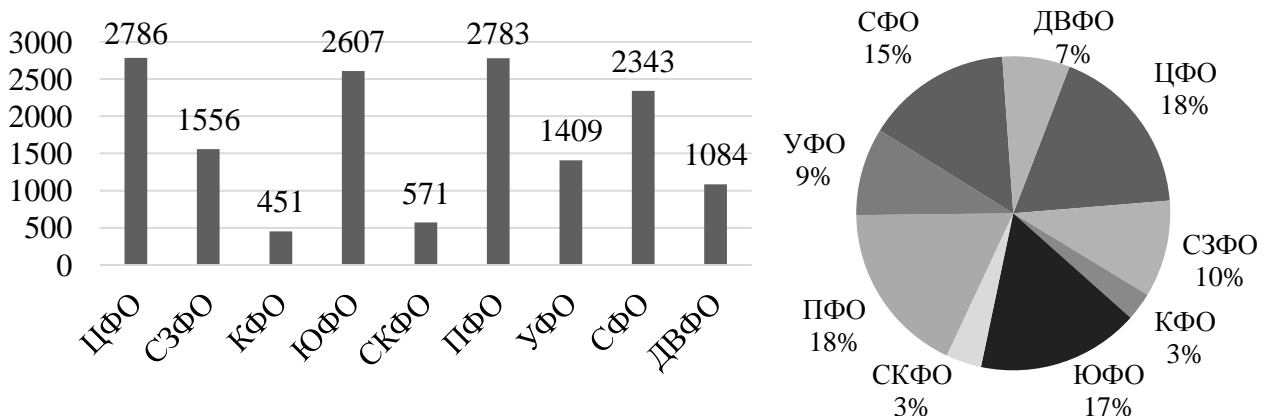


Рис. 1 – Число коллективных средств размещения по федеральным округам РФ и удельный вес федеральных округов РФ в общем количестве коллективных средств размещения (2014 г.) [Бондаренко М.Н. и др., 2017]

Территориальное распределение коллективных средств размещения Краснодарского края крайне неоднородно. По наличию коллективных средств размещения на территории муниципального образования в регионе предсказуемо выделяется несколько лидеров: города-курорты Анапа, Геленджик, Сочи, Туапсинский, Темрюкский, Ейский районы, города Новороссийск и Краснодар, т.е. все Азово-Черноморское побережье края и краевой центр (Рис. 2).

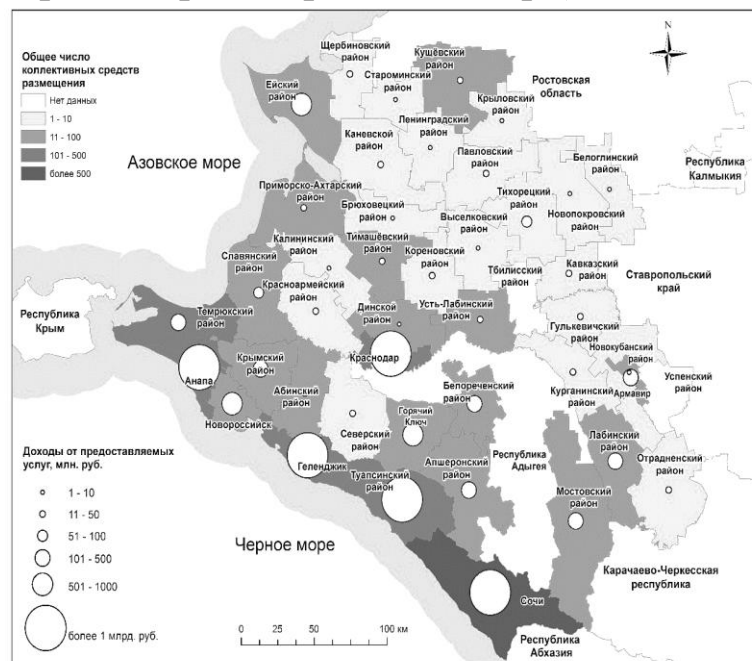


Рис. 2 – Территориальная организация гостиничной индустрии Краснодарского края [Миненкова В.В. и др., 2017]

Большая часть (60%) классифицированных средств размещения расположена в Южном федеральном округе. Такое положение ЮФО обеспечивается исключительно за счет гостиничной индустрии Краснодарского края: здесь расположено почти 95% классифицированных средств размещения ЮФО и 56% всех классифицированных средств страны.

Следует отметить, что Краснодарский край всегда являлся лидирующим регионом по числу классифицированных средств размещения в России. Первая обязательная классификация была начата еще в 2011 г. в рамках подготовки к XXII Олимпийским зимним играм и XI Паралимпийским зимним играм в Сочи 2014 г. И даже до этого, события почти 2/3 средств размещения с «законными» звездами были расположены здесь, что связано с туристской специализацией края и стремлением собственников гостиничных предприятий оказывать услуги с учетом требований к средствам размещения разных категорий.

По состоянию на 01.09.2017 г. распределение средств размещения по категориям представлено на рисунке 1. В общем соотношении превалирует доля беззвездных средств размещения – 78%, 8,3% приходится на долю средств размещения с категорией 3*, 7,3% – на средства размещения с категорией 2*, 3,7% – на средства размещения с категорией 1*, 2,1% приходится на долю средств размещения категории 4* и лишь 0,6% принадлежат средствам размещения высшей категории 5* [Официальный сайт ..., 2018]

Можно отметить некоторые тенденции развития индустрии размещения Краснодарского края:

- положительная динамика развития индустрии гостеприимства края;
- преобладание сезонных средств размещения над круглогодичными в структуре коллективных средств размещения края;
- сокращение средней продолжительности пребывания размещенных лиц в коллективных средствах размещения;
- преобладание в структуре размещенных лиц граждан Российской Федерации;
- увеличение доли доходов гостиниц и аналогичных средств размещения в общем объеме доходов коллективных средств размещения;
- преобладание субъектов малого предпринимательства в структуре коллективных средств размещения края;
- падение цен на гостиничные и туристские услуги;
- вовлечение индустрии гостеприимства Краснодарского края в процессы глобализации [Статистика и динамика развития ..., 2016].

Однако, несмотря на положительную динамику и успехи в развитии индустрии размещения Краснодарского края существует и ряд проблем, требующих скорейшего решения:

- устаревший номерной фонд (60% построено более 30 лет назад);
- неудовлетворительный уровень обслуживания;
- нехватка высококвалифицированных кадров в отрасли (нежелание отельеров обучать новые кадры и повышать уровень квалификации уже имеющих);
- нехватка средств размещения категории 3* (среднего ценового сегмента);
- высокие цены на гостиничные услуги и др.

В целом можно сделать вывод, что индустрия размещения Краснодарского края развивается довольно быстрыми темпами и имеет положительную динамику по основным направлениям своего развития, привлекая все большее внимание международных гостиничных операторов. Однако, как и у всех отраслей туристско-рекреационного комплекса края имеется и ряд проблем, решение которых возможно лишь при слаженной работе органов государственной власти и специалистов гостиничного бизнеса.

Список использованных источников

1. *Бондаренко М.Н.* Краснодарский край в общероссийских показателях развития гостиничной индустрии / М.Н. Бондаренко, В.В. Миненкова / Вестн. науч. общества геогр. ф-та: матер. II молодежной науч.-практ. конф. «Наука, творчество и инновации молодых ученых в XXI в.» / под ред. Т.А. Волковой. Краснодар, 2017.

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

3. Официальный сайт Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. URL: <https://min.kurortkuban.ru>.

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

5. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край: моногр. / колл. авт.; под ред. Д.В. Максимова. Краснодар, 2016.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ НОВОУСМАНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

*Воронежский государственный
педагогический университет*

Summary: The article analyzes the historical and cultural heritage of the Novousmansky municipal district of the Voronezh region. The features of the historical and cultural heritage in the organization of cognitive tourism in the region are revealed.

Key words: historical and cultural heritage, cognitive tourism.

В последние годы в России реализуется Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ». Особая роль в развитии многих территорий РФ принадлежит историко-культурному наследию, которое является и фактором развития отдельных территорий [Проскурина Н.В., 2016], и основой для организации познавательного туризма. Не является исключением и Воронежская область, богатая интересным и многообразным наследием. Одним из перспективных административных районов области для развития внутреннего туризма является Новоусманский муниципальный район.

Под историко-культурным наследием автор понимает «территориальное сочетание недвижимых памятников истории, культуры и природы, имеющих особую ценность (образовательную, репродуктивную, эстетическую и др.) для мира, страны, региона, тесно взаимосвязанных с живой жизнью народа, в контексте определенной культуры» [Проскурина Н.В., 2016]. Познавательный туризм чаще всего рассматривается в научной литературе, как вид туризма, главной целью которого является посещение каких-либо территорий (регионов, местностей), для ознакомления с памятниками природы, истории и культуры, бытом и традициями местного населения, народными промыслами и т.д.

Новоусманский муниципальный район Воронежской области расположен в северной части Воронежской области. Его территория 135 тыс. км² могла бы вместить такие европейские государства, как

Бельгия, Дания, Люксембург вместе взяты. Новоусманский муниципальный район занимает выгодное экономико-географическое положение. С востока граница района примыкает к городской черте областного административного центра г. Воронежу. Через территорию Новоусманского района проходят федеральные автомобильные дороги: М-4 «Дон», А-144, Р-193 и Юго-Восточная железная дорога, что, безусловно, будет способствовать развитию туризма на территории района.

Взаимодействие целого ряда факторов: исторических, природных и социально-экономических повлияло на динамику геокультурных процессов и историко-культурное развитие Новоусманского муниципального района. Современное историко-культурное наследие региона характеризуется внутренним разнообразием (Рис. 1). Всего на территории Новоусманского муниципального района сегодня можно сосчитать 93 недвижимых объекта историко-культурного наследия [Кригер Л.В., 2007], принятых на государственную охрану. Из них: 46 памятников археологии; 26 светских сооружений; 9 культовых сооружений; 8 памятников истории и 4 объекта природного наследия.

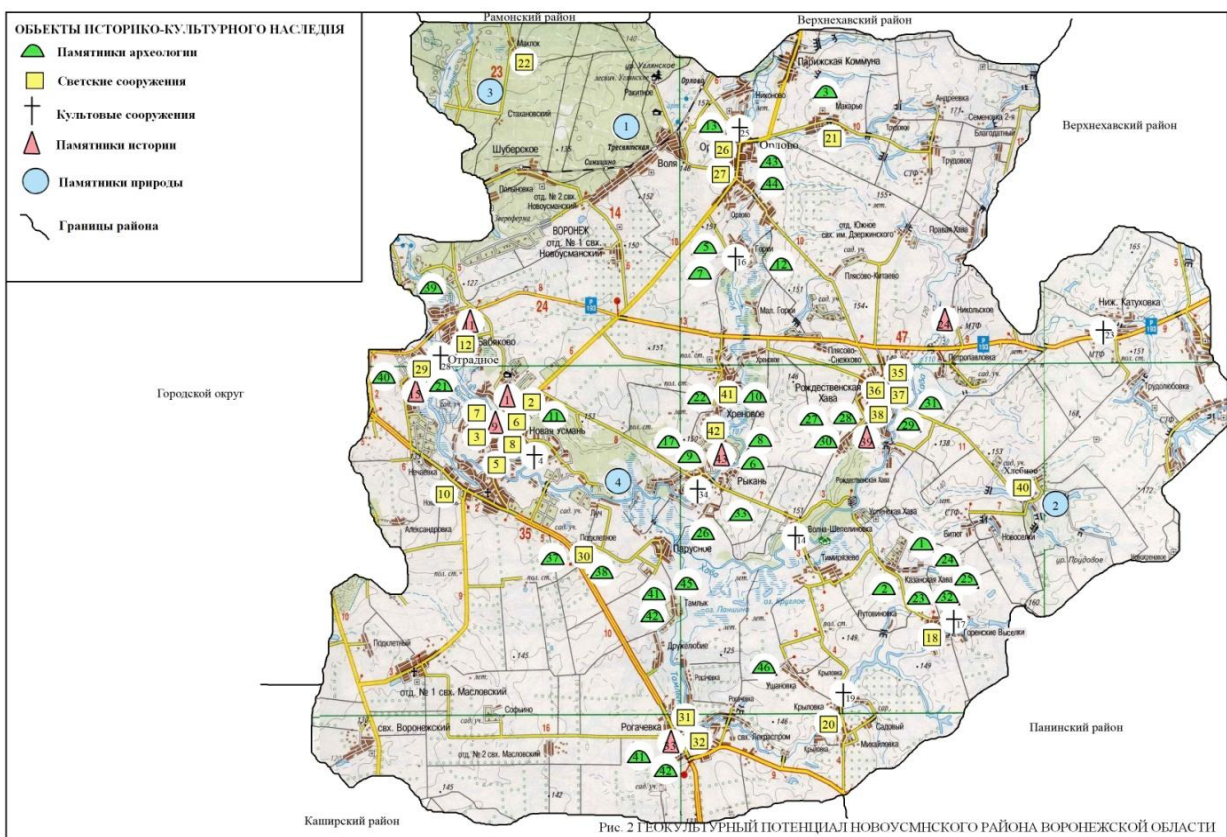


Рис. 1 – Историко-культурное наследие Новоусманского муниципального района Воронежской области

Самую многочисленную группу наследия составляют памятники археологии, представленные курганами, курганными группами и поселениями эпохи бронзы. Это объясняется тем, что на территории лесостепной зоны в долинах рек Новоусманского района люди жили уже в IX–X вв. Современные памятники археологии расположены в основном по берегам рек Хава, Тамлык, Усмань, где и расселялись первые кочевые народы региона. Данная категория наследия может сегодня широко использоваться населением для организации туризма в регионе. Причем данное направление может носить как познавательный, так и образовательный характер.

Вторую группу историко-культурного наследия Новоусманского района составляют светские сооружения – недвижимое материальное наследие дворянской усадебной культуры, представленное отдельными зданиями и сооружениями (сохранившимися частично), остатками бывших парков и пр. В истории района усадьбы оставили весомый след, т. к. землями, близкими к г. Воронежу, с конца XVIII–XIX вв. владели многие дворяне. В основном земли в пределах современного Новоусманского района принадлежали воронежским дворянским семьям [Кригер Л.В., 2007]. Здесь имели свои усадьбы такие известные воронежские дворяне как Тулиновы, Шуриновы, Лутовиновы и др.

На территории Новоусманского муниципального района Воронежской области имеется девять церквей – объектов культурного наследия. Это Казанская церковь в с. Новая Усмань, Покровская церковь (с. Горки), церковь Богоявления (с. Орлово) и др. Культурные объекты появились в регионе вместе с селами, возникшими здесь в XVII – XVIII вв. По православному обычаю, где люди обосновывались, строили поселение, там, в первую очередь, и ставили храмы.

Памятников истории в Новоусманском районе насчитывается всего восемь. Объекты исторического наследия представлены братскими могилами. Они находятся в селлах: Новая Усмань, Бабяково, Отрадное, Никольское, Рогачевка, Рождественская Хава и Хреновое, где захоронены солдаты, погибшие в годы Великой Отечественной войны. Памятники истории несут в себе глубокий военно-патриотический смысл и сохраняют память о погибших односельчанах и тяжелых испытаниях советского народа в годы войны.

На территории Новоусманского района находятся 4 памятника природы: Мачтовый бор (охраняются самые старейшие культуры сосны Усманского бора); степь конного завода №11 (образец разнотравной степи); болото Клюквенное (сфагновое болото сплавинного типа) и р. Усмань в пределах Воронежской области

(гидрологический объект протяженность 104 км., высшая водная растительность представлена 120 видами, среди которых и охраняемые виды: кубышка желтая, кувшинка белая, крапива киевская и др.).

В результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что территория Новоусманского муниципального района очень богата объектами историко-культурного наследия. Новоусманский район представляет собой пример исторической и административно-территориальной целостности. Этот фактор способствует сохранению наследия региона, которое можно сегодня использовать как основу для развития внутреннего туризма.

Список использованных источников

1. *Кригер Л.В.* Историко-культурное наследие Воронежской области: исследования и использование: метод. пособ. Воронеж, 2007.

2. *Проскурина Н.В.* Научно-теоретические подходы к оценке историко-культурного потенциала муниципального образования в интересах развития рекреации и туризма / Муниципальные образования современных регионов: проблемы исследования, развития и управления в условиях геоэкологической и политической нестабильности: матер. Междунар. науч.-практ. конф. Воронеж, 2016.

ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА И ЭКЗОТИКА КАК РЕСУРСЫ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

¹г. Москва;

²Оренбургский государственный университет

Summary: The growth of the tourist activity leads to need for the educational tourism development and transformation one into an educational component. The article discusses the relationship of the concepts of «specificity», «exotic» and «local features». The role of showplaces in the development of tourism is shown, the classification of showplaces is given, some problems connected with tourism development are revealed in the paper.

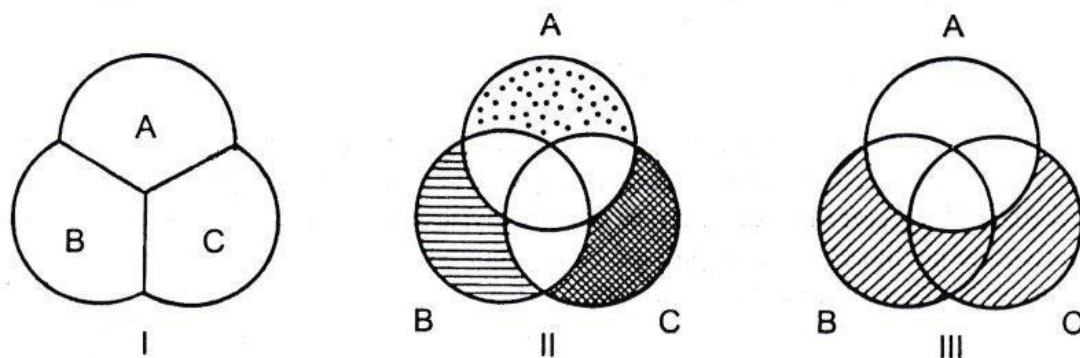
Key words: local specificity, exotics, Euler-Venn diagram, attractions, limiting factors of tourism development.

В наши дни стремительно растёт число людей, для которых путешествия являются главным наполнением досуга и даже делом всей жизни; туристы становятся географами-любителями. Одна из задач географической науки – повышать познавательную культуру туризма, выводить его за пределы номинального коллекционирования посещённых стран, регионов, городов. Надо сделать познавательный туризм необходимым компонентом образования и воспитания подрастающего поколения. При этом важно сохранить ценность и престижность реального погружения в новую среду, не заменимого дистанционным знакомством.

Предмет познавательного туризма – *местные особенности* – такие свойства и черты, которые присутствуют или доминируют только в данном, конкретном географическом ареале [Родоман Б.Б., 2009]. Разнообразии обширной территории и местные особенности её частей – это не абсолютные, а *относительные* географические ресурсы, познаваемые и оцениваемые в сравнении с другими ареалами [Родоман Б.Б., 2002].

Во всякой местности привлекательна, прежде всего, *географическая специфика* – черты, отличающие её от всех остальных регионов мира. Отдельного же путешественника влечёт *экзотика* – несходство посещаемого района с местом постоянного проживания

туриста (Рис. 1). Специфика и экзотика объединены в понятии «местные особенности». Те или иные местные особенности являются экзотичными или обыкновенными для разных туристов в зависимости от того, откуда они приехали.



Географическая специфика и экзотика

I – районы (картоид); II и III – свойства районов (диаграммы Эйлера – Венна). Заштрихованы: II – специфика районов А, В и С; III – экзотика для жителя района А.

Рис. 1 – Географическая специфика и экзотика

Экзотика может быть важным ресурсом развития конкретной территории, общества в целом и отдельных общностей. Это особенно важно для замкнутых обществ, которые исчерпали внутренние резервы развития и даже выживания в условиях изоляции и вынуждены открыть свои границы [Родоман Б.Б., 2010; Герасименко Т.И., Родоман Б.Б., 2017].

Достопримечательностями следует называть такие объекты – носители местной специфики, которые посещаются и осматриваются туристами. Эти достопримечательности могут быть: 1) *естественными*, возникшими сравнительно давно и до появления массового туризма; 2) *возрождёнными*, которые после частичной или полной утраты «естественных» были реставрированы, восстановлены, воссозданы – и как духовная ценность местного населения, и как туристский продукт; 3) *искусственными*, никак не связанными с местной историей и географией, но созданными для того, чтобы выделиться, прославиться, привлечь внимание. Различия между этими тремя видами достопримечательностей условны и относительно. Архитектурные новоделы и модернистские новостройки рано или поздно сами становятся ценными элементами культурного наследия, а нередко и главными символами города, региона, страны.

Туризм, как и всякая человеческая деятельность, не только вовлекает и воспроизводит ресурсы своего развития, но и уничтожает

их, постоянно ставя под угрозу эту отрасль хозяйства. Уничтожение происходит двумя путями: с одной стороны, «физически» – из-за массового потока туристов загрязняется окружающая среда, нарушаются хрупкие ландшафты. С другой стороны, уничтожение происходит из-за роста контактов и развития территорий – в этом противоречие и даже парадокс развития. Глобализация делает неизбежным соприкосновение цивилизации западного происхождения с традиционной культурой, что порождает серьёзные проблемы, вплоть до угрозы трансформации и даже исчезновения традиционных культур, природного и культурного наследия таких регионов. Эти обстоятельства требуют ограничения туристского потока. Ограничение возможно, во-первых, административными мерами: придание территориям особого статуса (заповедники, в которых выделены специальные ограниченные участки для посещения; закрытые территории и даже страны, требующие специального разрешения для посещения – пермита, как, например, Бутан или Верхний Мустанг, либо заповедники в России и других странах). Для посещений оборудованы во многих местах специальные экологические тропы, ходить за их пределами не разрешается (как, например, в национальном парке Илулиссат в Гренландии). Второй лимитирующий фактор – экономический. Высокая стоимость тех же пермитов (разрешений на въезд) либо просто высокие цены отсекают «лишних».

Делу сохранения и умножения местных особенностей активно противостоит всеобщая стандартизация и унификация – зданий и сооружений, образа жизни местного населения и приезжих, их транспортных средств, всей окружающей среды. Если везде всё будет одинаково, то путешествовать незачем. Но это только теоретическое предположение. Без высокой степени стандартизации невозможна не только повседневная жизнь, но и многие виды досуга. Способна ли глобализация уничтожить все местные особенности? Поддержание необходимого баланса между глобальной унификацией и местной спецификой – одна из проблем географической науки о туризме.

Модернизация и связанная с ней стандартизация традиционных обществ и экзотических территорий неизбежна, обратного пути нет. Развитие туризма ведёт не только к росту уровня жизни населения и развитию, но и к увеличению и углублению контактов и заимствований, к интернационализации экономики и к трансформации традиционной культуры. Но, трансформируясь и становясь иной, она так или иначе будет, в совокупности с природными и культурными

ландшафтами, сохранять своеобразие, которое можно считать возобновляемым ресурсом [Герасименко Т.И., 2014].

Список использованных источников

1. *Герасименко Т.И.* Влияние глобализации на традиционный образ жизни (на примере Непала и Бутана) / Разнообразие как фактор и условие территориального развития: сб. ст. Ч. I. Гл. 1–3. М., 2014.

2. *Герасименко Т.И.* Глобализация и традиции грани взаимодействия (на примере Бутана и Непала) / Российские гималайские исследования: вчера, сегодня, завтра: сб. ст. / Т.И. Герасименко, Б.Б. Родоман. СПб, 2017.

3. *Родоман Б.Б.* Географические проблемы отдыха и туризма / Поляризованная биосфера: сб. ст. Смоленск, 2002.

4. *Родоман Б.Б.* Местные особенности как ресурс развития регионов и стран / Гуманитарные ресурсы регионального развития (на примере естественно-природного и культурного наследия). М., 2009.

5. *Родоман Б.Б.* Непал: экзотика в объятиях глобализации / Гуманитарная география: научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 6. М., 2010.

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кубанский государственный университет

Summary: transport availability is one of the most significant characteristics of appeal of the recreational area. Identification of problems of transport availability of resort territories of Krasnodar region is an important factor of development of transport infrastructure of resort areas.

Key words: transport availability, Krasnodar region, transport infrastructure.

Ключевые характеристики функционирования транспортного комплекса Краснодарского края обладают стабильной позитивной динамикой уже более 10 лет. В пассажирском секторе перевозок прослеживается ежегодное увеличение пассажиропотока на всех видах транспорта. Соответственно, нагрузка на транспортную инфраструктуру за последние годы серьезно возросла, а транспортная доступность снизилась. Для оценки уровня транспортной доступности курортных районов Краснодарского края были использованы следующие критерии (Табл. 1):

Табл. 1 – Критерии оценки транспортной доступности территории [Белый О.В., 2012]

Показатель	Вид транспорта	Степень транспортной доступности		
		низкая	средняя	высокая
Плотность путей сообщения, км путей на 1 000 км ² территории	Автомобильный	$P_s \leq 50$	$50 < P_s < 150$	$P_s > 150$
	Железнодорожный	$P_s \leq 20$	$20 < P_s < 80$	$P_s > 80$
	Водный	$P_s \leq 6$	$6 < P_s < 12$	$P_s > 12$
Коэфф. Энгеля (протяженность транспортных путей; площадь территории; числ-ть населения)	Автомобильный	$d_s \leq 5$	$5 < d_s \leq 10$	$d_s > 10$
	Железнодорожный	$d_s \leq 2$	$2 < d_s \leq 3$	$d_s > 3$
	Водный	$d_s \leq 2$	$2 < d_s \leq 4$	$d_s > 4$

Результаты оценки транспортной доступности курортных районов Краснодарского края представлены в таблице 2.

Табл. 2 – Показатели транспортной доступности курортных районов Краснодарского края

Курортные районы Краснодарского края	Плотность путей сообщения	Степень транспортной доступности	Коэффициент Энгеля	Степень транспортной доступности
г. Анапа	193,5	высокая	1,1	низкая
Темрюкский р-н	121,1	средняя	0,9	низкая
Ейский р-н	103,7	средняя	0,8	низкая
г. Новороссийск	96,4	средняя	0,3	низкая
Абинский р-н	94,8	средняя	1	низкая
Апшеронский р-н	94,2	средняя	0,9	низкая
г. Горячий ключ	86,6	средняя	1,4	низкая
Туапсинский р-н	79,5	средняя	0,6	низкая
г. Сочи	71,3	средняя	0,2	низкая
г. Геленджик	56,5	средняя	0,5	низкая
Мостовской р-н	54,4	средняя	0,8	низкая

Из таблицы 2 видно, что большинство курортных районов имеют средний уровень транспортной доступности по плотности путей сообщения и низкий уровень – по коэффициенту Энгеля. Если прибавить к количественной оценке качественную, то ситуация будет выглядеть еще более плачевно. Средства размещения и объекты туристского показа очень часто удалены от магистральных авто- и железнодорожных трасс, автомобильные дороги не отвечают требованиям (имеют неровности, выбоины, обочины не оборудованы, отсутствие придорожной инфраструктуры и мест для отдыха водителей).

На основе проведенного анализа были выявлены следующие проблемы транспортной доступности курортных территорий Краснодарского края:

1. Отсутствие современных скоростных автомагистралей (на сегодняшний день 86% краевой дорожной сети составляют автодороги с асфальтобетонным покрытием и только 1% из них относится к дорогам 1-й технической категории), соединяющих районы края краевым центром и между собой, при том, что среднегодовая суточная интенсивность движения на основных территориальных маршрутах колеблется от 2 990 до 21 100 авт./сут. [Офиц. сайт Минтранса края..., 2018].

2. Высокая аварийность на автодорогах. В «красную зону» с наиболее аварийными трассами попали 15 регионов РФ (2017 г.), в их числе Краснодарский и Ставропольский края, Ростовская область [Офиц. сайт Минтранса края..., 2018].

3. Невысокая инвестиционная привлекательность в связи с топографической разнородностью территории и долгими сроками окупаемости проектов. Так, например, сметная прибыль в стоимости объектов дорожного хозяйства составляет от 2 до 6%, а в стоимости одной тонны асфальтобетонной смеси от 2,5 до 4,5%. Доля накладных расходов в стоимости объектов дорожного хозяйства – 4,5–8,0%, а в стоимости тонны асфальтобетонной смеси – 3,2–5,5%. Фактические накладные расходы в выше сметных, и фактическая прибыль дорожных организаций ниже сметной прибыли.

4. Неудовлетворительное состояние приморской федеральной трассы п. Джубга – г. Сочи, которая сильно изношена и перегружена, а также автодороги между городами Майкоп и Туапсе через Шаумянский перевал. Этот вопрос можно решить постройкой дорог-дублеров и обходов г. Туапсе и пос. Лазаревское. Дороги могут быть платными, как это принято во всем мире.

5. Отсутствие регулярной перевозки пассажиров водным транспортом, вдоль побережья Черного моря, при наличии такой возможности, для разгрузки авто и ж/д магистралей.

7. Железнодорожная инфраструктура края имеет невысокий уровень автоматизации и информатизации движения и в большинстве курортных районов требует капитального ремонта. На участке Туапсе – Адлер железнодорожное полотно проходит прямо по побережью Черного моря, что не только отчуждает огромные курортные территории, но и нарушает экологию рекреационной зоны. Целесообразно перенести железнодорожную ветку на данном участке вглубь горного массива на 10–15 км, что не только решит проблемы курортных территорий, но и значительно увеличит скорость движения поездов на данном участке.

8. Аэропорты городов Краснодара и Анапы в высокий сезон переполнены, требуется серьезная реконструкция зданий аэровокзалов для увеличения пропускной способности, а в аэропорту краевого центра необходимо строительство второй взлетно-посадочной полосы, для принятия воздушных судов вместимостью до 800 пассажиров.

Первоочередными в решении обозначенных проблем являются автодорожные. В настоящее время модернизация автодорожного каркаса Краснодарского края в основном связана с реконструкцией

существующих дорог и превращением их в скоростные магистрали. Согласно уже существующим проектам будут построены обходы городов Новороссийск, Тимашевск, Усть-Лабинск, Абинск, Сочи, станций Кавказская, Новопокровская, Украинская, Нижнебаканская, Староминская. Это позволит создать такие участки территорий, где среднее время пути от любой географической точки до скоростных магистралей не превысит 35 мин. [Офиц. сайт Минтранса края..., 2018].

Также на территории Краснодарского края реализуются масштабные инвестиционные проекты: идет строительство Крымского моста; модернизируется федеральная трасса М-4 «Дон»; формируются регулярные водные маршруты из г Сочи в Крым, с заходом в порты края; продолжается строительство автодороги ст. Нижегородская – п. Мезмай – Лагонаки и др. Осуществление данных проектов, не только улучшит транспортную доступность курортных территорий региона, но и повысит транзитный потенциал Краснодарского края [Офиц. сайт Минтранса края..., 2018].

Повышение транспортной доступности и совершенствование транспортной инфраструктуры курортных территорий Краснодарского края является крайне важным для развития регионального туризма. Транспортная инфраструктура региона должна гарантировать необходимые условия для функционирования и развития многих отраслей экономики и обеспечивать максимально эффективное использование экономического и производственного потенциала.

Список использованных источников

1. *Белый О.В.* Проблемы построения и развития транспортных систем. СПб., 2012.
2. Официальный сайт Министерства транспорта и дорожного хозяйства Краснодарского края. URL. <http://www.tskk.ru>.

*И.А. Романова, Н.В. Краснова,
С.Ю. Никишов, В.В. Анисимова*

ПРОБЛЕМЫ АРЕНДЫ ПРЕМИАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ В г. КРАСНОДАРЕ

Кубанский государственный университет

Summary: For definition of problems of the market of lease of VIP vehicles in Krasnodar, the research of offers of the tourist companies and transport infrastructure of the city was conducted.

Key words: lease of VIP vehicles, transport infrastructure of Krasnodar, problem of lease of vehicles.

В современном ритме жизни, время, становится главной ценностью, в особенности, для деловых людей. Иногда человеку нужно посетить несколько городов, а иногда, и стран в течение одного дня, выполнить ряд важных задач, провести множество встреч, которые, порой, определяют ход работы крупнейших предприятий. Помочь в таких случаях поможет только аренда индивидуальных транспортных средств.

Для определения рынка аренды премиальных транспортных средств в г. Краснодаре, было проведено исследование предложений туристских компаний. Согласно материалам справочника «2ГИС» в городе функционировало 299 турфирм (2017 г). По результатам исследования веб-сайтов туристских компаний стало известно, что только 38% компаний оказывают услуги по предоставлению туристам услуг аренды премиальных транспортных средств. При этом большинство туристских предприятий (68%), предоставляющих туристам услуги аренды дорогостоящих транспортных средств, предлагают клиентам только автотранспорт.

ООО Туристическая компания «Сто-тур», предоставляет услуги аренды всех видов транспортных средств премиум класса, включая индивидуальные трансферы на легковом автомобиле, микроавтобусе, лимузине; индивидуальные трансферы на вертолёте; аренду яхт; аренду автомобилей, автобусов премиум класса с водителем и без; услуги частной авиации, индивидуальные чартеры.

Приведем примерную стоимость услуг аренды премиальных транспортных средств в данной компании, так как каждый случай

рассчитывается отдельно. Например, стоимость аренды вертолёта Eurocopter на 6 пассажирских мест, при длительности полёта с пассажирами – 3 часа, времени перегона 1 час в аэропорт Краснодар (Пашковский) и из аэропорта, составит примерно 320 тыс. руб., из них 72 тыс. руб. составит стоимость пользования VIP-залом аэропорта г. Краснодара.

Стоимость фрахта самолёта Hawker 700XP на 4 посадочных места, при длительности полёта с пассажирами 2 часа, из аэропорта Сочи (Адлер), в г. Владикавказ, составила 23 тыс. евро. В стоимость вошло обслуживание всех пассажиров в VIP-залах аэропортов, питание пассажиров, питание экипажа и размещение в гостинице, аэропортовые сборы, обеспечение самолёта топливом, стоянка самолёта, аэронавигационное обслуживание, наземное обслуживание.

Стоимость аренды теплохода «Кубань» (20 пассажиров, при общей вместимости до 120 пассажиров) по маршруту ул. Кубанская Набережная – Краснодарское водохранилище и обратно, при длительности фрахта 5 час., составит от 8 500 руб./час, до 15 тыс. руб./час в зависимости от времени суток и дня недели.

В таблице 1 показана статистика бронирований различных видов транспорта в ООО Туристической компании «Сто-тур».

Табл. 1 – Статистика аренды различных видов транспорта в ООО ТК «Сто-тур»

Вид транспорта	Год						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Автомобиль	3	7	12	10	5	3	7
Автобус	3	2	4	5	3	2	5
Самолёт	0	1	1	1	0	0	0
Вертолёт	0	1	3	2	0	0	0
Водный транспорт	0	3	2	0	0	0	2

Как видно из таблицы число договоров аренды достаточно мало, особенно это касается воздушного и водного транспорта. Однако тенденция к улучшению ситуации прослеживается, судя по показателям 2017 г.

В процессе исследования ситуации на рынке аренды премиальных транспортных средств в г. Краснодаре выявился ряд проблем, ограничивающих развитие данного сегмента.

Проблемы аренды авиатранспорта. В г. Краснодаре и регионе в целом нет собственной авиакомпании, которая имеет парк постоянно базирующихся воздушных судов в краснодарском аэропорту.

Следовательно, при возникновении необходимости организации фрахта воздушного судна, борт предварительно нужно пригнать в г. Краснодар, а затем, по окончании рейса, вернуть в аэропорт базирования. Все эти действия производятся на возмездной основе, соответственно увеличивают стоимость фрахта, удлиняют время подачи воздушного судна, следствием чего становится сокращение числа потенциальных арендаторов. Единственной авиакомпанией, базирующейся в Краснодарском крае и предоставляющей услуги аренды вертолетов, является авиакомпания «Сокол», которая имеет офис в г. Краснодаре, но ее борты базируются в ст. Новотитаровской, соответственно, для того чтобы воспользоваться их услугами нужно либо отправиться в станицу (правда, авиакомпания предлагает услуги индивидуального трансфера в обе стороны за дополнительную плату), либо оплатить перегон воздушного судна в г. Краснодар. Парк транспортных средств авиакомпании представлен тремя вертолетами – МИ-2 и Eurocopter (по 6 кресел); МИ-8 (24 кресла). Следует учесть, что вертолеты марки «МИ» по комфорту, оформлению салона и звукоизоляции далеки от представлений о роскоши и далеко не всегда доступны, из-за отсутствия конкурентов.

К проблемам аренды автотранспорта можно отнести следующие. В городе представлена только одна международная компания по прокату автомобилей – Avis. Офис компании расположен в аэропорту, и ориентирован только на приезжих туристов, исключая как потенциальную аудиторию, местных жителей, для которых, зачастую, неудобно ехать в аэропорт для получения автомобиля, а затем возвращаться оттуда после его возврата. Отметим, что ранее в г. Краснодаре была представлена компания Hertz, которая имела городские офисы, но она покинула российский рынок. Так же нет ни одного офиса компаний по прокату автомобилей на ж/д вокзале г. Краснодара.

Основной проблемой железнодорожного транспорта в России в целом, независимо от того, пользуется ли пассажир регулярными перевозками, либо арендует вагон, является монопольное положение компании «Российские Железные Дороги». Эта ситуация порождает проблемы устаревшего подвижного состава; необходимость оплаты не менее 50% аренды наличными, что усложняет работу с «РЖД» туристских компаний; отсутствие большинства типов вагонов в регионах, в том числе в г. Краснодаре, необходимость ожидать прибытия необходимого вагона, а также оплачивать его перегон к

месту начала движения и обратно; отсутствие альтернатив при выборе поставщика ж/д услуг.

К проблемам аренды водного транспорта в г. Краснодаре можно отнести отсутствие современных водных транспортных средств, несмотря на то, что город стоит на берегу реки Кубань, которая в городской черте судоходна. Среди крупных судов можно выделить теплоходы «Дон» и «Кубань», но они морально устарели и совершают прогулки от одного до пяти часов, с выходом в Краснодарское водохранилище. В городе отсутствует инфраструктура для швартовки яхт. Нет ни одной марины, отсутствует инфраструктура для стоянки, заправки и обслуживания яхт. Даже, несмотря на удаленность от морей, в городе могла бы быть развита яхтенная инфраструктура на базе Краснодарского водохранилища, как это сделано, в Московской области, которая так же удалена от морей и иных крупных естественных водоемов, но имеет ряд водохранилищ. На Краснодарском водохранилище работает яхт-клуб «Парус», но его работа ориентирована, в первую очередь на детей, что не соответствует запросам VIP-туристов.

Для решения выявленных проблем, необходимо расширить рынок аренды премиальных транспортных средств, посредством проведения пропагандистской просветительской работы как среди специалистов туристской индустрии, в виде семинаров, вебинаров, издания каталогов по аренде премиальных транспортных средств, и т.д., так и среди потенциальных заказчиков, путем публикации информационных статей в деловых и модных журналах, изданиях для авиапассажиров и т.д. Параллельно необходимо развивать транспортную инфраструктуру, начать строительство вертолётных площадок в городской черте, что даст возможность организации вертолетных экскурсий, и привлечет внимание клиентов к аренде; организовать стоянки для яхт на Краснодарском водохранилище (которые уже существовали в СССР), что даст возможность организовывать прогулочные маршруты, развивать яхтенный туризм, посредством организации школ и клубов парусного спорта.

Расширение рынка аренды премиальных транспортных средств в г. Краснодаре благоприятно отразится на развитии туризма и экономике региона в целом, даст возможность состоятельным туристам получить дополнительные положительные эмоции от использования своего капитала, а для более широких масс станет символом успеха, к которому стоит стремиться.

ИННОВАЦИОННЫЕ ВИДЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ХАЛЯЛЬ-ТУРИЗМА В РОССИИ

Южный федеральный университет

Summary: Halal tourism is one type of tourism that is growing in the global market. As one of the countries with Muslim population in Europe, Russia has a great perspective to increase the amount of tourist flow through this type of tourism.

Key words: halal tourism, muslim population, perspective.

Развитие туризма в современном мире происходит очень быстро. Появляется множество новых видов туристской деятельности. Одним из них является халяль-туризм. Его история тесно связана с религиозным туризмом и паломничеством – посещением святых мест, расположенных в Саудовской Аравии: Мекки и Мадины [El-Gohary Н., 2015]. Смысловая нагрузка слова «халяль» означает разрешенное, допустимое, принятое. Она не ограничивается продуктами питания, а распространяется на все аспекты жизни мусульманина. Халяль-туризм, в свою очередь, означает предоставление туристских пакетов, которые сформированы с учетом законов исламского мира для удовлетворения потребностей мусульман [Chandra G.R., 2014]. Идея интеграции концепции халяль в сферу туризма возникла после её успешного внедрения в банковский сектор экономики [Mohsin A. и др., 2016].

В халяль-туризме весь спектр услуг имеет свои специфические особенности. Предлагается только халяльная сертифицированная пища, отдельный проезд в транспорте мужчин и женщин. Концепция функционирования гостиниц так же имеет характерные особенности: отсутствие алкоголя, наличия молельных комнат, религиозной литературы во всех номерах, специальных телевизионных каналов, отдельных общественных помещений для мужчин и женщин [El-Gohary Н., 2015].

На территории Российской Федерации ислам исповедует значительная часть населения. По статистике в 2010 г. число мусульманского населения составило 16379 тыс. чел. (11,7%), а в 2030 г. по прогнозам увеличится до 18556 тыс. чел. (14,4%) [Muslim populationsby..., 2017].

В современной России насчитывается девять республик с мусульманским большинством: Татарстан, Башкортостан, Дагестан, Адыгея, Чечня, Ингушетия, Северная Осетия, Кабардино-Балкария и Карачаево-Черкесия [Kerimov G., 2008].

Кроме того, рост доходов в мире от туристов, приезжающих из мусульманских стран постоянно увеличивается. В 2016 г. доходы от мусульманских туристов достигали 126 млрд дол. США (12,3% доходов от туризма в мире) [Mohsin A. и др., 2016]. Число туристов из мусульманских стран, которые посетили Россию в первые три квартала 2013 г., составило 149712 чел. или 6,83% от въездного потока [Gabbrakhmanov N.K. и др., 2016].

Среди наиболее привлекательных туристских объектов, которые могут стать в России точкам роста для халяль-туризма можно назвать следующие.

Объекты, сгруппированные в крупных населенных пунктах и имеющие развитую инфраструктуру. Расположены они, главным образом, в Республике Татарстан (г. Казнь, г. Булгар) и в Чеченской Республике (г. Грозный).

Из малоизвестных, расположенных зачастую в труднодоступных местах, но значимых для мусульман можно назвать следующие объекты:

– Мавзолей Борга Каш. Является важным объектом национального наследия, его возраст составляет около 600 лет. Расположен в Ингушетии;

– Мавзолей Тутибайка. Гробница, построенная в 1787–1788 гг., Является святыней, расположенным в Дагестане;

– Кал-Корейша. Античный форт, расположенный на высоте 1000 м над у. м. в Дагестане. На его территории расположена старейшая мечеть в России, построенная в IX в.;

– Дом Кунта-Хаджи Кишиев. Объект является домом суфийского шейха Кунта-Хаджи Кишиева, расположенного в Чечне. Кроме того, в этом месте есть 59 священных кладбищ, а также источник воды, который считается лечебным;

– Мавзолей Хусейн-Бек. Одно из мест, считающихся священным для мусульман России. Находится в Башкирии;

– Святой источник Аулия. Объект также расположен в Башкирии, каждый год посещается тысячами паломников. Слово «Аулия» само по себе имеет священное значение. Султан-ул-Машайх Назрат Хаджа Низамуддин Аулия, живший на рубеже XIII–XIV вв., является одним из наиболее значимых суфийских святых [Sevastianov D., 2017].

Для успешного развития халяль-туризма в России необходимо решить ряд проблем и создать соответствующие условия. Из наиболее значимых выводов можно назвать следующие:

1. В настоящее время существует незначительное количество объектов туристской индустрии, специализирующихся на предоставлении халяль-услуг (объекты размещения, питания, транспорт);

2. В России нет объектов халяль-туризма международного уровня. Существующие объекты могут быть задействованы в формировании туристского продукта федерального и регионального уровней;

3. Отсутствуют специализированные туроператоры, которые бы профессионально занимались формированием, продвижением и реализацией туристского продукта;

4. В сознании мусульман, проживающих в Российской Федерации, не сформировано представление о возможностях халяль-туризма в собственной стране.

Список использованных источников

1. *Chandra G.R.* Halal tourism. A new goldmine for tourism // International Journal of Business Management & Research. IV. №6. 2014. URL: <https://www.academia.edu/>.

2. *El-Gohary H.* Halal tourism, is it really halal? // Tourism Management Perspectives. 2015. URL: <http://www.sciencedirect.com/>.

3. *Gabdrakhmanov N.K.* Problems of development of halal tourism in Russia / N.K. Gabdrakhmanov, N.M. Biktimirov, M.V. Rozhko, L.V. Khafizova // Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict. №20. 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/>.

4. *Kerimov G.* Islam and Muslims in Russia since the collapse of the Soviet Union // Religion, State and Society. 2008. URL: <http://www.tandfonline.com/loi/crss20>.

5. *Mohsin A.* Halal tourism: Emerging opportunities / A. Mohsin, N. Romli, B.F. Alkhulayfi // Tourism Management Perspectives. №9. 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/>.

6. Muslim populations by country: how big will each Muslim population be by 2030? / The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/>.

7. *Sevastianov D.* Top 7 destinations for Islamic pilgrims in Russia / D. Sevastianov // Russia Beyond. URL: https://www.rbth.com/travel/2013/20/20/top_7_destinations_for_islamic_pilgrims_in_russia.

НЕКОТОРЫЕ РАЗМЫШЛЕНИЯ БЫВАЛЫХ ТУРИСТОВ ПО ПОВОДУ КАЧЕСТВА И КУЛЬТУРЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ НА ГОРНЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТАХ ЗАПАДНОГО КАВКАЗА

*Туапсинский социально-педагогический колледж;
Кубанский социально-экономический институт*

Summary: Veterans of Kuban tourism, practice and theorists, with great pain in their hearts and anxiety in the article, share their thoughts on the low quality and culture of providing services, and the poor arrangement of pedestrian tourist routes in the mountain foothill part of the Krasnodar Territory. A positive similar experience is given, which was used by the Crimean Mountain Club.

Key words: Tourist, excursionist, tourist route, equipment, arrangement, nature trail, Western Caucasus, mountain-foothill part, marking.

Путешествуя по Западному Кавказу и совершая экскурсии по Черноморскому побережью, часто приходится сожалеть о неухоженности, запущенности и неблагоустроенности троп туристских маршрутов. Создаётся впечатление, что туристско-экскурсионными услугами занимаются люди не только не имеющие специальной подготовки, но и недалёкие, не думающие о завтрашнем дне, не стремящиеся создать на маршрутах элементарные удобства для туристов и экскурсантов. Часто они нацелены получить лишь сиюминутную прибыль, причём исключительно в летние месяцы.

Особенно это относится к Туапсинскому району, включившемуся в широкую туристскую деятельность после распада СССР. Это же относится и к глубинке Краснодарского края, к его, так сказать, горно-предгорным территориям. Проводя в 2015 г. экспедицию в район Большого Тхача, мы могли в этом лишний раз убедиться. Отсутствие мало-мальски обустроенных туристских стоянок, кострищ, информационных табличек и банальной маркировки привлекательности маршруту не прибавляло.

Несколько лучше обстоит дело на охраняемых территориях: в Кавказском биосферном заповеднике, в Сочинском государственном национальном парке и на некоторых маршрутах Геленджикского района. Почему это происходит? Может не у кого научиться, нет примеров деятельности по оформлению и благоустройству туристских

маршрутов? Так нет же, и учебные пособия есть, в частности, разработанные А.А. Самойленко и другими авторами.

Всё это очевидно следует отнести к невысокой общей и экологической культуре. А опыта такой работы в прошлом предостаточно. Необходимо просто посмотреть назад и увидеть, что делали в этой области ещё первопроходцы. Их опыт нужно просто взять за пример и для начала его повторять. Позже появятся и свои какие-то решения, находки путей дальнейшего развития, соответствующие сегодняшнему спросу. Хочется привести один из наиболее ярких примеров такой деятельности ещё за заре туристско-экскурсионного дела в России.

Как известно, начало активного развития туристско-экскурсионного дела в мире и России было связано с появлением горных клубов и других различных общественных организаций туристской направленности. Так, во второй половине XIX в. в Европе появились первые в мире объединения любителей путешествий в горах. Первые из этих общественных организаций создали любители путешествий по Европейским Альпам, отчего они и именовались альпийскими клубами.

К концу же XIX в., по образцу западноевропейских клубов, подобные общественные организации появились и в России. В 1878 г. в Тифлисе местной интеллигенцией был создан родоначальник горных клубов в России, получивший название «Общество любителей естествознания и альпийского Кавказского клуба». Из-за слабой активности вскоре это общество прекратило своё существование, но в 1890 г. в Одессе появилось второе в России объединение любителей гор Крымский горный клуб. С первого же дня своего существования Крымский горный клуб приступил к собиранию данных по геологии, географии, флоре и фауне, этнографии, археологии и истории Крыма, как туристского района России. Уже в 1891 г. увидел свет первый выпуск «Записок Крымского горного клуба», после чего регулярное их издание продолжалось в течение 25 лет. Известность Крымского горного клуба с каждым годом возрастала, что было связано как с активной экскурсионной деятельностью, проводимой им, так и с открытием отделений клуба в различных городах России.

В 1902 г. было учреждено Екатеринославское, а затем и Гагринское отделения, а сам клуб был переименован в Крымско-Кавказский горный клуб. В его задачи теперь входили исследования и организация экскурсий и на Кавказе. Экскурсионная секция разрабатывала и организовывала многодневные маршруты не только по Крыму и Кавказу, но также и по Уралу и по Днепровским порогам. Продолжительность некоторых маршрутов достигала 40 дней. Приглашение принять участие в этих экскурсиях заранее публиковалось в «Записках» клуба.

Особое место в деятельности Крымско-Кавказского горного клуба занимало Ялтинское отделение. Именно это отделение *впервые в России* занялось широкой экскурсионной деятельностью, организацией многочисленных туристских поездок в Крым, экскурсий в Крымские горы и по наиболее интересным местам крымского побережья. Начиная с 1902 г. правление клуба начало подготовку руководителей экскурсий из числа школьных учителей. В июне 1902 г. состоялась первая педагогическая экскурсия в Крым учителей Одесского учебного округа. Ялтинским отделением совместно с Обществом содействия благоустройству курорта Ялта было создано несколько специальных троп для облегчения пешеходных экскурсий в горы.

Надо заметить, что *их этому никто не учил (!)*. По этой деятельности не было учебников, учебных пособий, да и опыта работы. Просто члены отделения наблюдали за происходящим, проводили анализ своей работы, изучали спрос и стремились создать для путешественников комфортные условия на туристских маршрутах.

Первой в 1899 г. появилась так называемая Штангеевская тропа. Эта первая туристская тропа в России стала прообразом сегодняшних туристских троп, которые проложены в Прибалтике и на Урале, на Кавказских Минеральных Водах и по Лагонаки.

Вслед за Штангеевской появилась Боткинская тропа, созданная на деньги, пожертвованные почитателями профессора Сергея Петровича Боткина. Несколько позже появились ещё две: Крестовая и Дмитриевская, названная в честь первого председателя Ялтинского отделения В.Н. Дмитриева. Вся туристские тропы находились под пристальным наблюдением членов Ялтинского отделения Крымско-Кавказского горного клуба. Они постоянно расчищались, приводились за свои средства в порядок. Кроме троп для удобства путешествующих по Крымским горам на Чатырдаге был создан первый в России туристский приют, которым могли пользоваться как члены клуба, так и все другие любители походов в горах. Особую заботу все отделения Крымско-Кавказского горного клуба проявляли ученическим экскурсиям. Экскурсионный сезон Ялтинского отделения был весьма продолжительным. Чаще он начинался в апреле и заканчивался в октябре, а то и позже.

Никакие преграды не помешали Крымско-Кавказскому горному клубу заложить прочный фундамент туристско-экскурсионного дела в России. Его по праву можно считать организацией, заложившей практические основы туристско-экскурсионного дела в нашей стране. Поэтому за этим клубом «навсегда останется честь первого почина в деле ознакомления русской публики с горной природой в широких размерах». Мы считаем, что уже даже их опыт достоин и изучения, и повторения.

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ
РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ НА РЫНКЕ
ТУРИСТСКИХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ**

Кубанский государственный университет

Summary: Tourism on especially protected natural territories – the phenomenon new also demands a serious research. In article, attempts to find elements of unique selling proposition of especially protected natural territories of the Republic of Adygea are considered. For the solution of this task, the concept of strategy of positioning is used.

Key words: especially protected natural territories, strategy of positioning, ecological tourism.

Разработка стратегии позиционирования позволяет найти уникальное торговое предложение каждой особо охраняемой природной территории (ООПТ). И связано это с развитием перспективного и востребованного экологического туризма. Следовательно, актуальность исследуемого вопроса бесспорна. Исследование касается ООПТ субъектов Южного федерального округа России. Однако, рассмотреть каждый субъект не представляется возможным. В качестве объекта исследования в рамках данной публикации будут выступать ООПТ Республики Адыгея.

Стратегия позиционирования ООПТ на рыночной нише туристских экологических маршрутов в Республике Адыгея берет во внимание следующие факторы и условия.

1. Республика Адыгея включает в себя 32 объекта ООПТ: Кавказский государственный природный биосферный заповедник имени Х.Г Шапошникова, четыре заказника, природный парк Большой Тхач, 26 памятников природы [Особо охраняемые..., 2018].

Система ООПТ республики в основном сложилась вокруг Кавказского государственного природного биосферного заповедника. Большинство наиболее крупных (82% площади всех ООПТ) и наиболее ценных резерватов Республики Адыгея сконцентрировано в южной, горной части, где, благодаря общности границ, они образуют единое

охраняемое пространство: северный отдел Кавказского заповедника, природный парк «Большой Тхач», «Хребет Буйный», Даховский государственный заказник. Другая, несравненно меньшая часть ООПТ, функционально не связана с заповедником и за исключением двух ботанических заказников – Майкопского и Кужорского, а также охотничьего заказника Шовгеновский представляет собой географически точечные разрозненные объекты: зоны отдыха и памятники природы, выделенные по признаку уникальности или рекреационной значимости.

Туристский продукт ООПТ Республики Адыгея это:

– пять объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО (Кавказский Государственный биосферный заповедник, национальный парк «Большой Тхач», памятник природы «Хребет Буйный», памятник природы «Верховье р. Цица», памятник природы «Верховья рек Пшеха и Пшехашха»);

– многочисленные туристские маршруты;

– лидирующее положение Республики Адыгея по площади ООПТ по России (около 30% площади республики);

– историко-культурное наследие;

– различные события, мероприятия, связанные с экологическим туризмом на территориях ООПТ (гонки на собачьих упряжках на территории Кавказского государственного природного заповедника);

Наибольшую долю во внутреннем туризме Республики Адыгея занимает экологический, познавательный и экстремальный туризм, осуществляемый на территориях ООПТ.

2. В Республике Адыгея активно реализован проект «Ворота Лагонаки», в 2016 г. было выделено 269,8 млн руб., данные средства использованы на прокладку 35 км газопровода в горной части Майкопского района. Развитие проекта увеличило качества инфраструктуры и сервиса для пребывания экотуристов [Адыгее на проект..., 2018].

3. На развитие экотуризма направлены нормативные акты республики, так в концепции развития туризма в Республике Адыгея упоминается об эффективном использовании природных ресурсов, разработка предельно допустимой рекреационной нагрузки туристов на объекты ООПТ, развитие деятельности национальных парков. Производится подготовка инструкторов по туризму, в связи с острой нехваткой кадров в организации экологического туризма [О концепции развития..., 2018].

На основе синтеза факторов внутренней и внешней среды экотуризма в Республике Адыгея, определены те из них, которые необходимо закладывать в основу стратегии позиционирования на туристском рынке:

- выгодное географическое положение (многообразие природных объектов);

- климат (теплое лето и снежная зима), позволяющий предлагать отдых круглый год, увеличивая прибыльность и жизнеспособность туризма;

- развивающаяся транспортная инфраструктура (планируется начать строительство дороги для маршрутов Майкоп – Гузерипль, Даховская – Лагонаки) [Адыгея на 100%..., 2018].

- постройка аэропорта в г. Майкоп;

- природно-климатические факторы, позволяющие развивать новые виды туризма, в том числе зимний отдых;

- государственная поддержка отрасли для сохранения высокой инвестиционной привлекательности;

- культура адыгов и южный колорит.

Основными задачами использования сильных сторон внутренней и внешней среды для устранения слабых сторон являются:

- 1) позиционирование новых видов отдыха, активное развитие экологического, экстремального туризма;

- 2) развитие инженерного обеспечения путем капитального ремонта существующих систем и создания современной сети инженерных коммуникаций (полная газификация горной местности);

- 3) строительство и реконструкция средств размещения для различных сегментов потребителей, сохранение разнообразия ценовых предложений;

- 4) проведение обязательной классификации существующих средств размещения и развитие гостиничных цепей с мировым именем;

- 5) компетентность персонала в гостиничных предприятиях и на объектах туризма;

- 6) защита окружающей среды (соблюдение предельно допустимой антропогенной нагрузки на объектах ООПТ);

- 7) работа с туроператорами по расширению рынка сбыта туристского продукта;

- 8) активное использование рекламы с целью информирования потенциальной аудитории об уникальном турпродукте в Республике Адыгея;

9) реализация мероприятий по созданию туристских кластеров и туристско-рекреационных особых экономических зон, что влечет за собой повышение конкурентоспособности;

10) расширение международного сотрудничества, привлечение иностранных инвесторов, развитие бизнеса с международными брендами, повышение конкурентоспособности [Анисимова В.В., 2015].

Таким образом, в настоящее время большинство ООПТ создаются или используются для развития экологического туризма. Природно-ресурсный и культурно-исторический потенциал Республики Адыгея являются базой развития экологического туризма Южного федерального округа. Благодаря развитой сети разных по статусу ООПТ, республика Адыгея обладает крупнейшими по площади в Европе и Западной Азии ненарушенными горными лесами и высокогорными лугами.

Список использованных источников

1. Адыгее на проект «Ворота Лагонаки» выделяют 269,8 млн руб. // Кубань 24. URL: <http://kuban24.tv/>

2. Адыгея на 100% выполнила мероприятия федеральной программы // Республика Адыгея – официальный сайт органов исполнительной власти. URL: <http://www.adygheya.ru/>.

3. *Анисимова В.В.* Формирование стратегии продвижения конкурентоспособного туристского продукта Российской Федерации на въездном и внутреннем туристском рынке / В.В Анисимова, А.Ю. Баядян, Н.В Краснова и др. // Современные проблемы математических и естественных наук в мире: сб. науч. тр. Казань, 2015.

4. О концепции развития туризма в Республике Адыгея // Комитет Республики Адыгея по туризму и курортам. URL: <http://adygcomtur.ru/>.

5. Особо охраняемые природные территории Республики Адыгея // Электронная книга России. URL: <http://ebook-russia.ru/>

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ
КАДАСТРА ПРИРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ
(НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)**

Кубанский социально-экономический институт

Summary: The article summarizes the interim results of the author's many years of research into the development of a cadastre of tourist resources in the Krasnodar Territory as an important factor in the region's development strategy.

Key words: Cadastre, tourist resources, organizational mechanism, methodological approaches, accounting, evaluation, control, research.

Туристские ресурсы представляют собой основу для развития туризма на любой территории. Их необходимо систематизировать, т.е. ставить на учет с целью определения туристского потенциала территории, планирования ее экономического развития. В мировой практике нет единого научного подхода к систематизации туристских ресурсов, но в разных странах на государственном уровне принято решение о выборе собственных методических подходов. В России по этому вопросу пока не выработано единой методики ни на региональном, ни на государственном уровнях. Основными причинами этому являются: слабое развитие нормативно-правовой базы; недостаточное внимание многих регионов к развитию турбизнеса как потенциального источника наполнения бюджета; вовлечение в их изучение специалистов различных профессий.

Наименее изученным инструментом систематизации в России является кадастр, успешно используемый за рубежом. Изучение и разработка кадастров туристских ресурсов необходимы, во-первых, потому, что информация, содержащаяся в кадастре, может быть использована в стратегиях территориального развития; стратегиях развития туризма; для обеспечения сохранности ресурсов. Во-вторых, кадастр позволяет планировать предельные нагрузки на тот или иной вид ресурсов, предотвращая их чрезмерное использование в целях обеспечения устойчивости социально-экономической и природной среды территории. И, в-третьих, формирование кадастров туристских ресурсов предполагает разработку систем учета, оценки, контроля и развития данных ресурсов.

В процессе изучения литературных, архивных и Интернет-источников установлено, что проблеме формирования организационного механизма разработки кадастров туристских ресурсов должного внимания не уделяется. Данный факт, а также слабая теоретическая разработанность указанной проблемы обусловили постановку цели и задач настоящей статьи.

Целью исследования выступает разработка организационного механизма формирования кадастра туристских ресурсов Краснодарского края как инструмента их систематизации.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили фундаментальные и прикладные исследования российских и зарубежных авторов в области управления туристскими ресурсами, в том числе, работы в области изучения сущности туристских ресурсов, исследования механизмов их систематизации, формирования кадастров туристских ресурсов (Ефремов Ю.К., 1968–1971; Нефедова В.Б., 1973; Мироненко Н.С., 1978; Родоман Б.Б., 1974; Николаенко Т.В., 1998; Минц А.А., Башалханова Л.Б., 2000; Абуков А.Х., Зорин И.В., Квартальнов В.А., 1985; Сергеева Т.А., 2000; Кусков А.С., Лысикова О.В., 2004; Преображенский В.С., 1980; Сапунова В.Б., Опашовски Х.В., 1980; Штюмер Ю.А., 1986; Веденин Ю.А., 1992; Зорин И.В., 1995; Путрик Ю.С., 1995; Александрова А.Ю., 1998).

Основные положения результатов исследования могут быть использованы государственными и территориальными органами развития туризма в целях разработки механизмов систематизации туристских ресурсов, формирования программ и стратегий развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1) Разработка кадастров туристских ресурсов представляет собой сложный процесс, нуждающийся в глубоком изучении.

2) В работе осуществлен анализ сущности понятия «туристские ресурсы». Логика формирования этого понятия заключается в определении их через объекты туристского интереса и потребности, удовлетворяемые с использованием данных ресурсов. Автором рассмотрены различные классификации туристских ресурсов, предлагаемые в научной литературе. В результате их анализа установлено, что наблюдается определенная путаница в разграничении тех ресурсов, в создании которых участвует человек. Это связано с тем, что невозможно четко провести границу между физическими объектами и общественными процессами, протекающими с использованием данных объектов. Данный факт потребовал систематизации накопленных взглядов и формирования авторской

системы классификации туристских ресурсов с использованием определенных критериев.

3) Проведено исследование опыта систематизации туристских ресурсов в зарубежных странах и России. Установлено, что в различных странах мира накоплен значительный опыт систематизации туристских ресурсов. Наиболее активные исследования в данном направлении ведутся в Австралии, Новой Зеландии, Канаде, США, Великобритании, Германии, Израиле, Беларуси, Таджикистане и Пакистане. В российских регионах в наибольшей степени продвинулись в систематизации туристских ресурсов Читинская область, Агинский Бурятский автономный округ, Ленинградская область, Приморский край, республика Калмыкия, Орловская и Магаданская области.

В результате анализа сформулированы ключевые недостатки систематизации туристских ресурсов в регионах РФ: отсутствие в ряде кадастров и реестров научно и экономически обоснованных паспортов туристских ресурсов; отсутствие в структуре описаний туристских ресурсов либо описательной части, либо идентификационных сведений; ограничение видов туристских ресурсов, включаемых в реестр, либо кадастр; формализм в процессе систематизации – включение лишь общедоступных и общеизвестных ресурсов, не требующих сложных работ при поиске необходимой информации.

4) В работе проанализировано применяемое в настоящее время методическое обеспечение и сформированы рекомендации по разработке кадастра туристских ресурсов:

- методика должна учитывать специфику различных видов туристских ресурсов;

- необходимо обеспечить сбор информации о туристских ресурсах с использованием всех доступных информационных источников;

- методика должна обеспечивать сопоставимость представляемой информации с другими видами кадастров, используемых на территории РФ.

- методика должна предполагать разработку как бумажной, так и электронной версии кадастра.

Следуя данным принципам, предложена авторская методика разработки кадастра туристских ресурсов и установлены следующие функции кадастров. Далее предложено типовое содержание паспорта туристского ресурса, который может быть использован как в целях его бумажного описания, так и электронного.

Реализация методики разработки кадастра туристских ресурсов требует соответствующего организационного обеспечения. В

исследовании установлена сущность организационного механизма разработки кадастров туристских ресурсов, заключающаяся в обеспечении распределения полномочий участников процесса разработки кадастров, а также координации движения информационных потоков между данными субъектами.

На основании анализа взаимосвязей участников процесса разработки кадастров туристских ресурсов сформулированы основные требования к ним.

5) Междисциплинарный подход к разработке кадастров туристских ресурсов путем использования опыта и знаний таких областей, как география, экономика, культуроведение, маркетинг, история, землеустройство и т.д. Данный механизм интегрирует всех лиц, заинтересованных в развитии туристской индустрии, а также обеспечивает их эффективное взаимодействие на различных этапах процесса разработки кадастра туристских ресурсов.

6) Важной составляющей природных туристских ресурсов являются водопады, скалы и ущелья. Автор статьи в течение длительного времени осуществлял сбор сведений и систематизировал данные по ним. Проведена комплексная оценка привлекательности этих элементов горного и водного рельефа. Дается подробная туристско-рекреационная характеристика основным типам горного рельефа – вершинам и скальным образованиям.

Одно из природных богатств, которые мало где есть на территории необъятной России – это грязевые вулканы. Описываются некоторые из них, которые представляют интерес для экскурсионно-познавательного и образовательного туризма. Обработана туристско-краеведческая информация, какой еще нет нигде в литературных источниках, по 102 горным вершинам, куда проложены альпинистские и горно-туристские маршруты от некатегорийного до 4А к.т.

7) Степень доступности к скалам и ущельям как туристско-экскурсионным объектам определялась по методике, разработанной автором – легкодоступно, среднедоступно, труднодоступно. Исследования показали, что легкодоступных маршрутов к скалам и ущельям 18,75 % от общего количества эксплуатируемых объектов, среднедоступных – больше половины (54,2%), труднодоступных – 27,1%. Отсюда напрашивается вывод: более 80% этих природных образований пока недоступно слабо подготовленным физически туристам и отдыхающим.

Санитарное состояние маршрутов к скалам определялось по методике Чижовой В.П. На северном макросклоне Западного Кавказа оценку «неудовлетворительно» получили 2 маршрута (9,2%), «удовлетворительно» – 11 (50%), «хорошо» – 9 (40,8%). Иначе

выглядят цифры по Причерноморскому бассейну. Неудовлетворительную оценку здесь получили 5 объектов (19,4%), удовлетворительную – 17 (65,3%), хорошую – 4 (15,3%).

Ресурсный потенциал скал нами оценивался также по своей attractiveness, использовалась методика дальневосточных ученых и А.А. Самойленко. Из результатов оценки видно, что из 19 обследованных объектов к особо привлекательным объектам отнесены 15 скал (75% от общего количества). Эти объекты можно рекомендовать для посещения иностранными туристами, группам из других уголков России, включать в общероссийские маршруты. Оценку «привлекательный объект» получили остальные 15 вершин (55,6%). Наивысшей же оценки удостоилась одна из красивейших вершин на Западном Кавказе – г. Агепста – 67 б.

Список использованных источников

1. *Александрова Т.Д.* Оценочные исследования в отечественной географии / Т.Д. Александрова, Л.В. Максимова // География и природные ресурсы. 2004. №3.

2. *Бутвин И.В.* Перечень перевалов горной части Краснодарского края и р. Адыгея. / И.В. Бутвин, А.А. Самойленко. Краснодар, 2010.

3. География рекреационных систем СССР. М., 1980.

4. *Даринский А.В.* Туристические районы РФ и ближнего зарубежья. СПб., 1994.

5. *Жучкова В.К.* Ландшафтоведение – традиции и перспективы / В.К. Жучкова, Н.И. Волкова, М.Н. Петрушина / Вестн. МГУ Сер. География. М., 2005. №4.

6. *Зырянов А.И.* Региональная топология туризма / География и туризм: сб. науч. тр. Пермь, 2005. Вып. 1.

7. *Ирисова Т.А.* К вопросу о современном рекреационном районировании России / Т.А. Ирисова, Е.В. Колотова. // Курортные ведомости. 2004. №2.

8. *Самойленко А.А.* Кадастр природных туристских ресурсов Краснодарского края: теория, методические подходы, практика использования: моногр. Краснодар, 2015.

9. *Сергеева Т.К.* Экологический туризм: учебник. М., 2004.

10. Теоретические основы рекреационной географии. М., 1975.

11. *Худеньких Ю.А.* Гносеологические аспекты географического исследования туризма и рекреации / География и туризм: сб. науч. тр. Пермь, 2005. Вып.1.

ПРОБЛЕМЫ НОРМИРОВАНИЯ НАГРУЗОК В ПУТЕШЕСТВИИ

*Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского,
Таврическая академия*

Summary: Any journey requires more or less physical exertion. At every moment the human body is ready to perform a certain (power, speed, temperature, etc.) work, but if it exceeds the body's reserve – there is an overload.

Key word: organization of tours, normalization of loads, travel.

Любое путешествие требует большей или меньшей физической нагрузки. В каждый момент организм человека готов к выполнению определенной (силовой, скоростной, температурной и др.) работы, однако если она превышает резерв организма – наступает перегрузка.

Реакция организма на нагрузку и перегрузку зависит от соотношения ее силы и длительности воздействия и состояния организма в момент воздействия. Тренировки положительно влияют на состояние организма, улучшая переносимость им перегрузок, и, следовательно, являются необходимыми для туристов-спортсменов.

Проблематикой нормирования нагрузок занимались в своих трудах следующие авторы: Матвеев Л.П. «Теория и методика физической культуры», Таймазова В.А. и Федотов Ю.Н. «Теория и методика спортивного туризма».

Республика Крым обладает разнообразными природными ресурсами отцелебных грязей и моря догорных вершин и пещер. Наличие разнообразных природных ресурсов позволило создать в регионе не только систему санаторно-курортного лечения и отдыха, но и дистанции, разного уровня сложности для спортивного туризма.

Нормирование нагрузок в тренировочном процессе обуславливается соблюдением двух важнейших положений. Нагрузки должны соответствовать возрастным особенностям туристов-спортсменов. А также, нагрузки должны быть ориентированы на уровень спортивного мастерства. Для каждого этапа многолетней

подготовке определяются объемы тренировочных и соревновательных нагрузок.

Нормирование нагрузок – это конкретное дозирование нагрузки, необходимое для решения определенных задач [Матвеев, Л.П., 2009].

На этапе углубленной спортивной тренировки в спортивном туризме тренировочный процесс приобретает ярко выраженную специфичность. Удельный вес специальной подготовки неуклонно возрастает за счет увеличения времени, отводимого на выполнение специально-подготовительных и соревновательных упражнений. Суммарный объем тренировочных нагрузок также возрастает. Существенно увеличивается количество соревнований. Средства тренировки в большей мере по форме и содержанию соответствуют соревновательным упражнениям, в которых специализируется турист-спортсмен.

Эффективность подготовки зависит от правильности использования индивидуальных норм, которые характеризуют уровень требований, выполнение которых обязательно для достижения спортивного результата. Данные требования характеризуют уровень развития физических качеств, который необходимо достичь для достижения запланированного спортивного результата.

Для построения тренировки (отдельных частей, компонентов и др.) необходимо располагать критериями, которые отвечают требованию должных величин пропорциональности показателей общей и специальной подготовленности. Для такого вида норм характерными являются следующие функции:

- дидактическая – определяет уровень общей и специальной подготовленности спортсменов-туристов;

- контрольная – позволяет выяснить правильность избранной методики тренировки;

- прогнозная – дает возможность узнать, достиг ли спортсмен уровня, необходимого для перехода к решению последующих задач подготовки;

- изучения спортсменов – выявить различия занимающихся в зависимости от показанных результатов;

- сравнительная – характеризует степень достижения поставленных задач в соответствии с нормативными показателями;

- обратной связи – дает информацию тренерам и спортсменам.

Для определения нормативных показателей используется несколько методов, таких как, метод средних величин и стандартных

отклонений, различные виды шкал, методы динамических наблюдений и метод множественной регрессии [Быховская И.М., 1996].

Стоит отметить, что в учебно-тренировочном процессе нормативные показатели должны отвечать следующим принципам [Матвеев Л.П., 2009]:

- принципу всесторонней физической подготовки, который является ведущим на этапах начальной специализации и углубленной тренировки;

- требованию должных величин пропорциональности показателей общей и специальной подготовленности;

- условию доступности для широкого использования в практической деятельности.

В этом случае вышеперечисленные принципы будут отражать естественный процесс развития организма спортсменов-туристов и позволят оптимально построить многолетний учебно-тренировочный процесс.

При разработке категорийных походов и туристских соревнований нужно учитывать необходимый и достаточный уровень физической нагрузки с учетом индивидуальных особенностей участников – их пола, возраста, степени тренированности, характера их работы (физической или умственной), состояния здоровья. При этом планирование нагрузки, которая будет предложена туристам, следует производить ориентируясь на наименее физически подготовленных участников группы.

Добиваться оптимального уровня нагрузки необходимо, за счет рационального составления маршрута и плана похода. Протяженность маршрута, продолжительность похода, планирование весовых нагрузок на участников, планирование пути (трассы) движения – это элементы планирования, позволяющие привести суммарную величину физической нагрузки в соответствие с конкретным составом туристской группы. В походных условиях суточный объем нагрузки регулируют за счет выбора дневного перехода, определения времени отдельных дневных переходов и времени привалов, определения суммарного времени движения (числа переходов), объема бивачных работ. В частности, для подростков 14 лет рекомендуется средняя протяженность дневного перехода 15 км; для юношей 17 лет до 20 км [Быховская И. М., 1996]. Дневные переходы 12–20 км в пешеходном туризме доступны и достаточны для активной рекреации различного контингента взрослого населения (мужчин и женщин).

Регулировать интенсивность нагрузки в условиях туристского похода возможно за счет изменения скорости движения и массы переносимого груза. В частности, рекомендованная максимальная масса рюкзака для тренированного участника похода в 14 лет составляет 8 кг (мальчик) и 6 кг (девочка); в 17 лет – 18 кг (юноша), 14 кг (девушка), в 25–30 лет 20 кг (мужчина), 17 кг (женщина) [Виноградов Г.П., 2015]. Интенсивность нагрузки также зависит от характера выбранного пути движения (например, напряженность работы туриста при ходьбе по удобной лесной дороге значительно меньше, чем напряженность работы при движении по труднопроходимым лесным, заболоченным участкам).

Оценить воздействие предложенной в походе физической нагрузки на каждого конкретного туриста можно с помощью простейших методов: измерение (частоты сердечных сокращений (ЧСС) после предложенной нагрузки и оценкой времени нормализации ЧСС после нагрузки.

Таким образом, проблемы нормирования нагрузок решаются за счет поточного контроля физического и психологического состояния каждого участника путешествия.

Список использованных источников

1. *Быховская И.М.* Физическая культура как практическая аксиология человеческого тела: методологические проблемы // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 1996. №2.
2. *Матвеев Л.П.* Теория и методика физической культуры: учеб. М., 2009.
3. *Таймазов В.А.* Теория и методика спортивного туризма / В.А. Таймазов, Ю.Н. Федотов. М., 2014.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДОВ-КУРОРТОВ АНАПЫ И СОЧИ)**

Кубанский государственный университет

Summary: the article contains a comparative analysis of cities-resorts of Sochi and Anapa. Also discussed are regional programs that help resorts overcome seasonality.

Key words: comparative analysis, resort, Sochi, Anapa, sanatorium, tourism, regional programs.

Курорт – освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях территория, располагающая природными лечебными ресурсами, а также необходимыми для их использования зданиями, сооружениями, объектами инфраструктуры [Ветитнев А.М., 2014].

Двумя самыми крупными курортами Краснодарского края являются город-курорт Анапа и город-курорт Сочи. Как на территории Анапы, так и на территории Сочи используются уникальные минеральные источники для бальнеотерапии и питьевого лечения. Также в Анапе для лечения используется морская грязь из Кизилташского лимана и сопочная грязь из сопки Азовской.

Важными характеристиками санаторно-курортных предприятий являются количество и качество оказываемых медицинских услуг. Заболевания, лечение которых возможно в Анапе и Сочи систематизированы в таблице 1.

Можно заметить, что лечебный профиль на каждом из курортов не имеет значительных отличий. Но процентное соотношение предприятий, специализирующихся на оздоровлении туристов и общего количества коллективных средств размещения заметно разнится. В Анапе на 297 коллективных средств размещения курортно-туристического комплекса приходится 47 санаториев, что составляет около 16% от общего числа. В Сочи же на 242 коллективных средства размещения приходится 66 санаториев, что составляет 27%. Не смотря на это, количество мест в санаторно-курортных учреждениях Сочи на 6,5% меньше (в Анапе 32643 места, в Сочи 30448) [Статистика и динамика..., 2016].

Табл. 1 – Профили лечения санаториев Анапы и Сочи (сост. автором)

Заболевания	Город-курорт Анапа	Город-курорт Сочи
Сердечно-сосудистые	+	+
Нервной системы	+	+
Опорно-двигательного аппарата	+	+
Гинекологические	+	+
Мочеполовой системы	+	+
Органов дыхания	+	+
Нарушения обмена веществ	+	+
Дерматологические	+	+
Органов пищеварения	+	+
Аллергии	–	+
Эндокринной системы	+	+
Иммунной системы	–	+
Органов зрения	+	+
Хронические производственные и экологические отравления	+	–

Одним из проблемных факторов функционирования обоих курортов является сезонность. В летние месяцы загрузка средств размещения достигает 100%. Средняя длительность проживания в Анапе составляет 14 дней, в Сочи – 8,5. Средняя стоимость койко-места за сутки составляет 2560 руб. и 3150 руб. соответственно [Исследования рынка..., 2018].

Курорты Анапа и Сочи участвуют в краевых программах, которые помогают обеспечить круглогодичную загрузку предприятий санаторно-курортного комплекса Краснодарского края [Краевая..., 2018; Программа..., 2018]. Туристы, в свою очередь, имеют возможность отдохнуть и получить качественное лечение в здравницах в период, так называемого, межсезонья по сниженной цене (до 50%) без потери качества обслуживания и лечения (Табл. 2).

Таким образом, можно заметить, что город-курорт Сочи имеет больше шансов преодолеть сезонность. За 2016 г. Сочи посетили 578 тыс. отдыхающих, а Анапу лишь 332,2 тыс., что составляет разницу в 42,2%. Вспомогательным фактором для Сочи выступает более развитая инфраструктура, чем в Анапе (игорная зона, зимний горнолыжный курорт, событийный курорт). Чаще всего, не имея возможности сочетать оздоровительный отдых с пляжным, туристы предпочитают сочетать его с познавательным.

Табл. 2 – Участие в краевых льготных программах (сост. автором)

Программа	Город-курорт Анапа	Город-курорт Сочи
«Южная здравница» (с 1.10.17 до 1.05.18) Фиксированные программы на 7,14 и 21 день	12 санаториев	17 санаториев
«Открытый юг» (с 15.09.17 до 15.06.18) Длительность от 1 дня	–	21 предприятие (санатории и пансионаты)

В летний же сезон курорты являются достойными конкурентами. Оба имеют высокую транспортную доступность (аэропорт, ж/д вокзал и автомобильные магистрали). На спрос туристов влияет, прежде всего, цена, которая во многих сочинских предприятиях выше. Так же это могут быть предпочтения пляжа (галечный в Сочи или песчаный в Анапе) и тип климата (сухие субтропики в Анапе или влажные субтропики в Сочи).

Помимо всего можно отметить, что позицию признанного детского курорта занимает Анапа, а отдых в Сочи предпочтут любители горного и экологического туризма.

Список использованных источников

1. *Ветитнев А.М.* Организация санаторно-курортной деятельности / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. М., 2014.
2. Исследования рынка туризма и путешествий по России и СНГ. URL: <http://turstat.com/>.
3. Краевая маркетинговая программа «Южная здравница». URL: <https://min.kurortkuban.ru/informatsiya/yuzhnaya-zdravnitsa/>.
4. Программа «Открытый юг» в Сочи. URL: <http://www.lazurny.ru/articles/details/7/389/>.
5. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край. Краснодар, 2016.

КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ СУХОСТЕПНОЙ ЗОНЫ РСО-АЛАНИЯ

*Северо-Осетинский государственный университет
им. К.Л. Хетагурова*

Summary: The rise of urogenital system's incidences and pathologies of kidneys in RSO-Alania is considered in the article. The possibilities of climatic and balneological resources management for the organization of sanatorium institutions in dry steppen zone of the republic are analyzed.

Key words: RSO-Alania, climatic and balneology resources, dry steppen zone.

В структуре общей заболеваемости населения России, заболевания почек и мочевыводящих путей составляют 14,8%, причем, число этих заболеваний постоянно растет. Так, в Республике Северная Осетия-Алания за период с 1992 по 2015 гг. число зарегистрированных заболеваний мочеполовой системы (с впервые установленным диагнозом) на 1 тыс. чел. населения возросло с 14,8 до 29,5 чел. У детей в возрасте 0–14 лет заболевания мочеполовой системы выросли с 796 до 2216, а на 100 тыс. населения Республики заболеваемость детей выросла с 493,2 до 1674,6 [Статистический ежегодник, 2014].

К сожалению, в статистике заболеваний мочеполовой системы не выделяют болезни почек, хотя именно почечные патологии являются наиболее распространенными, требующими длительного и дорогостоящего лечения.

Определить все факторы возрастания числа хронических неинфекционных заболеваний почек достаточно трудно, но однозначно просматривается связь между заболеваемостью и снижением качества жизни, и это, в том числе, не столько загрязнение окружающей среды, сколько «загрязненные» продукты питания и напитки, которые мощным потоком ворвались в нашу жизнь в 1990-е гг.

Лечение заболеваний почек отличается большой продолжительностью и требует применения разнообразных методов, которые дополняют друг друга на разных этапах борьбы с прогрессирующими патологиями, так, медикаментозное лечение

необходимо сочетать с физическими факторами [Физиотерапия..., 2009]. К последним относятся особенности климата, специфически минеральные воды, грязелечение.

После распада Советского Союза, население России лишилось санаторно-курортных учреждений, предназначенных для лечения почек в пустынной зоне. В этой связи интересно рассмотреть возможности использования климатических и бальнеологических ресурсов сухостепной зоны РСО-Алания. Любая природо-пользовательская деятельность должна исходить из естественных возможностей и ограничений территории, наиболее достоверную информацию о которых дает физико-географическая характеристика и основанная на ней оценка природно-ресурсного потенциала [Тебиева Д.И., 2013]. На территории РСО-Алания сухостепная зона приурочена к первому ландшафтному ярусу (низменных равнин), образованных Терско-Кумской низменностью. В пределах Республики расположена только часть ландшафта, представленная на территории региона древними левобережными террасами Терека, сложенными древнеаллювиальными лессовидными карбонатными суглинками и глинами, часто с гипсом и линзами песка. Абсолютная высота яруса колеблется от 130 до 160 м. В почвенно-растительном отношении ярусу соответствует ковыльно-андропогоновая степь с недостаточным увлажнением на каштановых почвах. Рельеф ландшафта образован тремя аккумулятивными террасами, небольшими уступами, возвышающимися одна над другой. Поверхность террас покрыта суглинками, мощность которых увеличивается до 5–7 м по мере удаления от реки. Суглинки содержат большое количество карбонатов, реже скопления гипсов и других солей, отражающихся на составе грунтовых вод (Табл. 1).

Табл. 1 – Характеристика подземных вод и минеральных источников сухостепной зоны Моздокского района РСО-Алания

Подземные воды				Минеральные воды		
Водовмещающие породы	Минерализация (г/л)	Дебит (л/с)	Химический состав	Гидрогеохимический пояс	Средняя минерализация (г/л)	Содержание микроэлементов (мг/л)
Переслаивающиеся пески и галечники	0,3–0,8	1–2 – 10–20	Гидрокарбонатно-сульфатно-кальциевые	Хлориднонатриевые воды	46,6–83,6	Метаборная кислота 277, кремниевая кислота 50, йод 35

Естественный режим грунтовых вод целиком зависит от климата. Наиболее высокий уровень вод приходится на апрель – май, время наибольшего выпадения осадков, а самый низкий уровень наблюдается в сентябре – октябре, когда запасы влаги иссякают после знойного лета.

Почвенно-растительный покров ландшафта различен в пойме Терека и на его террасах. В пойме он представлен степными пойменными лесами на луговых и лугово-болотных почвах, на террасах расположена сухая злаковая степь на каштановых почвах.

Распаханность террас затушевывает и без того слабую дифференциацию поверхности. На террасах можно различить только широкие западины, индикатором которых является солодка (*Glycyrrhizaglabra* L.) [Тебиева Д.И., 2013].

Степная зона отличается наиболее высоким термическим режимом на территории РСО-Алания (Табл. 2).

Табл. 2 – Основные климатические показатели сухостепной зоны по м/с Моздок [Тебиева Д.И., 2013]

Средняя t°С		Сумма t°С > 10°		Абс. min t°С	Абс. maxt °С	Безмо- розный период (дн.)	Осадки мм/год	Снеж-ный покров		Характер увлаж- нения
Янв.	Июля	Σ t°	число дней					залег. (дн.)	ср. h (см)	
-4,3	24,3	3602	187	-34	42	190	517	66	9	недоста- точное

Статистические расчеты изменения температур для метеостанции Моздок за период 1991–2014 гг. выявили положительные тенденции, что говорит о приросте тепловых ресурсов для данной зоны РСО-Алания. Это относится к росту продолжительности безморозного периода, общему росту сумм положительных температур для пределов 0,5; 10; 15 и 20°С. Суммы положительных температур для 5 и 10°С впервые превысили уровень 4000°С [Айларов А.Е. и др., 2016].

Рекреационные ресурсы сухостепной зоны Моздокского района РСО-Алания оценены как «благоприятные для организации санаторно-курортного лечения» [Дряев М.Р. и др., 2013]. Предлагается организация бальнеологического санатория с сезонным использованием климатических ресурсов для лечения почечных патологий. Круглогодично санаторий может функционировать на базе имеющихся минеральных источников, показанных для лечения

сердечнососудистых заболеваний, опорно-двигательного аппарата, некоторых кожных и других болезней.

В районе имеется хорошо развитая продовольственная база: мясное, молочное производство, овощеводство, садоводство, бахчеводство, что особенно важно для лечения заболеваний почек. Арбузы являются обязательным лечебным компонентом при климатотерапии почек.

Санаторий целесообразно поместить к северу от г. Моздок, так как ветры южных румбов практически не наблюдаются, и это исключает возможность задымления курорта.

Список использованных источников

1. *Айларов А.Е.* Динамика тепловых ресурсов в агроландшафтах сухостепной зоны Центрального Предкавказья на территории РСО – Алания за постбазовый период Всемирной метеорологической организации (ВМО) 1991–2014 гг. / А.Е. Айларов, Д.И. Тебиева, М.С. Борадзева, Н.А. Мирошниченко / Успехи современного естествознания. 2016. №3.

2. *Дряев М.Р.* Оценка рекреационного потенциала территории РСО-Алания / М.Р. Дряев, Г.А. Туаев, Д.И. Тебиева / Устойчивое развитие горных территорий. 2013. №4.

3. Статистический ежегодник РСО-Алания. 2013. Владикавказ, 2014.

4. *Тебиева Д.И.* Ландшафты восточной части Центрального Кавказа и их хозяйственная оценка: моногр. Владикавказ, 2013.

5. Физиотерапия: Национальное руководство / под ред. Г.Н. Пономаренко. М., 2009.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ МАНГИСТАУСКОЙ ОБЛАСТИ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Кубанский государственный университет

Summary: Article considers the prospects of development of a tourist and recreational complex of Mangystau Region of the Republic of Kazakhstan. The main directions of strategy of positioning of area taking into account the resource potential, infrastructure and tourist preferences of target audience are defined. Statistical material was used.

Key words: tourist and recreational complex, Mangystau Region of the Republic of Kazakhstan, strategy of positioning.

Республика Казахстан является одним из молодых игроков международного туристского рынка. Туристский продукт данного государства достаточно многогранный и охватывает интересы широкой аудитории. Из уже состоявшихся туристских зон Республики Казахстан можно выделить Мангистаускую область. Это одна из наиболее живописных территорий Республики Казахстан, а также исторически значимая в республиканском и мировом масштабе, потому что связана с развитием Великого Шелкового пути. Более того, развитие туристско-рекреационного комплекса Мангистауской области является приоритетным для экономического развития Республики Казахстан, что подтверждено главой государств Н.А. Назарбаевым и руководством акимата области.

Лидировать на туристском рынке как Республики Казахстан, так и на международном уровне позволяют ряд условий и факторов. Они же взяты за основу формирования стратегии позиционирования Мангистауской области. Стратегия, которая позволяет заинтересованной целевой аудитории найти для себя те мотивы (факторы и условия), которые определяют для них область, как место их отдыха и туризма.

Рассмотрим данные мотивы. Но для начала сформируем портрет Мангистауской области как туристского продукта. Территория Мангистауской области расположена на юго-западе Республики Казахстан. Площадь области составляет 165 642 км². Территория Мангистау расположена на плато Мангышлак. На северо-востоке

граничит с Актюбинской и Атырауской областями, на востоке граничит с Узбекистаном, на юге имеет границу с Туркменией. Город Актау является административным центром. Мангистауская область по праву считается одной из самых перспективных для развития туристского направления. По состоянию на 1 марта 2018 г. на территории Мангистауской области проживает – 596706 чел., с различным национальным составом. Город Актау был признан «морскими воротами» Республики Казахстан, транспортной стратегией, связывающими транспортные коридоры ТРАСЕКА, по линии север-юг. Для развития туризма в Мангистау созданы условия, выдвигаемые международными стандартами, а в частности, современный аэропорт «Актау», и развитую сеть аэропортов для местных воздушных авиалиний. В 2016 г. территорию Мангистауской области посетило 38 тыс. туристов. Доля иностранных туристов составляет 37% [Официальные статистические..., 2018].

Во-первых, Мангистауская область имеет удобное географическое положение и является единственным регионом Республики Казахстан, расположенным у Каспийского моря.

Во-вторых, Мангистауская область является точкой экономического роста Республики Казахстан, что подтверждено наличием целевой программы стратегического развития туризма Мангистауской области на 2016–2020 гг. [Назарбаев Н.Н., 2014]. Главным направлением стратегического развития – это развитие прикаспийской зоны как зоны внутреннего и въездного туризма. Географически туризм планируется развивать по трем направлениям:

1) в Мангистауском районе достопримечательностями считаются следующие объекты: Карагие, Отпан-тау, Торыш, Шеркала, Акмыш, Кызылкала, Айрақты, Шуманай, Когез;

2) в Тупкараганском районе – Саура, Музей Тараса Шевченко, Музей Мурын Жырау, Султан-эпе, Шакпак-ата, Капамсай, Жыгылган, Сартас и другие;

3) в Каракиянском районе – Шопан-ата, Бекет-ата, Бозжира, Карынжарык, Туйесу [Оспанов Г.М., 2014].

В-третьих, территория области имеет достаточное количество естественных лечебных и рекреационных ресурсов, на основе которых на территории города Актау и прилегающих к нему районов создано несколько санаторно-курортных заведений. Мангистау имеет все условия, необходимые для развития туризма на побережье, горнолыжного туризма, экологического туризма, лечебно-оздоровительного туризма, конный туризм, этнографический туризм,

такие как: 1) песчаное морское побережье Каспийского моря; 2) горная местность; 3) живописные степные районы.

В-четвертых, две трети всех историко-культурных и архитектурных памятников Казахстана находятся на территории Мангистау. Многие, из которых могут сравниться с лучшими памятниками народного зодчества не только области, но и республики. На территории Мангистау находятся древние дороги – Шелковый караванный путь и Хивинский тракт, места знаменитой Каратауской экспедиции, большое число архитектурных и исторических памятников.

В-пятых, главным богатством региона является Каспийское побережье, где уже имеются и готовятся к возведению санатории, гостиничные комплексы, базы отдыха. Известным санаторием Мангистауской области является санаторий «Шагала». Большой популярностью пользуются базы отдыха, расположенные на морском побережье. В области также имеются детские оздоровительные лагеря. В основу создания ведущих санаториев легли горячие радоновые воды и лечебные грязи, состав которых является уникальным.

Сдерживающими факторами развития туристско-рекреационного комплекса Мангистауской области и города Актау являются следующие.

Состояние инфраструктуры туризма на территории Мангистауской области нельзя считать удовлетворительным. Это и не благоустроенные пляжи, и прибрежные территории в отдельных районах области, и медленное и недостаточное финансирование.

Другим барьером является недостаток квалифицированных кадров, следовательно, уровень обслуживания в гостиничных предприятиях достаточно низкий.

Отсутствие рекламы туристического потенциала региона на внутреннем и международном рынках. И, несмотря на свой значительный потенциал, Мангистауский туристский район занимает незначительную нишу на казахстанском туристическом рынке.

Экономические перепады в республике, нестабильность в обществе, нежелание активно вкладывать в развитие туризма бизнес-кругов страны, тормозят его развитие.

Таким образом, Мангистауская область имеет все необходимые условия для развития на своей территории санаторно-курортного лечения, пляжного отдыха, этнографического туризма и других видов отдыха. И, несмотря на существование некоторых недостатков, препятствующих активному росту потока туристов, нельзя не

принимать во внимание факторы, которые возможно стали бы ключевыми при создании положительного туристического образа области. Во-первых, область с западной стороны омывается Каспийским морем. Во-вторых, наличие живописных ландшафтов, целебных минеральных источников и лечебных грязей, большое число удивительных памятников истории и природы. В-третьих, благоприятное климатическое воздействие имеет приморская зона: теплое лето, йодированный воздух, морская вода.

Следовательно, Мангистауский регион имеет реальные перспективы для того, чтобы стать одним из наиболее привлекательных туристических мест для туристов из других регионов Республики Казахстан и мира в целом. Необходимо проведение ряда мероприятий для решения данной задачи, и, в первую очередь требуется проведение комплексной и качественной оценки рекреационного потенциала Мангистауской области и города Актау.

Список использованных источников

1. *Назарбаев Н.Н.* Казахстан 2030: послание Президента страны народу Казахстана. М., 2014.
2. *Оспанов Г.М.* Анализ имиджа Казахстана на мировом туристском рынке / Фундаментальные исследования. 2014. №1–2.
3. Официальные статистические показатели / Официальный сайт департамента туризма Казахстана. URL: [http:// www.depturizm.mid.gov.kz](http://www.depturizm.mid.gov.kz).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кубанский государственный университет

Summary: The main indicators of the development of physical culture and sports, at the federal level, in the Krasnodar Territory are growing year by year.

Key words: Sport and tourism, healthy lifestyle, sport school, Krasnodar region, Fisht Olympic Stadium, Sochi.

Спорт и туризм неразрывно связаны друг с другом. В настоящее время туризм тесно сопряжен с поддержанием здорового образа жизни и стремлением больше путешествовать и искать новые впечатления. Туризм и спорт как единое целое позволяют расширить кругозор, в том числе за счет знакомства во время путешествия с культурой и традициями народов, которые проживают на определенной территории.

Развитие физической культуры и спорта является приоритетным направлением социальной политики России, которое реализуется с помощью различных стратегий и конкретизирующих их программ федерального уровня, уровня субъектов федерации и муниципалитетов. Основные показатели, определенные на федеральном уровне, в Краснодарском крае растут год от года. В рост основных показателей внесло свой вклад каждое муниципальное образование региона. Министерство спорта признало Краснодарский край лучшим спортивным регионом страны. Это говорит о том, что физическая культура сегодня – приоритетное направление работы администрации края [Сидорова Д.В. и др., 2017].

По итогам 2017 г. Краснодарский край третий раз подряд стал лучшим регионом России по организации спортивной работы, обогнав такие сильные спортивные территории, как Москва и Московская область, Татарстан, Санкт-Петербург. Оценка территорий проходит по таким параметрам, как физическая культура и спорт, подготовка спортивного резерва, спорт высших достижений, адаптивная физическая культура и спорт, а также материально-техническая база и финансирование физкультуры и спорта

Население Краевого центра растет на 30 тыс. чел. в год, и у всех жителей должна быть возможность заниматься физической культурой.

Краснодар стал настоящей спортивной столицей – причем как для чемпионов и команд мастеров, так и для многих горожан, которые могут позаниматься в свое удовольствие на площадке у дома. В Краснодаре сейчас функционируют 53 спортивные школы и 27 центров спортивной подготовки. В 2017 г. в различных соревнованиях приняли участие 560 028 краснодарцев, 480 118 из них дети и подростки. Всего же физкультурой и спортом регулярно занимаются 418,7 тыс. чел. В неделю 300–350 краснодарцев сдают нормы ГТО – по организации сдачи нормативов город не только стал лучшим в крае, но и попал в федеральную тройку призеров [Министерство физической ..., 2017].

Продолжается строительство новых объектов в муниципальных образованиях. Если раньше возводили в районных центрах большие многофункциональные комплексы, ледовые дворцы, бассейны, то сейчас главной задачей стало, чтобы спортивные залы появились в самых отдаленных уголках края. Всего в 2018 г. их будет построено семь: в Армавире, Кавказском, Успенском, Славянском, Новокубанском, Тимашевском, Крымском районах. Также продолжено строительство открытых спортплощадок в городах и районах Кубани. Запланировано построить 11 таких объектов – в Краснодаре, Белоглинском, Каневском, Ленинградском, Приморско-Ахтарском, Динском районах, Армавире. Это типовые спортплощадки. На них можно поиграть в мини-футбол, баскетбол, волейбол, она огорожена, освещается в темное время суток. Стоимость каждой такой игровой площадки – от 4 до 5 млн руб.

Практически в каждой краснодарской общеобразовательной школе сегодня есть свой маленький мини-стадион. В последнее время город стал уделять намного больше внимания спортсменам с ограниченными физическими возможностями. В Краснодаре стали появляться спортплощадки с современным дорогостоящими тренажерами под открытым небом специально для таких людей [Администрация Краснодарского края..., 2016].

В 2017 г. на Кубани провели Кубок Конфедераций. Турнир принимали всего четыре региона России – Москва, Санкт-Петербург, Казань и Сочи. По итогам получили высочайшую оценку, как со стороны руководства страны, так и со стороны Международной федерации футбола. Спортивные сооружения должны использоваться постоянно, а не время от времени. Однако объекты требуют средств на содержание, например, стадион Фишт. После Олимпиады, в начале 2015 г. началась реконструкция арены. Были демонтированы помещения для декораций и временная крыша, появился футбольный

газон и дополнительные трибуны. Сегодня стадион вмещает 42 700 зрителей. Всего на реконструкцию ушло более 3,8 млрд руб. По предварительным расчетам в год на содержание арены требуется 450–500 млн руб. [Хамленко А.А. и др., 2017] Стадион будет использован для проведения матчей Чемпионата мира по футболу 2018 г. [Чемпионат Мира по футболу FIFA 2018 в России]. Также в Сочи, в период с 2016–2021 гг. на развитие физической культуры и спорта потратят 2,3 млрд руб.: укрепление материально-технической базы, увеличение эффективности спортивных организаций, создание условий для подготовки спортсменов высокого класса и спортивного резерва. Выстроена на десятилетия вперед городская инфраструктура. Гостиничный сектор с мощным туристским потенциалом, масштабные спортивные объекты горного и приморского кластеров, «Сочи Парк», трасса «Формула-1», ЧМ по футболу 2018 г. [Хамленко А.А. и др., 2016].

Таким образом, в современное время физическая культура и спорт – это одни из главных претендентов на получение бюджетного финансирования, а приоритетными бюджетными расходами являются государственные инвестиции в создание спортивной инфраструктуры.

Список использованных источников

1. Администрация Краснодарского края. URL: <http://admkrai.krasnodar.ru>.
2. Министерство физической культуры и спорта Краснодарского края. URL: <http://www.kubansport.ru>.
3. Сидорова Д.В. Современный уровень развития физической культуры, спорта и спортивного туризма в Краснодарском крае / Д.В. Сидорова, А.А. Филобок, А.В. Коновалова, С.А. Покатилов / Векслинские чтения. География, географическое образование и туризм: матер. I Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 2017.
4. Чемпионат Мира по футболу FIFA 2018 г. в России // URL: <http://ru.fifa.com>.
5. Хамленко А.А. География и современное развитие физической культуры и спорта в Краснодарском крае / А.А. Хамленко, С.А. Покатилов, А.А. Филобок / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодеж. науч.-практ. конф. / под общ. ред. Т.А. Волковой. 2016.
6. Хамленко А.А. Современное развитие физической культуры и спорта как фактор формирования индустрии туризма в Краснодарском крае / А.А. Хамленко, Т.А. Волкова, А.А. Филобок / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодеж. науч.-практ. конф. / под общ. ред. Т.А. Волковой. 2017.

ТУРИСТСКИЕ ФИРМЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Кубанский государственный университет

Summary: The sanatorium and tourist complex of Krasnodar region is one of the most developed in the Russian Federation. It includes a set of various organizations, including and tourist firms. The current state of the market of tourist services of Krasnodar region is reflected in this article, key indicators of activity of tourism organizations are analysed, problems and tendencies of their development are designated.

Key words: tourist firms, tourist service, tourist package, tourist, tourists.

Направление туристской деятельности в регионе представлено туристскими и экскурсионными организациями. Как правило, они занимаются составлением и продажей туров, подготовкой и проведением экскурсионных мероприятий. К ним относятся туроператорские и турагентские организации; предприятия, занимающиеся и туроператорской и турагентской деятельностью одновременно; экскурсионные бюро. В настоящее время, в пределах Краснодарского края насчитывается 518 туристских фирм, из которых 23 организации занимаются туроператорской деятельностью, 311 – турагентской деятельностью, 62 организации занимаются и туроператорской и турагентской деятельностью, и, наконец, 122 – экскурсионной деятельностью. За последние 10 лет (с 2006 по 2016 гг.), общее количество туристских и экскурсионных предприятий в крае увеличилось в 1,6 раз, с 331 предприятия до 518 предприятий. Однако, если обратиться к статистическим данным, можно заметить, что рост общего количества туристских фирм в регионе наблюдался не всегда. В 2009, 2012 и 2015 гг. заметно, довольно, резкое сокращение общего количества туристских организаций, что является прямым отголоском кризисных явлений в экономике края, в т.ч. и в туристической отрасли, в виду сложившихся новых геоэкономических и геополитических условий в стране и в мире [Курортно-туристский комплекс..., 2017].

Стоит отметить, что средняя численность работников туристских фирм (включая внешних совместителей и работников несписочного состава) также колеблется год от года. «Пики» падений приходятся на 2009, 2012 и 2016 гг., что является следствием сокращения общего количества туристских организаций, снижением уровня их доходов, ввиду падения доверия туристов к турбизнесу. В 2016 г. данный показатель достиг значения 2006 г. – 2 тыс. чел., из расчета на 1 фирму – около 4 чел. Если сравнить данное значение показателя с предыдущим годом (2015 г.), когда средняя численность работников достигла за последние 10 лет своего максимума – 2,5 тыс. чел., то в 2016 г. средняя численность работников туристских организаций сократилась на 20%, из расчета на одно предприятие – на 3 чел. Что может существенно сказаться на качестве туристского обслуживания в регионе.

Динамика числа турпакетов, реализованных населению туристскими фирмами Краснодарского края в целом является положительной, однако, в указанные выше годы, количественные значения данного показателя также резко падали. Причинами такого падения являются проблемы в отрасли, обозначившиеся в последнее время, главные из которых:

- кризисные экономические явления в мире и в РФ, которые без сомнения отразились и на экономике региона, в т.ч. и на туристической отрасли (мировой экономический кризис 2008–2009 гг., санкционные ограничения, нестабильность курса валют и пр.);

- напряженные геополитические условия в ряде регионов мира (боевые действия, угроза террористических актов, несостоятельность охранных служб крупных транспортных узлов, различные митинги и демонстрации сделали пребывание в ряде стран Ближнего Востока, Северной Африки и Европы крайне небезопасным);

- усложнение визовых формальностей;

- распространение вирусных заболеваний в ряде туристских дестинаций («Коксаки» вирус в Турции; вирус «Зика» в Латинской Америке и т.д.);

- падение доверия туристов к туристским организациям (банкротство крупных игроков туристского рынка страны, проблемы с авиаперевозкой туристов, «сгорание» купленных туристских пакетов без компенсационных выплат туристам) и др.

Эти же причины сделали часть туристов невыездными в зарубежные государства, что дало отличную возможность для развития внутреннего туризма, поэтому большая часть реализованных

турпакетов населению – это турпакеты по территории РФ – 72,8% (93,3 тыс. ед.), в то время как турпакеты по зарубежным странам составляют 27,2% (34,8 тыс. ед.). Общая стоимость всех турпакетов реализованных населению туристскими организациями Краснодарского края составила 6412,8 млн руб., причем 3644,1 млн руб. – стоимость турпакетов по территории РФ, а 2768,7 млн руб. – стоимость турпакетов по зарубежным странам. Если сравнить с предыдущим 2015 г., то общая стоимость турпакетов реализованных населению сократилась на 13% с 7348,6 млн руб. до 6412,8 млн руб., причем в общем объеме значительно сократилась доля турпакетов по зарубежным странам на 23,2% (с 4885,3 млн руб. до 2768,7 млн руб.), а вот доля турпакетов по территории РФ напротив заметно возросла на те же 23,2% (с 2463,3 млн руб. до 3644,1 млн руб.). Однако, стоит отметить, что хоть и стоимость общего объема турпакетов, реализованных населению, сократилась, средняя же стоимость одного турпакета напротив значительно возросла с 40,6 тыс. руб. в 2015 г. до 50 тыс. руб. в 2016 г., рост составил 123,2% к показателю предыдущего года [Курортно-туристский комплекс..., 2017].

Если говорить о сумме комиссионных, агентских и иных вознаграждений, полученных туристскими организациями региона, то по сравнению с 2015 г. их общий объем значительно сократился с 1144,7 млн руб. до 882,3 млн руб., однако в расчете на 1 работника турфирмы сумма практически не изменилась, если в 2015 г. она составляла 459,5 тыс. руб., то в 2016 г. составила 444,7 тыс. руб.

Немало важным является то, что, несмотря на все трудности туристских фирм края, динамика числа туристов обслуженных ими в целом положительна. Однако имеются и спады в 2009 и 2012 гг., причины которых указаны выше. За последние 8 лет число туристов, обслуженных туристскими организациями, выросло практически в 2 раза, так если в 2008 г. обслужено 218,1 тыс. чел., то в 2016 г. – 373,7 тыс. чел., в расчете на одного работника число увеличилось со 102 чел. в 2008 г. до 188 чел. в 2016 г. Причем, большая часть туристов выбрала туры по России и составила от общего числа туристов 79%, остальные же 21% отправились в зарубежные туры. Число же однодневных посетителей – экскурсантов по сравнению с предыдущим годом сократилось, так если в 2015 г. число экскурсантов составило 836,9 тыс. чел., то в 2016 г. – 770 тыс. чел.

Проанализировав современное состояние и отметив основные проблемы туристской отрасли Краснодарского края, следует обозначить тенденции, наметившиеся в отрасли:

- увеличение числа туроператоров и экскурсионных организаций на отраслевом рынке региона;
- падение темпов роста спроса на туристские услуги и стагнация спроса на высоком уровне;
- потребитель туристских услуг стал более избирательным как в отношении качества, так и в отношении цены;
- усиление конкурентной борьбы на рынке организованного туризма;
- преобладание внутренних туров (по РФ) над выездными (зарубежные) в общем объеме реализованных турпакетов населению;
- рост стоимости турпакетов, реализуемых населению и др.

В заключение хочется отметить, что какими бы не были проблемы развития туристской отрасли Краснодарского края, влияние кризисных явлений лишь положительно сказалось на развитии внутреннего туризма. Однако, несмотря на достигнутые результаты и положительную динамику стоит обратить внимание на повышение качества обслуживания и приобретение доверия потребителей туристских услуг; активизацию работы по повышению attractiveness внутреннего и регионального турпродукта с целью увеличения доли внутреннего туризма в Краснодарском крае и в РФ; максимальное задействование объектов туристского показа края для более успешного развития экскурсионного направления.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ и администрации Краснодарского края. Проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р).

Список использованных источников

1. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края (2012–2016 гг.): стат. сб. Краснодар, 2017.

*Т.М. Худякова, А.С. Рязанцев,
О.А. Крутских*

ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

*Воронежский государственный
педагогический университет*

Summary: the methods of evaluation of tourist potential, revealed territorial differences of provision of the objects of natural, historical and cultural tourism resources

Key words: tourist and recreational complex, tourist potential, tourist infrastructure, types of tourism, functional and territorial structure, tourist area.

Актуальность вопросов оценки туристско-рекреационного потенциала в регионах России на современном этапе развития экономики приобретает особую значимость. Министерство экономического развития РФ разработало «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г.», в котором подчеркивается необходимость повышения эффективности туристской отрасли в развитии экономики страны и обеспечения ее конкурентоспособности [Официальные материалы..., 2013]. Это позволит расширить внутренний туристский поток граждан и привлечь иностранных туристов, тем самым удовлетворить потребности в качественном отдыхе. Туристско-рекреационная деятельность обеспечит решение ряда социально-экономических задач: пополнить бюджет регионов, повысить уровень жизни граждан, и т.д. Главным условием развития в регионах основных видов туризма является анализ и оценка туристско-рекреационного потенциала территорий. При этом, представляется возможность выявить направления развития туристской отрасли в перспективе. Выбор Воронежской области в качестве объекта исследования объясняется ее уникальными туристскими ресурсами, развитой инфраструктурой и положением в Центральной России. Цель данной статьи рассмотреть компоненты туристско-рекреационного потенциала, дать их оценку и выявить эффективные виды туризма региона в перспективе.

Определение понятия рекреационного потенциала на этапе становления рекреационной географии предложили Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебов. Под *рекреационным* потенциалом понимается совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристско-рекреационной деятельности на определенной территории [Мироненко Н.С., 1981]. Как видим, понятие туристско-рекреационный потенциал в их трактовке включает следующие компоненты: природные и культурно-исторические туристские ресурсы, а также объекты туристской инфраструктуры. Используя этот подход, мы провели оценку туристско-рекреационного потенциала Воронежской области в разрезе муниципальных районов. Рассматриваемые компоненты потенциала характеризуются различной размерностью, что потребовало в расчетах обеспечить их соизмеримость. Такие расчеты, возможно провести на основе показателя «относительного потенциала» по формуле предложенной Г.Г. Петросяном [Рязанцев А.С., Петросян Г.Г., 2016]:

$$\mu^i = \frac{S}{S^i} * \sum_{j=1}^m \frac{p_j^i}{p_j} \quad (1)$$

где: μ^i – «относительный потенциал» i -ой территориальной единицы (области), S – суммарная площадь территории всех муниципальных районов области, S^i – площадь i -ого муниципального района, p_j – суммарное количество объектов i -го ресурса во всех муниципальных районах (в формуле предполагается, что всего имеется m различных видов ресурсов, т.е. $j = 1, 2, \dots, m$), p_j^i – количество объектов j -го ресурса в i -том муниципальном районе. На основе формулы (1), мы можем дать оценку «относительного потенциала» муниципальных районов в независимости от видов ресурсов, так как «относительный потенциал» при данном подходе – безразмерная величина.

Расчеты показали значительные различия обеспеченности муниципальных районов отдельными видами объектов в пределах Воронежской области. Это послужило основой выделения туристско-рекреационных районов, что отражено в таблице 1 [Худякова Т.М., 2017]. Данные таблицы отражают обеспеченность туристскими ресурсами и объектами туристской инфраструктуры различных частей области.

Табл. 1 – Структура туристско-рекреационного потенциала территории Воронежской области

Название Туристско-рекреационных районов	Компоненты туристского потенциала (расчетные относительные единицы)					Относительный потенциал района	Специализация района
	Туристские ресурсы		Туристская инфраструктура	Автотранспортная инфраструктура территории			
	Природные туристские ресурсы	Культурно-исторические ресурсы					
Рамонско-хохольский	11,04	7,35	23,48	20,84	62,71	Культурно-познавательный, экологический, религиозный, деловой	
Лискинско-острогжский	7,73	8,13	12,92	12,59	41,37	Религиозный, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, активный	
Аннинско-бобровский	5,45	4,99	7,33	7,79	25,56	Активный, культурно-познавательный, сельский, событийный, деловой	
Борисоглебско-новохоперский	4,82	3,70	5,64	8,19	22,35	Экологический, культурно-познавательный, религиозный.	
Росошанско-богучарский	2,55	3,96	10,45	9,68	26,24	Событийный, лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный,	
Калачеевско-воробьевский	0,83	3,66	4,58	6,42	15,49	Событийный, культурно-познавательный	

Наибольшим «относительным потенциалом» 62,71 выделяется *Рамонско-Хохольский* район, для него характерно сосредоточение объектов туристской инфраструктуры [Крутских О.А., 2017]. Специализация района сложилась на следующих видах туризма: культурно-познавательном, экологическом, религиозном и деловом. Здесь находятся уникальные объекты туристских ресурсов: историко-культурный центр «Дворцовый комплекс Ольденбургских», Музей-усадьба Д. Веневитинова, Воронежский государственный природный биосферный заповедник имени В.М. Пескова и др.

Лискинско-Острогжский район характеризуется специализацией на религиозном, культурно-познавательном и лечебно-оздоровительном видах туризма. Оригинальные туристские объекты представлены природным архитектурно-археологическим музеем-заповедником «Дивногорье», а также уникальными пещерными

храмами и монастырями, располагающихся в меловых отложениях долины реки Дон.

Аннинско-Бобровский район отличается развитием активного туризма в бассейне реки Битюг, представленного сплавом на байдарках. Уникальными объектами историко-культурного наследия XVIII века являются конные заводы графа Орлова.

Борисоглебско-Новохоперский район выделяется экологическим, активным, культурно-познавательным видами туризма. «Хоперский государственный заповедник» поддерживает естественную популяцию Русской Выхухоли.

Россошанско-Богучарский район выделяется не только рекреационными ресурсами, находясь в среднем течении реки Дон, но и имеет памятники ожесточенных боевых сражений периода Великой Отечественной войны.

Калачеевско-Воробьевский район выделяется событийным туризмом. Ежегодно здесь проводятся всероссийские и региональные фестивали, «Хлеб всему голова», «Русь песенная, Русь мастеровая» и другие.

Таким образом, оценка туристско-рекреационного потенциала Воронежской области раскрывает значительные возможности для формирования новых видов туризма и усиления роли туристско-рекреационного комплекса в экономике региона.

Список использованных источников

1. *Крутских О.А.* Анализ современного состояния гостиничной индустрии г. Воронеж // Стратегия развития приграничных территорий: традиции и инновации: моногр. Курск, 2017.

2. *Мироненко Н.С.* Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов. М., 1981.

3. Официальные материалы Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.gov.ru/>.

4. *Рязанцев А.С.* Относительный потенциал для оценки развития туристско-рекреационной деятельности территории (на примере Воронежской области) / А.С. Рязанцев, Г.Г. Петросян // Успехи современного естествознания. 2016. №7.

5. *Худякова Т.М., Рязанцев А.С.* Формирование туристско-рекреационного комплекса Воронежской области // Вестник ВГУ. Серия география и геоэкология. Вып. 3. Воронеж, 2017.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА. ТРЕНТИНО И ГЕОГРАФ ЧЕЗАРЕ БАТТИСТИ

Инсбрукский университет им. Леопольда-Франценса

Summary: The paper focusses on the geographical work of Cesare Battisti seen from a German and Austrian perspective. For this reason, it seems suitable to classify his academic studies into four issues:

1. Translating Friedrich Ratzel's work «Political Geography» in Italian language, C. Battisti got deep insights into the ideas of the founder of the Anthropogeography.

2. Presenting his dissertation about «Trentino», C. Battisti created a completely new regional geography showing natural and societal aspects together side by side. Therefore, Battisti could be seen as a pioneer in regional geography.

3. Battisti was somehow also a pioneer in population geography. In his studies about distribution and processes of population in the various altitudinal zones of Trentino's valleys he used a methodology that was picked up and adopted later from many Austrian Alpine researchers.

4. Eventually, we will also analyse Battisti's cartographic work of Trentino (seen from a northern perspective) which could be seen as a prototype of the «Atlas of Tyrol».

Key words: Cesare Battisti, Trentino, political geography.

Историографический интерес к Чезаре Баттисти (1875–1916 гг.) с немецкой стороны в течение десятилетий определялся прежде всего спорным обвинением в государственной измене 1916 г. и исходом войны, повлекшим за собой разделение старого Тироля. Как географ Чезаре Баттисти известен мало и в первую очередь в роли политического активиста [Gatterer, 1967]. Прото фокусирует внимание на роли Баттисти в формировании будущего региона Трентино (регион Трентино как административно-территориальная единица официально появляется на карте Италии только после 1918 г.; в составе Австро-Венгерской монархии эти области входили в состав единого Тироля как его южная часть). При этом он отмечает новаторство методов Ч. Баттисти в географии и картографии периода конца XIX – начала XX вв.: его идею пробудить национальное сознание в только что

получившим наглядное выражение в географии и таким образом искусственно созданном регионе и тем самым подвести базу под сам процесс становления регионального сознания.

Следует отметить определяющую роль трудов Ф. Ратцеля, в частности его двухтомной «Антропогеографии», для географической науки того времени. Он вернул человека на передний план, заложив основу для позднейшего пространственного анализа общественно-социальных вопросов.

В данной статье мы постараемся рассмотреть тему конструирования пространства у Ч. Баттисти в трех аспектах: с точки зрения региональной перспективы Ф. Ратцеля, правомерности понятия «Трентино» как самостоятельной политической территории (не путать с Тиродем – землей австрийской короны) и, наконец, попытку осознанного формирования идентичности через конструирование географического пространства (spacing) в географических исследованиях и научно-популярной литературе.

В работах Ф. Ратцеля ясно видно, что он стремился создать столь необходимую для новой дисциплины теоретическую базу. Его выводы и размышления при этом всегда основывались на пространственном понятии региона. В 1896 г. Ф. Ратцель опубликовал в *Газете Немецкого и Австрийского Альпийского союза* исследование об Альпах [Ratzel, 1896], в котором он среди прочего затрагивает *разделение Тироля на две части* и вопрос о государственной принадлежности *Трентино*.

В современном ему дискурсе о возможности пространственного решения национальных проблем Ф. Ратцель стоит на стороне территориального подхода. Центральную политическую силу в выявлении политической эффективности природных границ он видел в гомогенном национальном населении. В то же время он придает огромное значение территории, которая в его представлении способна не только определять, но и при необходимости закреплять на длительное время основные параметры идентичности.

Выведенные Ф. Ратцелем три шага к региональной консолидации: историческая принадлежность античной культуре, наличие национально однородного населения как политической силы, и, наконец, осознание территории как вневременной точки отсчета и источника идентичности. Баттисти, который в 1899 г. начал переводить «Политическую географию» Ф. Ратцеля на итальянский, в 1898 г. основывает научную серию *Tridentum – Rivista bimestrale di*

studiscentifici, само название которой сознательно подчеркивает связь с античностью: муниципий Тридентум – римское название Тренто.

Приводимому итальянской географией аргументу о природном водоразделе как логичной основе политической границы королевства [Proto, 2014] немецкая сторона противопоставляет якобы научно-обоснованное понятие «Немецких Альп» как особого культурного ландшафта. Так географ Альбрехт Пенк (1858–1945 гг.) разрабатывает теорию о Тироле, как о стране «по обе стороны от перевала Бреннеро» [Penck, 1887]. Оба вывода при всей своей противоречивости явно восходят к идеям Ратцеля. В австрийской географии Тироль остается единым образованием вплоть до 1914 г.

В политической дискуссии внутри Габсбургской монархии был выдвинут целый ряд отчасти весьма различных предложений по решению национального вопроса.

Чезаре Баттисти: конструирование региона Трентино. Среда, на фоне которой следует воспринимать работы Ч. Баттисти, в основном складывается из двух смежных областей: географических теорий по установлению границ между национальными государствами и политическими поисками решений национального вопроса или соответствующих общественно-политических дискурсов. Опираясь на географический инструментарий, в расширение которого Баттисти-географ сам внес существенный вклад, Баттисти-политик последовательно преследует одну цель: создание самостоятельного (вначале в пределах Габсбургской монархии, а позднее – Итальянского королевства) региона «Трентино». В самом регионе он находил привязку в процессе постепенного осознания населением своей общности, причем для местных жителей окружающее их пространство должно было стать опорой для формирования собственной (национальной) идентичности, или, другими словами, они должны были научиться понимать свою идентичность через принадлежность к конкретной территории.

Вопросы пространственного распределения населения вскоре выявили отсутствие точных карт. Особенно в Альпах, с их четкой, обусловленной горным рельефом структурой, долгое время не удавалось добиться корректного статистически-пространственного отображения реальной демографической ситуации. Подробные топографические факты (например, различия между населением отдельных долин) в большинстве своем остались неучтенными. Несколько позже Ч. Баттисти удалось разработать метод, применимый к таким как Альпы высокогорным областям [Battisti, 1898]. В его

распоряжении помимо планиметра как технического инструмента были подробные карты (изолинии!) с одной и данные, собранные в регулярно публикуемых результатах переписи населения в Габсбургской монархии, с другой стороны. Ч. Баттисти вновь обратился к идеям Ф. Ратцеля, ему впервые удалось визуализировать распределение населения в горах Трентино не только в целом, но и при учете демографической ситуации в отдельных долинах. В результате в XX в. именно австрийские географы обращаются к разработанному Баттисти методу вертикального анализа распределения населения в альпийском пространстве (прежде всего в Южном Тироле и в Трентино) и с успехом продолжают исследования в этом направлении [Ulmer, 1935].

Идея государства и его имманентно необходимого территориального расширения, постулированная Ф. Ратцелем, поначалу не находит отклика у Ч. Баттисти. В этом он отличается от флорентийской школы географии. Решающим аргументом для конструирования Трентино для Баттисти было преобладание итальянского населения.

Заключение. Перевод (отдельных глав) *Политической географии* Ф. Ратцеля на итальянский язык и студенческие годы, проведенные в Венском университете, позволили Ч. Баттисти подробно ознакомиться с мышлением и теориями основателя антропогеографии, что в прочем не устраняет значительных расхождений между концепциями этих двух географов. В то время как Ф. Ратцель был в первую очередь занят разработкой теоретических основ для географии, как новой университетской дисциплины, Ч. Баттисти является ярким представителем практического подхода. Для его идеи «Трентино» определяющим было представление о ясно очерченном в географических терминах (однородное италоязычное население) территориальном регионе. Баттисти видел свою задачу в том, чтобы было сделать этот регион очевидным для масс, например, выявить его контуры на карте.

В своей диссертации о Трентино Ч. Баттисти выносит на обсуждение новую тогда концепцию региональной географии. Баттисти-географ умело находит органическую связь между отдельными аспектами природного пространства и общества. В этой области он является первооткрывателем. Несколько позже эти идеи были подхвачены, в частности, Норбертом Кребсом, издавшим региональную географию Австрии. Труды обоих сыграли определяющую роль для становления географии населения.

Объединение демографических данных, дифференцированных по отдельным долинам, данных по населенным пунктам и высотному расположению в альпийских областях с соответствующим горным рельефом, по сути впервые было предложено Баттисти и до сих пор успешно применяется в науке. Рассматривая его труды с северной точки зрения, с некоторым сознательным преувеличением можно утверждать, что даже реализованная Баттисти идея создания исчерпывающего Атласа региона Трентино была предвестником более позднего Атласа Тироля, издаваемого начиная с 1970-х гг. кафедрой географии в Инсбрукском университете.

Как политик Баттисти, напротив, занимал срединную позицию в протекавшей тогда с выраженным национальным уклоном теоретической дискуссии об определяемых водоразделами или горными перевалами государственных границах. С началом войны, однако, он начал склоняться к точке зрения итальянских географов, доводящих границы Италии до перевала Бренnero. Опиравшаяся на самые современные тогда методы стратегия политика и географа Баттисти обосновать идентичность искусственно созданным географическим регионом, во многом восходит к теоретическим размышлениям Ратцеля. С помощью региональной географии «Трентино», использующей концепцию разукрупнения масштаба, – исходя из самого региона (Атлас), распределения населения в нем в зависимости от высотного положения (*Distribuzione*) и его локальных контекстов (путеводители) – Баттисти-политик добивался углубления процесса становления идентичности среди итальянского населения. Социал-демократ из Тренто надеялся увлечь за собой большинство преимущественно консервативно настроенного католического сельского населения этих мест и предложить ему возможность идентифицировать себя с доступным в своей обзримости регионом.

В географических трудах Чезаре Баттисти мы обнаруживаем вполне оригинальную интерпретацию геополитики, с одной стороны опирающуюся на доступные ему концептуальные знания (Ф. Ратцель) [Rosenboim, 2015], наложенные на общественно-политическую реальность того времени, и с другой стороны умело примененную для искусственно созданного им посредством географического конструирования конкретного региона – Трентино.

Статья приводится в сокращении.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Battisti C.* Il Trentino. Saggio di geografia fisica e di antropogeografia. Trento, 1898.
2. *Battisti C.* Guide to Trento. Trento, 1906.
3. *Battisti C.* Das Trentino. Praktischer Führer. Trento, 1913.
4. *Battisti C.* Il Trentino. Cenni Geografici, Storici, Economici con un'appendice su L'Alto Adige. Novara, 1915.
5. *Calí V.* Battisti as Geographer / Alma Tourism. 2011. №3.
6. *Dal Lago Bruna* Trentino, ein kurioser Reiseführer. Bozen, 2014.
7. *Dal Lago-Veneri Br.* Trentino. Ein kurioser Reiseführer (aus dem Italienischen von W. de Concini. Bozen, 2014.
8. *Gatterer Cl.* Unter seinem Galgen stand Österreich. Cesare Battisti. Portrait eines «Hochverräters». Wien-Bozen, 1997.
9. *Lorenzoni G.* Cesare Battisti and the Trentino. New York, 1919.
10. *Pallaver G.* Cesare Battisti. Das Unbehagen der Tiroler im Umgang mit einem Österreicher / Symposium anlässlich des zehnjährigen Bestehens des Tiroler Geschichtsvereines. Innsbruck, 1996.
11. *Proto M.* Irredenta on the map. Cesare Battisti and Trentino-Alto Adige cartographies. 2017.
12. *Ratzel F.* Anthropogeographie. Teil 2: Die geographische Verbreitung des Menschen. Stuttgart, 1891.
13. *Ratzel F.* Die Alpen inmitten geschichtlicher Bewegungen / Zeitschrift des Deutschen und Österreichischen Alpenvereines. XXVII, 1896.
14. *Ratzel F.* Politische Geographie. München; Leipzig, 1897.
15. *Scharr K.* «Harmonische Landschaften». Bevölkerung und Kulturlandschaft in der deutschsprachigen Geographie am Beispiel der Region Südtirol-Trentino (1914–1970) / Europa Regional 18, 2011.
16. *Stauber R.* «Italia» und «Germania». Konstruktionen im Alpenraum / Föderative Nation. Deutschlandkonzepte von der Reformation bis zum Ersten Weltkrieg. München, 2010.
17. *Steinicke E. et al.* Amenity Migration in the Alps: Applying Models of Motivations and Effects to 2 Case Studies in Italy / Mountain Research And Development, 2016.

ТИПЫ ПРОФИЛИРУЮЩИХ ВИДОВ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕК БЕЛАРУСИ

Белорусский государственный университет

Summary: In the article are presented results of typification for 303 segments on 125 rivers in the Republic of Belarus by profiling types of water tourism and recreation, which were differentiated into 4 types: 1 (first) type – not used, 2 (second) type – monofunctional, 3 (third) type – limited-polyfunctional, 4 (fourth) type – polyfunctional.

Key words: Republic of Belarus, water tourism, rivers, seasonal tourism, national tourism development program in Belarus.

В последние годы в Республике Беларусь достаточно быстрыми темпами развивается региональный водный туризм. При этом общеизвестно, что в рекреационный сезон проблема дисбаланса между приоритетностью потребительских запросов населения к конкретным видам туризма и отдыха на реках и возможностью их удовлетворения становится наиболее острой. Кроме того, ситуация осложняется недостаточностью объектов туристско-рекреационной инфраструктуры, необходимых для размещения отдыхающих.

Для решения данной проблемы в рамках реализации мероприятий «Национальной программы по развитию туризма в Республике Беларусь» приобрели системный характер работы, направленные на оценку природно-рекреационного потенциала (ПРП) 125 рек с определением профиля их туристско-рекреационного использования (ТРИ) для приведения в соответствие возможностей использования их туристско-рекреационного потенциала (ТРП) географии размещения объектов рекреационной инфраструктуры [Национальная программа..., 2005].

В качестве методического инструмента для идентификации специализации участков рек использовалась методика комплексной оценки ПРП, основными элементами которой являются: характер ТРИ ПРП рек, структура видов их ТРИ, система показателей и критериев, определяющих условия экологической безопасности и технической возможности использования реки для различных видов водного

туризма и отдыха. В результате оценочных работ были выявлены профилирующие виды ТРИ, послужившие основой для проведения функционального зонирования рек с применением типологии профилирующих видов ТРИ (ТПВ ТРИ). Типология ПВ ТРИ по вариантам их спецификации представлена 4 типами ТРИ, в рамках каждого из которых в зависимости от спектра сочетаний видов туризма и отдыха были выделены 22 подтипа ТРИ [Шевцова Н.С., 2011].

Типизация 303 участков 125 рек по уровню представленности различных типов ТРИ в разрезе областей Беларуси, позволило установить следующее распределение доли участков рек по 4 типам ТРИ: 1 тип – не используемый, 2 тип – монофункциональный, 3 тип – ограниченно-полифункциональный, 4 тип – полифункциональный (Рис. 1).

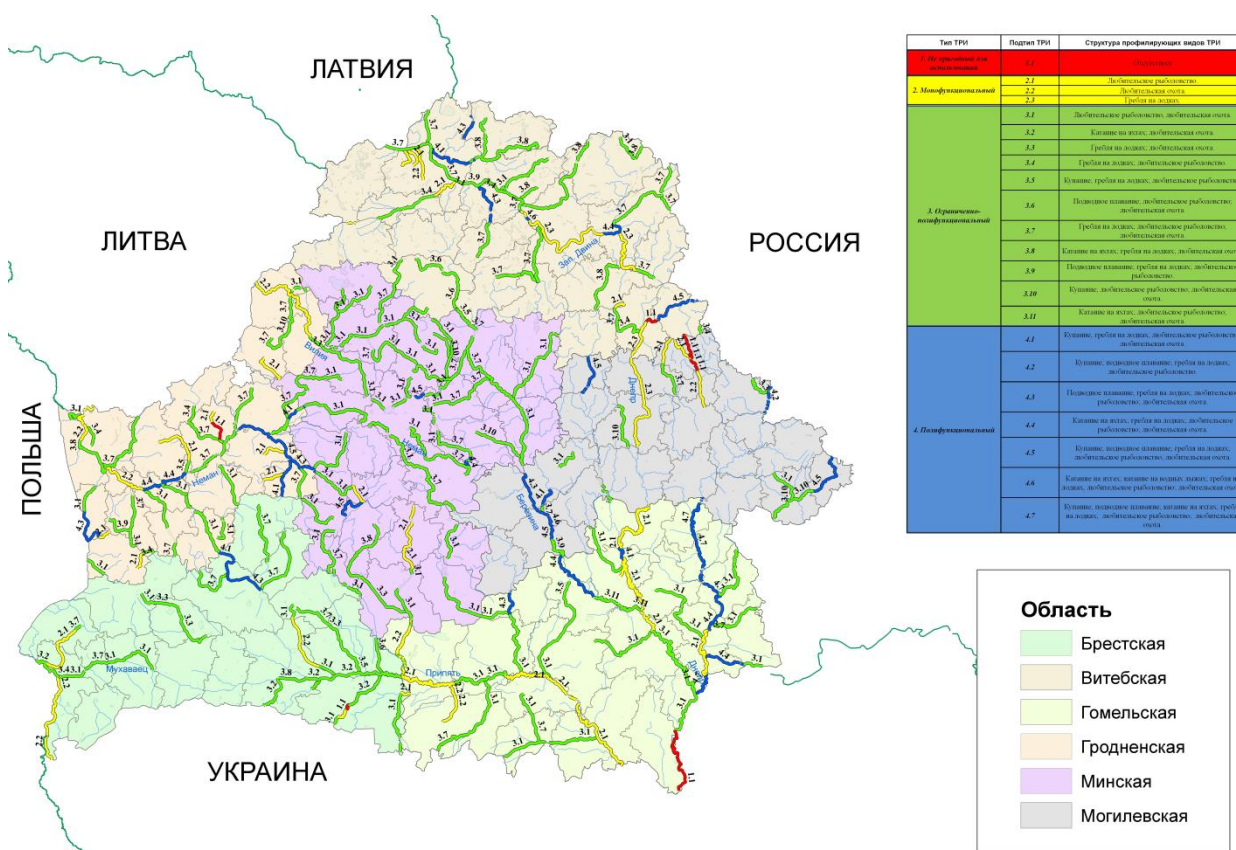


Рис. 1. – Типизация рек Беларуси по структуре профилирующих видов туристско-рекреационного использования [Шевцова Н.С., Пахомов А.В., 2011].

По доле участков рек 1 типа, не используемых для целей туризма и отдыха, абсолютное лидерство у Могилевской области (10,71%). С большим отрывом от нее идут Брестская (2,4%), Витебская (2,0%), Гродненская (1,9%) и Гомельская области (1,89%). При этом, в

границах рек Минской области не выявлено участков рек этого типа ТРИ, что свидетельствует о полном использовании их ПРП.

Первое место по доле участков рек 2 типа с монофункциональной структурой ТРИ принадлежит Могилевской области - 25,0%, 2 и 3 места закреплены за Гомельской – 22,2% и Гродненской областями – 22,0%, а замыкают этот перечень Витебская – 17,0%, Брестская – 14,8% и Минская области – 4,05%.

Во всех областях максимальна доля участков рек 3 типа с ограниченно-полифункциональной структурой ТРИ. Лидером по доле участков 3 типа является Минская область – 91,9%. За ней следуют: Брестская – 78,0%, Витебская – 68,0%, Гродненская – 61,1%, Гомельская – 58,49% и Могилевская области – 39,29%.

Ведущая позиция по доле участков 4 типа с полифункциональным характером ТРИ принадлежит участкам рек Могилевской области – 25,0%, на 2 и 3 местах находятся Гомельская – 16,98% и Гродненская области – 14,8%. Далее ранги по данному типу ТРИ распределяются следующим образом: Витебская – 13,0%, Брестская – 4,8% и Минская области – 4,05%.

Результаты идентификации ПВ ТРИ, их типов и подтипов послужат основой для оптимизации ТРИ участков рек приодновременном снижении уровня рекреационной нагрузки на наиболее используемые их участки.

Список использованных источников

1. Национальная программа по развитию туризма в Республике Беларусь на 2006–2010 гг. Постановление Совета Министров Республики Беларусь №927 от 24.08.2005 г. / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 2005г. №137.5/16437.

2. *Шевцова Н.С.* Структура модели комплексной туристско-рекреационной оценки природного потенциала рек / Региональная физическая география в новом столетии. Мн. Вып. 5. 2011.

3. *Шевцова Н.С.* Типизация рек Беларуси по структуре профилирующих видов водного туризма и отдыха / Н.С. Шевцова, А.В. Пахомов / Туризм и региональное развитие: науч. тр. X Междунар. науч.-практ. конф. Смоленск, 2017.

РОЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ПОВЫШЕНИИ ЗАПОЛНЯЕМОСТИ ОТЕЛЕЙ В НИЗКИЙ СЕЗОН

Кубанский государственный университет

Summary: The services provided by means of accommodation are very diverse, traditionally these are basic – accommodation, meals included in the cost of payment, as well as a number of additional paid separately or partially included in the cost of payment for hotel accommodation. The list of additional services can be modified and supplemented depending on the location of the hotel, its level of comfort, seasonality and other factors.

Key words: accommodation services, basic hotel services, additional hotel services, seasonality.

Весьма разнообразны услуги, предоставляемые средствами размещения, традиционно это основные – размещение, питание, включенные в стоимость оплаты, а также ряд дополнительных, оплачиваемых отдельно или частично включенных в стоимость оплаты за проживание в отеле. Перечень дополнительных услуг может видоизменяться и дополняться в зависимости от месторасположения отеля, его уровня комфортабельности, сезонности и других факторов.

Определяющим показателем для увеличения количества и улучшения качества дополнительных услуг является ориентация гостиничного предприятия на ту или иную категорию постояльцев. Другими словами, их количество и качество напрямую связаны со степенью востребованности и могут быть совершенно разными. Развитие дополнительных услуг позволяет не только расширять перечень предложений для клиентов гостиницы, но и привлекать к посещению гостиничного комплекса жителей города.

К дополнительным услугам традиционно следует отнести:

- услуги организаций общественного питания (бар, ресторан, кафе, буфет, пивной бар);
- магазины (сувенирный, продуктовый), торговые автоматы;
- инфраструктура развлечений (дискотека, казино, ночной клуб, зал игровых автоматов, бильярдная);
- экскурсионное обслуживание, услуги гидов-переводчиков;
- организация продажи билетов в театры, цирк, на концерты;

– транспортные услуги (бронирование билетов на все виды транспорта, заказ автотранспорта по заявке гостей, вызов такси, прокат автомобилей);

– покупка и доставка цветов;

– бытовое обслуживание (ремонт и чистка обуви);

– услуги химчистки и прачечной;

– хранение вещей и ценностей;

– разгрузка, погрузка и доставка багажа в номер;

– прокат предметов культурно-бытового назначения (спортивный инвентарь);

– услуги салона красоты и SPA-процедуры;

– сауна, баня, бассейны, тренажёрный зал;

– услуги бизнес-центра, аренда залов переговоров, конференц-зала.

Средства размещения, оказывающие дополнительные гостиничные услуги, планируют свои помещения таким образом, чтобы дополнительные услуги могли располагаться в доступных местах (чаще всего на первом этаже). Информация о том, как, где и каким образом можно получить услуги, часы работы должны быть в вестибюле, на этажах, в номерах. Однако, нужно помнить о том, что навязывать дополнительные услуги нельзя. В соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ, исполнитель не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты услуг, не предусмотренных договором на обслуживание.

К тому же следует учитывать, что большинство малых отелей в силу своих размеров не могут предоставлять широкий спектр услуг. Но здесь многие отельеры нашли для себя решение. Развитие дополнительных услуг позволяет не только расширять перечень предложений для клиентов гостиницы, но и привлекать к посещению гостиничного комплекса жителей города. Некоторые отели имеющие свой ресторан, предлагают услуги по изготовлению кондитерских изделий на заказ, или организуют доставку обедов в офисы, организация проведения различных мероприятий и торжеств. Приток посетителей извне, не проживающих в гостинице, считается основным критерием успешности гостиницы.

Немаловажным фактором, обуславливающим наличие тех или иных дополнительных услуг, является сезон. Так, гостиница, работающая круглый год, старается выровнять показатель прибыли во время слабого потока туристов по отношению к пиковому сезону. В этом случае они прибегают и к организации различных

развлекательных программ, праздников, включенных в стоимость проживания.

Например, отель «VillaMarina», который входит в сегмент 3* гостиниц, обладает небольшим 18-ти номерным фондом. В холле отеля расположено кафе, которое имеет вход из отеля и отдельный вход, что удобно для гостей проживающих в гостинице, а также для посетителей, которые не являются клиентами отеля. Кафе проводит различные банкеты, торжества и мероприятия. Это способствует дополнительному притоку посетителей и позволяет не ограничиваться только непосредственно гостями отеля. Гостиница имеет два конференц-зала, рассчитаны они от 12 до 40 чел., что позволяет привлекать гостей, путешествующих с деловыми визитами. Предоставляется всё необходимое оборудование, а также имеется возможность предоставления бизнес-ланчей и полноценных обедов.

В отеле работает салон красоты, небольшой по площади, но отличается уютным интерьером, приветливым и квалифицированным персоналом. В недавнем времени открылся массажный кабинет, куда может записаться любой желающий гость отеля или житель города.

Дополнительные услуги гостиницы имеют свою сезонную востребованность у потребителей. Бизнес-услуги пользуются большим спросом в весенние месяцы и осенью, когда имеется большое количество командировочных людей. Услуги салона красоты и массажа актуальны круглый год, но свой пик отмечают в праздничные дни. В летние месяцы гостиница принимает большое количество свадеб, благодаря своему роскошному интерьеру и специальным предложениям для молодых пар. Также в это время года многие гости останавливаются семьями и с детьми. Для них гостиница предлагает бесплатно охлажденный лимонад и сладкие презенты для детей, а также летние скидки. Тем самым отель имеет возможность увеличивать свою заполняемость в низкий сезон. Благодаря появлению новых услуг в отеле, он остается конкурентоспособным круглый год.

Наличие дополнительных услуг в ближайших отелях создает конкуренцию между ними. Конкурентом для отеля «Villa Marina» является «Marton Тургенева», расположенный в относительной близости, имеет свое кафе, а также сауну, джакузи, бильярдный стол. В отеле отсутствует конференц-зал, но предоставляется собственный трансфер, что является большим преимуществом для гостей.

Итак, благоприятное развитие дополнительных услуг в деятельности гостиницы невозможно без удачного сочетания внешних и внутренних условий, имеющихся ресурсов, оказывающих непосредственное влияние на повседневную работу гостиницы, и грамотного руководства данным направлением работы. Это дает

гостинице хоть и небольшую, но реальную возможность выделиться на фоне конкурентов.

Расширение спектра дополнительных услуг развивает, дополняет и корректирует перспективные направления развития гостиничного предприятия с учетом конкретной обстановки. Разработка новых услуг является необходимым условием поступательного развития любого гостиничного предприятия.

Следует отметить, что дополнительные услуги являются серьезным подспорьем в структуре доходов гостиничного предприятия, а также можно утверждать, что любой гостинице, для того, чтобы функционировать и развиваться в конкурентной среде, сейчас недостаточно предоставлять клиенту обычный номер с завтраком. Запросы гостей становятся все выше, требования к качеству и ассортименту услуг также повышаются, и чтобы удовлетворить клиента, гостиничным предприятиям приходится придумывать массу дополнительных услуг. Однако ключевым фактором, влияющим на повышение загрузки отеля благодаря дополнительным услугам, безусловно, выступает качество обслуживания, зависящее в первую очередь от профессионализма персонала.

Список использованных источников

1. *Комаревцева Н.А.* Динамика развития гостиничной индустрии Краснодарского края / Н.А. Комаревцева, А.Г. Максименко, Э.Г. Саакова / Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2015.

2. *Максименко А.Г.* Формальности гостиничных услуг: учеб.-метод. компл. Краснодар, 2016.

3. Отель ВиллаМарина, г. Краснодар. URL: <http://villamarina-hotel.ru/>

4. Отель Мартон, г. Краснодар. URL: <http://hotel-marton.ru/oteli-krasnodara/>.

5. *Фролов Е.* Низкий сезон: повышение заполняемости // Гостиничное дело. 2017. №5–6.

6. *Шихова А.А.* Основные направления преодоления сезонности в сфере гостеприимства / А.А. Шихова, А.Г. Максименко / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2017.

КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРИБРЕЖНЫМИ ЗОНАМИ В ТУРИЗМЕ

*A. Critto^{1,2}, S. Torresan², E. Furlan^{1,2},
A. Sperotto^{1,2}, A. Marcomini^{1,2}*

RISK BASED DECISION SUPPORT TOOLS FOR CLIMATE CHANGE IMPACTS ASSESSMENT IN COASTAL AREAS

ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ РИСКОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА В ПРИБРЕЖНЫХ РАЙОНАХ

¹University Ca'Foscari of Venice, Venice, Italy;

*²Fondazione Centro Euro-Mediterraneo sui Cambiamenti Climatici,
Lecce, Italy*

Summary: Global climate change is expected to pose increasing environmental problems across different regions and sectors worldwide. The expected impacts at the coastal areas have grown in complexity due to the interaction of multiple sources of hazards (sea level rise inundation, increased storm surges, saltwater intrusion, sea water quality deterioration, land use changes), with potential cumulative effects on population, ecosystems and economic activities. A combination of vulnerability indicators, Geographical Information Systems (GIS), and Bayesian Belief Network (BN) methods have been implemented in the Decision Support System for Coastal Climate Change Impact Assessment (DESYCO), as supporting tool able to integrate and spatially represent the effect of multiple climate change impacts in coastal and marine areas. After a preliminary overview about the structure and software architecture of the tool, some example of its application across a range of real case studies will be presented in order to show the capabilities of the tool to aid decision making and climate proofing in a wide range of situations.

Key words: Climate change impacts, Coastal areas, Decision support tools, Risk assessment, Geographical information systems.

Introduction. Global climate change is expected to pose increasing environmental problems across different regions and sectors worldwide. The

expected impacts at the coastal areas have grown in complexity due to the interaction of multiple sources of hazards (sea level rise inundation, increased storm surges, saltwater intrusion, sea water quality deterioration, land use changes), with potential cumulative effects on population, ecosystems and economic activities.

Furthermore, climate change and the consequent variations in climatic conditions and sea level will not be uniform, but will assume specific regional or local characteristics. Regional and global perspectives on the potential impacts of climate change are required for a range of purposes, including communicating the likely implications of different climate change scenarios to a non specialist audience, and identifying regions where different combinations of adaptation strategies could be implemented [Nicholls et al., 1999].

Therefore, coastal resources and related environments particularly represent vulnerable environmental systems highly threatened by the potential impacts of climate-induced hazards such as more frequent inundation of low-lying areas, increased rates of coastal erosion, saltwater intrusion, accelerated sea level rise, higher water tables and higher extreme water levels that lead to coastal flooding. Moreover, rapidly growing population, urbanization and associated land use changes in coastal areas would exacerbate these issues and could potentially increase the environmental and anthropogenic risks calling for new integrated management challenges and adaptation strategies.

The European Community recognized that coastal zones are of great environmental, economic, social, cultural and recreational importance to Europe and recommended the implementation of Integrated Coastal Zone Management (ICZM) for the sustainable management of these systems, including the improvement of their resilience to deal with the impact of climate change.

Therefore, there is an increasing need to develop appropriate scientific methodologies based on an ecosystem approach considering multiple natural and anthropogenic impacts on different sectors (e.g. water, forestry, agriculture, urban development, environmental protection) across the land/sea (and freshwater and marine) interface.

Moreover, the large amount of climate, environmental and socio-economic data and information that needs to be handled requires innovative methodologies and tools to produce comprehensive and multi-hazard risk scenarios.

With the main aim to prioritize potential impacts, targets and areas at risk from climate change on coastal zones and related environments at the

regional scale, a spatial and environmental DEcision support SYstem for COastal climate change impact assessment (DESYCO)[Torresan et al., 2016] was developed within the Euro-Mediterranean Centre for Climate Change (CMCC, www.cmcc.it).

The core of DESYCO is a Regional Risk Assessment methodology (RRA) that allow to estimate the relative risks in the considered region, compare different impacts and stressors, rank targets and exposure units at risk from climate change, in order to support decision-makers in the design of adaptation strategies.

Finally, a combination of vulnerability indicators, Geographical Information Systems (GIS), and Bayesian Belief Network (BN) methods have been implemented in the DESYCO, as supporting tool able to integrate and spatially represent the effect of multiple climate change impacts in coastal and marine areas.

DESYCO. The proposed RRA methodology for the estimation of climate change impacts on coastal systems is defined as a risk assessment procedure which considers the presence of multiple habitats, multiple sources releasing a multiplicity of stressors impacting multiple endpoints [Landis, 2005]. Accordingly, the RRA approach concerns the use of MultiCriteria Decision Analysis (MCDA) in order to estimate the relative risks in the considered region, compare different impacts and stressors, rank targets and exposure units at risk, and select those risks that need to be investigated more thoroughly. The RRA methodology is part of a more comprehensive framework for climate change impact and risk assessment in coastal areas at the regional scale. The framework structure is composed of 3 main phases: the *Scenarios Construction* phase which is aimed at the definition of future climate scenarios for the examined case study area at the regional scale; the *Integrated impact and risk assessment phase* which is aimed at the prioritization of impacts, targets and affected areas at the regional scale; and the *Risk and impact management phase* which is devoted to support adaptation strategies for the reduction of the risks and impacts in the coastal zone.

The RRA framework and the RRA methodology are implemented in DESYCO in order: (i) to improve our understanding about the effects of climate change on coastal environments at the regional scale; (ii) to apply innovative interdisciplinary approaches and adequate methodologies for a sound assessment and communication of climate change-related-risks; and finally, (iii) to provide policy planners and decision makers with appropriate information to define adaptation strategies.

The main components of the tool are a geodatabase with bio-physical and socio-economic data for the investigated areas; multi-scale scenarios provided by numerical models simulations or time series analysis; a Relative Risk Model (RRM) for the application of the RRA methodology.

By providing multiple evaluation modules, the actual version of the DESYCO allows potential end users to implement single and cumulative impact assessment processes [Furlan et al., 2018], offering a wide range of functionalities to address risk assessment and management. In fact, the tool and its Graphical User Interfaces (GUI) closely follow the conceptual model of the RRA procedure, enabling potential end-user to perform the step by step assessment, varying input parameters, testing and comparing different combinations of scenarios, receptors and adaptation options.

DESYCO also includes a module that support the evaluation of the potential risk of loss or degradation of ecosystem services due to projected sea level rise inundation and storm surge hazards in coastal zones, in future climate change scenarios, providing a spatially-explicit risk index ranking coastal areas more prone to ecosystem services losses or degradation.

The main results of the RRA include: Exposure maps, representing the exposure to climatic changes against which a system operates; Vulnerability maps representing the spatial distribution of environmental and socio-economic vulnerability factors; Risk maps allowing the identification and prioritization of risks in the considered area; Damage maps providing a relative estimation of the potential social, economic and environmental losses.

The produced maps allow to establish relative priorities for intervention, to identify suitable areas for human settlements, infrastructures and economic activities, and provide a basis for coastal zoning land use planning and management.

Finally, from the maps some specific statistics and indexes can be calculated for key receptors in order to support decision makers and stakeholders in a deeper analysis of the estimated risks and damages.

So far the DSS was applied in a wide array of case studies [Pasini et al., 2012; Santoro et al., 2013; Iyalomhe et al., 2015; Rizzi et al., 2016a; Rizzi et al., 2016b], characterized by different geographical features and environmental issues as well as planning and management needs, often linked to specific European and national regulatory requirements (e.g. terrestrial coastal environment, shoreline planning, land use and water resource management, flood risk reduction, ecosystem services evaluation).

References

1. *Furlan E.* Spatially explicit risk approach for multi-hazard assessment and management in marine environment: The case study of the Adriatic Sea / E. Furlan, S. Torresan, A. Critto, A. Marcomini / Science of the Total Environment. 2018. 618.
2. *Iyalomhe F.* Regional Risk Assessment for climate change impacts on coastal aquifers / F. Iyalomhe, J. Rizzi, S. Pasini, S. Torresan, A. Critto, A. Marcomini / Science of the Total Environment. 2015. 537.
3. *Landis W.G.* Regional scale ecological risk assessment: Using the relative risk model. Edited by W.G. Landis, CRC PRESS. 2005.
4. *Nicholls R.J.* Increasing flood risk and wetland losses due to global sea-level rise: regional and global analyses / R.J. Nicholls, F.M.J. Hoozemans, M. Marchand / Global Environmental Change. 1999. №9.
5. *Pasini S.* Climate change impact assessment in Veneto and Friuli Plain groundwater. Part II: A spatially resolved regional risk assessment / S. Pasini, S. Torresan, J. Rizzi, A. Zabeo, A. Critto, A. Marcomini / Science of the Total Environment. 2012. 440.
6. *Rizzi J.* Regional Risk Assessment addressing the impacts of climate change in the coastal area of the Gulf of Gabes (Tunisia) / J. Rizzi, V. Gallina, S. Torresan, A. Critto, S. Gana, A. Marcomini / Sustainability Science. 2016. 11(3).
7. *Rizzi J.* Climate change impacts on marine water quality: The case study of the Northern Adriatic sea / J. Rizzi, S. Torresan, A. Critto, A. Zabeo, D. Brigolin, S. Carniel, R. Pastres, A. Marcomini / Marine Pollution Bulletin. 2016. 102.
8. *Santoro F.* Involve to improve: a participatory approach for a Decision Support System for coastal climate change impact assessment. The North Adriatic case / F. Santoro, M. Tonino, S. Torresan, A. Critto, A. Marcomini / Ocean and Coastal Management. 2013. V. 78.
9. *Torresan S.* DESYCO: A decision support system for the regional risk assessment of climate change impacts in coastal zones / S. Torresan, A. Critto, J. Rizzi, A. Zabeo, E. Furlan, A. Marcomini / Ocean Coast. Manag. 2016. V. 120.

*Л.А. Анисимов¹, О.В. Панина²,
О.Л. Донцова²*

ЭКОЛОГО-ГЕОЛОГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ПРИБРЕЖНОЙ ЧАСТИ ЦЕМЕССКОЙ БУХТЫ

*¹Волгоградский государственный
технический университет;*

²Кубанский государственный университет

Summary: Due to the increased anthropogenic load on the geological environment of coastal cities, it is necessary to pay close attention to environmental tourism. Its effectiveness, first of all, depends on the use of a variety of forms and methods in excursion activities, which should activate the ecological consciousness.

Key words: ecological tourism, Tsemess Bay, geological and local history objects, natural and technical system, lecture-seminar, ecological excursions, ecological path.

В настоящее время в связи с возросшей антропогенной нагрузкой на геологическую среду прибрежных городов необходимо уделять пристальное внимание экологическому туризму. Его эффективность, прежде всего, зависит от применения разнообразных форм и методов в экскурсионной деятельности, которые должны активизировать экологическое сознание. Авторами настоящего исследования на примере конкретного административного района была проведена инвентаризация геолого-краеведческих объектов, которая несет в себе функции экологического туризма. Так, в районе Новороссийска к таким объектам были отнесены: прибрежная часть Широкой Балки, урочище Сухая Щель с его русловыми участками, гидрографическая сеть реки Дюрсо, природно-техническая система Новороссийского Морского порта, береговая зона Черного моря от центральной части города до Суджукской косы, карьеры добычи мергеля.

Экологический туризм обладает широким арсеналом средств. Применительно к изучаемой территории авторами были выделены его различные формы: лекции-семинары, полевые исследования, экологические игры, экологические тропы, экологические акции и др. Их можно разделить как аудиторные и внеаудиторные [Донцова О.Л., 2004].

Лекция-семинар – форма которой является создание проблемной ситуации. Примером может служить обзорная лекция, посвященная

экологическим аспектам защиты природно-технической системы Цемесской бухты. После ознакомления с основными понятиями о загрязнении природной среды, лектор переходит к рассмотрению основных направлений решения данного экологического вопроса: 1) анализу состояния изученности техногенных загрязнений акватории и береговой линии Цемесской бухты Черного моря, выбору объектов и направления научных исследований по тематике лекции; 2) обоснованию модели организации природно-технической системы Цемесской бухты Черного моря; 3) исследованию закономерностей распространения и деструкции нефтяных разливов на акватории Цемесской бухты в зависимости от типовых гидрометеорологических, гидрологических и геологических условий; 4) оценке эколого-геологических особенностей природно-технической системы Цемесской бухты при углеводородных загрязнениях; 6) определению ущерба природно-технической системе акватории при антропогенном загрязнении углеводородами и обоснованию берегозащитных мероприятий при устранении углеводородных загрязнений на изучаемой территории [Панина О.В., 2007].

Полевые исследования являются частью изучения геологической среды, которые позволяют приблизиться к конкретным природным условиям и являются одним из эффективных инструментов при реализации экологического туризма.

Экологические экскурсии углубляют и расширяют теоретический материал, конкретизируют экологические проблемы непосредственно на территории. Во время экскурсии прививаются навыки наблюдения за изменениями природной среды, выявления экологических проблем и путей их решения.

Экологические тропы являются одной из массовых форм экологического туризма. Тропы прокладываются в живописных уголках природы, на территории памятников природы. Так, район города Новороссийска включен в состав Западно-Кавказской экологической тропы, которая состоит из нескольких взаимосвязанных участков. В целях экологического туризма авторы статьи предлагают следующие полевые маршруты по известным на сегодняшний день экологическим тропам: 1) Маркотхский хр. от памятника Затопленным кораблям на шоссе «Дон» на северной границе г. Геленджика до отрогов Маркотхского хребта, далее по хребту до поворота на перевал Бабича (22 км); 2) Круг Бабича. Маркотхский хребет, перевал Бабича, Коцехурский хребет, г. Острая (629 м). Спуск по дороге к пер. Бабича, подъем по заброшенной дороге на Коцехурский хребет, далее по дороге вдоль хребта до г. Острой (12 км); 3) Хр. Коцехур, г. Геленджик (921 м); 4) Г. Шарик (911 м), хр. Шевченко, хр. Каменистые Шпили; 5) Папайский перевал (386 м), г. Папай (818 м), г. Пшада, вершина

660 м, хр. Воровской; 6) (Геленджикский район) хр. Вал, г. Б. Афипс до г. Почепсухи (Туапсинский район).

Экологическая тропа может включать разные виды информации: познавательную (элементы естественного ландшафта, объекты растительного и животного мира) и просветительско-предписывающую (схемы, аншлаги, указатели с правилами и рекомендациями).

Важным условием создания и пользования тропой является правильный выбор объектов и комплексов, сюда могут войти: 1) геологические – обнажения, осыпи, карьеры и т.п.; 2) геоморфологические – эрозионные формы, оползневой рельеф, антропогенные формы рельефа и т.п.; 3) гидрологические – речки, озера, родники и т.п.; 4) ботанические – типичные растения местной флоры; 5) почвенные – разрезы типов почв и их характеристика; 6) зоологические – животные и следы их жизнедеятельности; 7) ландшафты естественные и антропогенные; 8) исторические – древние постройки, архитектурные памятники и т.д.; 9) специально созданные объекты и экспозиции, например, палеонтологическая выставка [Брылев В.А., 2000].

К сожалению, в настоящее время вышеперечисленные мероприятия являются разрозненными, они не объединены общей концепцией развития и вовлечения все большего количества участников. Причина тому – отсутствие стратегии или программы действий по формированию экологического туризма и культуры населения. Недостаточно внимания уделяется работе с различными категориями специалистов и руководителями предприятий и организаций. В связи с этим крайне необходимо создание базы экологического туризма, которая должна решать следующие задачи:

– подготовка квалифицированных специалистов в области экологического туризма, которые занимались просветительской работой и их методическое обеспечение;

– усиление роли нравственно-этических аспектов отношения к природе в содержании экскурсионной программы.

Список использованных источников

1. *Брылев В.А.* Особо охраняемые природные территории / В.А. Брылев, А.Ю. Сагалаев. Волгоград, 2000.

2. *Донцова О.Л.* Системный подход к изучению овражно-балочной сети г. Волгограда: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук // ВолгАСУ. Волгоград 2004.

3. *Панина О.В.* Моделирование и пути устранения углеводородного загрязнения природно-технической системы Цемесской бухты Черного моря: автореф. дис... канд. геол.-минер. наук. Ростов н/Д., 2007.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕПЛО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ

Кубанский государственный университет

Summary: The impact assessment of the Municipal Unitary Enterprise Sochiteploenergo on the environment was assessed. The categories of danger of the boiler houses of Sochiteploenergo are determined. Calculation of payment for negative impact on water bodies is carried out.

Key words: categories of danger, impact assessment on the environment.

На сегодняшний день Сочи является самым крупным курортным городом России, важным транспортным узлом, а также крупным экономическим и культурным центром черноморского побережья России и роль воздействия тепло-энергетического комплекса имеет огромное влияние на благосостояние прилегающей территории.

МУП «Сочитеплоэнерго» (СТЭ) на рынке теплоснабжения города является монополистом. Цель данной работы: оценить воздействие СТЭ на окружающую среду. В задачи исследования входило определение категории опасности котельных МУП «Сочитеплоэнерго», и платы за негативное воздействие на водные объекты.

Категория опасности присваивается предприятию в зависимости от массы и видового состава выбрасываемых в атмосферу загрязняющих веществ в соответствии с таблицей 1 по значению коэффициента КОП:

$$КОП = \sum_{i=1}^m КОВ_i = \sum_{i=1}^m \left(\frac{M_i}{ПДК_i} \right)^{\alpha_i},$$

где m – количество загрязняющих веществ, выбрасываемых предприятием; $КОВ_i$ – категория опасности i -го вещества; M_i – масса выбрасываемого вещества, мг/с; $ПДК_i$ – среднесуточная предельно допустимая концентрация данного вещества, мг/м³; α_i – коэффициент, зависящий от класса опасности данного вещества (Табл. 1) [Болотин С.Н., 2013].

Теплоэнергетика города-курорта Сочи представлена 68 городскими котельными. Из них 37 работают на природном газе, 4 – на сжиженном углеводородном газе, 18 – на угле, 4 – на мазуте, 2 – на

печном топливе, 3 – на дизельном топливе. Перевод котельных района на природный газ значительно снизил количество загрязняющих атмосферу выбросов.

Табл. 1 – Категория опасности предприятия

Значение коэффициента КОП	Категория опасности предприятия
$\geq 31,7 \cdot 10^6$	1
$31,7 \cdot 10^6 > \text{КОП} \geq 31,7 \cdot 10^4$	2
$31,7 \cdot 10^4 > \text{КОП} \geq 31,7 \cdot 10^3$	3
$< 31,7 \cdot 10^3$	4

Табл. 2 – значение коэффициента α_i

Класс опасности веществ	1	2	3	4
Коэффициент α_i	1,7	1,3	1,0	0,9

Территория Большого Сочи разделена на 4 района: Адлерский, Хостинский, Центральный и Лазаревский. В данной работе для полноты исследования были взяты данные по 1 котельной из каждого района. Данные котельные относятся к среднему и низкому уровням опасности предприятий, из чего следует небольшое влияние на окружающую среду города Сочи (Табл. 3).

Табл. 3 – Категории опасности котельных

Номер котельной	Топливо	Значение КОП, м ³ /с	Категория опасности предприятия
Котельная №12	уголь	142113,645	3
Котельная №15	сжиженный газ	9235,6113	4
Котельная №17	природный газ, мазут	103405,307	3
Котельная №25	дизельное топливо	18423,255	4

Таким образом, теплоэнергетика города-курорта Сочи является важным, но не первостепенным видом источника загрязнения окружающей среды. Основными веществами, выбрасываемыми в атмосферный воздух являются диоксид азота, оксид азота, оксид углерода, бенз/а/пирен и мазутная зола электростанций.

Для рассмотрения влияния теплоэнергетических предприятий на водные объекты воспользуемся данными расчета платы за НВОС котельных №1 и №2 (Табл. 4). Всего за 2016 г. в водные объекты было

сброшено 0,17961 т и 0,26628 т загрязняющих веществ соответственно [Технический отчет ..., 2017]. Основные вещества, сбрасываемые котельными в водные объекты: железо, магний-катион, сульфат-ион, хлорид-анион, нефть и нефтепродукты, взвешенные вещества, кальций-катион, натрий-катион.

Табл. 4 – Расчет суммы платы по объекту негативного воздействия на водные объекты за 2016 г.

Наименование вещества	Фактич. сброс вредного вещества в водные объекты, т		Коэф. к норм. платы в предел. устан. лимита	НДС	Сумма платы, всего, руб.	
	Кот. № 1	Кот. № 2			Кот. №1	Кот. №2
Железо	0,000314	0,00017	25	0	79,12	46,02
Магний-катион	0,022913	0,00798	25	0	15,69	5,48
Сульфат-ион	0,069859	0,13557	25	0	22,99	33,94
Хлорид-ион	0,02401	0,03249	25	0	3,25	3,59
Нефть и нефтепродукты	0,000148	0,00017	25	0	115,77	98,76
Взвешенные вещества	0,009072	0,01391	25	0	374	544,31
Кальций катион	0,03466	0,04679	25	0	3,07	7,02
Натрий катион	0,019233	0,01715	25	0	7,56	8,32
ИТОГО:	0,17961	0,26628			621,45	747,44

Все вещества сбрасываются сверх установленного лимита, при этом суммы платы предприятий составляют 621,45 и 747,44 руб. Можно сделать вывод, что МУП «Сочитеплоэнерго» намного выгоднее платить сверхлимитно, чем иметь разрешение на сброс загрязняющих веществ в водные объекты в форме проектно-нормативного документа: «Норматив(ы) допустимых сбросов», разработка которого стоит несколько десятков тысяч рублей.

Список использованных источников

1. *Болотин С.Н.* Методы оценки экологической безопасности: методическое пособие. Краснодар, 2013.
2. Технический отчет МУП г. Сочи «Сочитеплоэнерго». Сочи, 2017.

**ПОБЕРЕЖЬЕ АЗОВСКОГО МОРЯ
В СТРУКТУРЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО
КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

*¹Кубанский государственный университет;
²ДДЦ «Детвора»*

Summary: The Azov sea coast is a perspective region of the Russian Federation (Krasnodar region) which possesses unique recreational opportunities. The beaches of the Azov Sea are impartially main recreational resources attracting tourists now. On the whole, currently the resource potential of the territory of the Pre-Azovian recreational zone distributes to the development of the beach and swimming, sport and extreme and agri-ethnographic kinds of tourism. In our point of view in the development of the tourist recreational complex of the Azov Sea coast attention should be paid to the increase of culturally cognitive component of the recreation activity.

Key words: The Azov sea, Krasnodar region, Pre-Azovian recreational zone, tourism, tourist recreational complex, coast.

Азовское побережье в пределах Краснодарского края всегда уступало по популярности Черноморскому побережью. Побережье Азовского моря – перспективный район Краснодарского края, который обладает уникальными рекреационными возможностями. На побережье и его многочисленных косах, полуостровах расположены песчаные и ракушечные пляжи, а в прилегающих лиманах, озерах и заливах сконцентрированы большие запасы лечебных илов и грязей, есть также источники минеральных вод [Волкова Т.А., Мищенко А.А., 2016]. Побережье Азовского моря – идеальное место для отдыха с детьми. Море мелкое и теплое, температура воды в нем в течение всего летнего сезона выше черноморской. Летний сезон на Азовском побережье открывается в середине мая. Мелководье и низкое содержание солей позволяет быстрее прогреть морскую воду и тем самым удлинить курортный сезон. Так как средняя продолжительность солнечного времени в году 320 дней, а море неглубокое, вода, особенно в прибрежных лагунах, прогревается очень быстро. Уже в середине мая температура воды достигает 20–22⁰С, а в июне и июле –

26–26⁰С. Длится высокий сезон на Азовском побережье более пяти месяцев и закрывается в середине сентября. Самые популярные курорты Азовского моря – это Ейск, Темрюк, станицы Голубицкая, Должанская, Тамань, поселки Веселовка, Сенной, Пересыпь, За Родину, Кучугуры, с. Глафировка [Волкова Т.А., Мищенко А.А., 2016]. За последние несколько лет Азовское побережье Краснодарского края демонстрирует значительные улучшения показателей развития. Это во многом связано с политикой перераспределения туристских потоков, практикуемой Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края.

Удельный вес Приазовского рекреационного района в общей площади края составляет 10,9%. Рекреационная емкость территории составляет 2,5–3,0 млн чел. [Кошутина А.А., 2015]. Вместимость коллективных средств размещения по сравнению с краевыми показателями весьма невелика. Но необходимо учитывать то, что при сборе официальных статистических данных учитываются не все средства размещения: не учтены индивидуальные средства размещения, количество которых в разы превышает количество коллективных средств размещения, и соответственно их вместимость. В наше время среди муниципальных районов в пределах Азовского побережья Краснодарского края лидирующее положение занимает Темрюкский район (омывается двумя морями) [Волкова Т.А. и др., 2017]. Развитие рекреации в Темрюкском районе может обеспечить существенный рост розничной торговли и платных услуг за счет увеличения туристских расходов. Но рекреационные учреждения Темрюкского района представлены в основном базами отдыха и рассчитаны на сезонное функционирование в теплое время года. Наиболее перспективным из остальных, на наш взгляд, является Ейский район, обладающий значительным потенциалом и ориентирующийся на самостоятельных туристов из других регионов России: отдыхать сюда приезжают из Ростовской области, Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и многих других регионов России. Наиболее сильные позиции для развития туристско-рекреационной деятельности в пределах муниципального района имеют город Ейск и станица Должанская. Из всех курортов Ейского района ст. Должанская является одной из территорий наиболее перспективных и благоприятных для развития санаторно-курортного комплекса. Пляжи Азовского побережья сейчас объективно являются основным рекреационным ресурсом, привлекающим туристов [Волкова Т.А. и др., 2017]. В Краснодарском крае проводится работа по

классификации пляжей. Пляжи Азовского побережья Краснодарского края, прошедшие классификацию, представлены в таблице 1.

Результаты классификации пляжей Азовского побережья Краснодарского края отражают территориальную разделённость Приазовской рекреационной зоны: на данный момент можно говорить о двух основных развитых районах пляжно-купального отдыха – Ейский и Темрюкский районы.

Табл. 1 – Пляжи Азовского побережья Краснодарского края, прошедшие классификацию на 01.11.2017 г. (сост. авторами по <http://min.kurortkuban.ru>)

Район	Наименование	Категория
Ейский район	Пляж семейного курорта «Казачий берег»	третья категория
Темрюкский район	Пляж оздоровительного центра «Бриз» оздоровительного объединения «Золотые пески ЦБ РФ»	первая категория
Темрюкский район	Пляж общества с ограниченной ответственностью «Золотой пляж»	третья категория

Тенденции развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края позволяют говорить о том, что в ближайшее время количество рекреантов, посещающих Приазовскую рекреационную зону значительно возрастёт. Поэтому, для того чтобы повышения качества отдыха и сохранения уникального природного потенциала территории необходимо решение следующих задач: улучшение транспортной доступности курортов, повышение доступности пляжей, решение проблем в сфере средств размещения, расширение ассортимента дополнительных рекреационных услуг.

В целом, на данный момент ресурсный потенциал территории Приазовской рекреационной зоны способствует развитию пляжно-купального, экстремально-спортивного и агро-этнографического видов туризма. На наш взгляд при развитии туристско-рекреационного комплекса побережья Азовского моря стоит обратить внимание на увеличение культурно-познавательной составляющей рекреационной деятельности. Развитие сети экскурсионных маршрутов (радиальных), создание культурно-познавательных достопримечательностей позволит привлечь туристов за счет диверсификации предложений по

времяпровождению, увеличить средние сроки пребывания туристов на территории курортов, а также более равномерно распределить потоки отдыхающих во времени и пространстве – т.е. позволит в какой-то мере снизить нагрузку на пляжную зону курортов.

Опубликовано при поддержке ОГОН РФФИ и администрации Краснодарского края, проекты: «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р); «Трансформация природно-территориального комплекса косы Долгая в условиях изменения климата и роста антропогенных нагрузок» № 16-45-230321 р_а

Список использованных источников

1. Волкова Т.А., Пляжи Черноморского побережья как основа туристско-рекреационного использования прибрежной зоны Краснодарского края / Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, А.А. Филобок / Вестн. Национальной академии туризма. 2017. №3 (43).

2. Волкова Т.А. Коса Долгая в структуре хозяйственного потенциала ТРК Ейского района Краснодарского края / Т.А. Волкова, А.А. Мищенко / Естественные и технические науки. 2016. №12(102).

3. Волкова Т.А. Прибрежные геосистемы в пространстве и времени: по материалам Краснодарского края: монография / Т.А. Волкова, А.А. Мищенко, Ю.О. Антипцева, Д.А. Липилин. Краснодар, 2017.

4. Ковалева М.А. Потенциал Азовского побережья Краснодарского края в аспекте туристско-рекреационного использования / М.А. Ковалева, Э.А. Рыживолова, А.Г. Максименко / Развитие регионов в XXI в.: матер. II Междунар. науч. конф. Владикавказ, 2017.

5. Кошутина А.А. Анализ качества отдыха приазовской рекреационной зоны / Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2015.

**РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА АЗОВСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ:
ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ СЕЗОННОСТИ**

Кубанский государственный университет

Summary: The article is devoted to the study of the influence of natural and resource potential of the Azov Sea coast of Krasnodar region on the development of seasonal recreation.

Key words: natural-resource potential, Azov coast, Krasnodar region, seasonal recreational activities.

Территория Азовского побережья Краснодарского края распространена от границы Краснодарского края с Ростовской областью до мыса Тузла в Керченском проливе.

Практически все побережье Азовского моря обладает разнообразными рекреационными ресурсами, среди которых особое значение имеют ландшафты, водные ресурсы, климат и биоклимат, гидроминеральные ресурсы и особо охраняемые природные территории. Азовское побережье Краснодарского края туристы ценят за его чистоту и естественность природы, за очень хороший климат, особенно для маленьких детей.

Особенности рекреационного потенциала побережья Азовского моря Краснодарского края позволяют выделить следующие перспективные направления сезонных видов туризма для развития в регионе:

– лечебно-оздоровительный, что обусловлено наличием на Азовском море санаториев, пансионатов, баз отдыха и детских оздоровительных лагерей;

– бальнеологический – основан на использовании природных лечебных грязей, минеральных хлоридно-натриевых, йодо-бромных и бромных вод;

– спортивный отдых основан на водных видах спорта: виндсерфинг и парусный спорт, прогулки на яхтах и катерах;

– охотничий и рыболовный отдых основан на использовании ресурсов охотничьих угодий, рыболовных угодий;

– пляжный туризм;

– экскурсионно-познавательный, базирующийся на мощном историко-культурном потенциале территории;

– этнографический – основан на знакомстве с бытом и культурой казаков [Коновалова А.В., 2017].

Все перечисленные выше перспективные туристские направления очень зависимы от сезонов года. Авторами была составлена таблица наиболее эффективного развития отдельных видов туризма в зависимости от сезона года (Табл. 1).

Табл. 1 – Распределение отдельных видов туризма по сезонам

<i>Вид отдыха</i>	<i>Весна</i>	<i>Лето</i>	<i>Осень</i>	<i>Зима</i>
Пляжный	+	+++	++	-
Лечебно-оздоровительный	+	+++	++	+
Бальнеологический	+	+++	++	+
Спортивный	+	+++	++	-
Охота	++	+	++	+
Рыбалка	++	+	++	+

Примечания:

+ условия благоприятны в течение месяца

++ условия благоприятны в течение 2 месяцев

+++ условия благоприятны в течение сезона

- неблагоприятные условия

Так, лечебно-оздоровительный и бальнеологический отдых на побережье Азовского моря Краснодарского края возможны круглый год. Однако, лечебно-оздоровительный отдых наиболее благоприятен летом, бальнеологический – межсезонье (конец лета - начало осени).

Спортивный отдых на воде также популярен в регионе, и наиболее благоприятен в период с мая по октябрь.

Отдых с целью охоты и рыбалки популярен весной и осенью, когда разрешается хозяйственная деятельность на территориях ООПТ. В регионе имеются охотничьи и рыболовные базы, в том числе с искусственно разведенной дичью и рыбой. Имеется возможность заняться не только речной и озерной, но и морской рыбалкой, долгое время Азовское море считалось самым продуктивным морем в мире. Однако в последнее время его потенциал резко подорван.

Особое значение на территории Азовское побережье Краснодарского края имеет пляжный отдых, что предопределено

обилием песочных пляжей. Этот вид отдыха наиболее популярен в период купального сезона - с мая по октябрь.

Таким образом, полностью избавиться от влияния фактора сезонности для всех видов туризма не представляется возможным. Поэтому необходимо оптимизировать функционирование различных видов туризма, которые позволят сгладить колебания потоков отдыхающих по сезонам. В случае с «мертвыми сезонами» предлагается сделать акцент на развитии аграрного (сельского), этнографического, историко-культурного, научно-конгрессного и других видов туризма, не зависящих от погодных и климатических условий [Коновалова А.В., 2016].

Рекомендуется развивать также экологический туризм, основанный на посещении памятников природы, особо охраняемых природных территорий на протяжении всего года.

Еще один из вариантов развития рекреации на Азовском побережье Краснодарского края – это развитие объектов детского отдыха, работающих круглый год. Так можно распределить поток туристов по всему году, а не только на летний период. В санаториях смогут поправлять здоровье и одновременно учиться больше детей из северных регионов страны, а также ближнего зарубежья. Этот вид рекреации будет популярен еще и потому, что большая часть территории находится под влиянием суровой зимы и прохладного лета.

До настоящего времени особое значение для региона имел игорный туризм, базирующийся на игорной зоне «Азов-Сити» (Щербиновский район, Краснодарский край). Однако, после открытия другой игорной зоны – «Сочи казино и курорт» (Красная Поляна, Краснодарский край) формально в крае стало функционировать две игорных зоны. В федеральном законе №244 об игорных зонах, говорится, что в одном регионе РФ может быть только одна игорная зона, в связи с этим Правительством РФ было принято решение о закрытии «Азов-Сити» до конца 2018 г. [Словарь географических названий, 2017].

Кроме сезонности, в регионе существует ряд проблем, сдерживающих развитие отдельных видов туризма:

- неразвитость инфраструктуры, которая в последнее время развивается за счет небольших частных гостиниц и отелей;
- острая нехватка квалифицированных кадров сфере обслуживания, туризма и экскурсионного дела;

– недостаточное внимание к развитию культурного и природного наследия края, его индивидуальности, что делает его мало привлекательным для туризма;

– близость Черноморского побережья – наиболее развитой курортной и туристической зоны России, куда направляются основные массы туристов.

Успешное развитие сезонных видов отдыха, а следовательно, массовое привлечение потенциальных туристов зависит от действий, направленных на сохранение культурных, исторических и природных ресурсов местности. Реализация программы по использованию историко-культурного и природного потенциала региона в целях туризма решит одну из важнейших проблем – проблему сезонного колебания числа отдыхающих – путем предложения разнообразных форм межсезонного отдыха, которые предполагают использование элементов культуры.

Список использованных источников

1. *Коновалова А.В.* Развитие сезонных видов отдыха на Азовском побережье Краснодарского края / А.В. Коновалова, А.А. Кармаченко, А.А. Устьян // Матер. 3-го круглого стола, посвященного памяти д-ра геогр. наук, проф. Ю.В. Поросенкова / отв. ред. Н.В. Яковенко. Махачкала, 2017.

2. *Коновалова А.В.* Природно-ресурсный потенциал Азовского побережья Краснодарского края как фактор развития сезонных видов отдыха / А.В. Коновалова, В.В. Миненкова, Д.В. Сидорова // Технологический форсайт 2.0: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых / отв. ред. В.А. Бордовский. Краснодар, 2016.

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

К ВОПРОСУ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ УГОДИЙ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ РОССИИ

*Кубанский государственный технологический университет,
Новороссийский институт*

Экологическая безопасность является одним из конкурентных преимуществ сельскохозяйственной продукции, выращиваемой на территории Российской Федерации, особенно в условиях наращивания объемов ее производства. При развитии курортных территорий формирование экологически безопасных сельскохозяйственных угодий может быть одним из направлений агротуризма. Накопление тяжелых металлов в результате антропогенных или природных процессов способствует формированию повышенных концентраций элементов в почвах и, потенциально, в выращиваемой сельскохозяйственной продукции.

К настоящему моменту в гумусовом горизонте почв полеводческих ландшафтов с однолетними культурами (богарные пашни) Черноморского побережья увеличены относительно кларка для почв (Ронов А.Б., Ярошевский А.А.) фоновые концентрации Cu в 2,1–5,1 раза, Zn в 1,9–2,4 раза, Pb в 1,8–2,9 раза, Mo в 2–2,7 раза, Ba 1,3–2,2 раза, Co 2–5,2 раза, Ni в 2,7–4,1 раза, Ti в 1,3–1,6 раза, Sn – в 5,0–5,9 раза, Cr – в 1,7–2,5 раза и V в 1,3–2,2 раза. На территории ландшафтов садов и виноградников в гумусовом горизонте почв сформированы повышенные (относительно кларка для почв) фоновые концентрации Cu в 2,8–5, раза, Zn в 1,8–2,3 раза, Pb в 2,4–2,9 раза, Ba в 1,2–1,7 раза, Co в 2,3–3,2 раза, Ni в 2,4–4,1 раза, V в 1,2–2,2 раза, Ti в 1,3–1,4 раза, Sn в 5,3–6, раза и Cr в 1,8–2,1 раза [Дьяченко В.В., Дьяченко Л.Г и др., 2016].

Оценка геохимических изменений, связанных с трансформацией природных ландшафтов в сельскохозяйственные, проведена с использованием показателей абсолютного (ПАН) и относительного (ПОН) накопления химических элементов [Алексеев В.А., 2001].

Рассчитанные ПАН показали, что в верхнем горизонте почв (30 см) ландшафтов с однолетними культурами сверх кларка накопилось Ti от 240 до 540 т/км²; Mn от 19 до 530 т/км²; Ba от 80 до

800 т/км²; Zn от 27 до 54 т/км²; V от 6 до 60 т/км²; Cu от 15 до 35 т/км²; Pb от 15 до 28 т/км²; Co от 5 до 22 т/км²; Ni от 5 до 25 т/км²; Mo от 0,7 до 3 т/км². В почвах садов и виноградников в верхнем горизонте почв (30 см) сверх кларка накопилось Ti от 40 до 500 т/км²; Mn от 270 до 442 т/км²; Ba от 72 до 137 т/км²; Zn от 33 до 56 т/км²; V от 6 до 22 т/км²; Cu от 41 до 58 т/км²; Pb от 17 до 23 т/км²; Co 6–7 т/км²; Ni 1–2 т/км²; Mo от 1 до 7 т/км² [Дьяченко В.В., Матасова И.Ю., 2015].

Для изучения динамики выноса и накопления элементов в почвах Черноморского побережья при трансформации биогенных ландшафтов в сельскохозяйственные угодья (богарные пашни, сады, виноградники) в качестве исходного природного ландшафта рассмотрен широко распространенный на побережье трансэлювиальный ландшафт лиственных лесов с гидрокарбонатно-кальциевым классом водной миграции в гумусовом горизонте почв, развитый над карбонатно-терригенными отложениями мел-палеогенового возраста. Для исходного природного ландшафта лиственных лесов характерны повышенные (относительно кларка) фоновые концентрации в верхнем гумусовом горизонте почв Cu, Zn, Pb, Sn, Mo, Ba, Co, Ni, Ti, V, Cr, Mn, Sr.

При замене рассматриваемого природного ландшафта на ландшафт богарных пашен в гумусовом горизонте почв увеличилось содержание Sr, Mo, Ag, Ni, Ba, Pb, Sn. В результате этого сверх природного фона в верхнем почвенном горизонте (30 см) на 1 км² накопилось Sr – 58 т, Mo – 1 т, Ag – 0,03 т, Ni – 3 т, Ba – 140 т, Pb – 4 т и Sn – 3 т. Следствием развития данного вида сельскохозяйственной деятельности стало снижение концентрации Mn ($t=2,0$ при $t_{\text{крит.}}=1,96$) и Ti ($t=8,3$) в почвах ландшафта в 1,3–1,5 раза по сравнению с почвами исходного природного ландшафта.

Использование ПОН позволило дать сравнительную характеристику преимущественного накопления элементов в гумусовом горизонте почв рассматриваемого сельскохозяйственного ландшафта. Наиболее интенсивно в гумусовом горизонте почв ландшафта накапливается Mo, а наиболее интенсивно выносятся Ti и Mn. При замене биогенного ландшафта лиственных лесов на ландшафт виноградников в гумусовом горизонте почв увеличилась концентрация Sr, Cu и Ba. Сверх природного фона на каждом квадратном километре ландшафта виноградников в верхнем слое почвы (30 см) накопилось Sr – 376 т, Cu – 22 т, Ba – 103 т. Концентрация Sn ($t=3,3$ при $t_{\text{крит.}}=1,96$), Pb ($t=5,8$), V ($t=2,8$), Cr ($t=3,6$), Mn ($t=2,4$) и Ti ($t=16,7$) в верхнем почвенном горизонте снизилась в 1,2–1,3 раза.

Показатель относительного накопления (ПОН) показал, что наиболее интенсивно в гумусовом горизонте почв ландшафта виноградников накапливаются Sr и Cu, и наиболее интенсивно выносятся Pb, Cr, Mn и Ti.

При замене природного ландшафта лесов на ландшафт садов произошло увеличение фоновой концентрации в гумусовом горизонте почв Cu, Ni и Sr. Сверх фона в верхнем 30-сантиметровом слое почвы ландшафта накопилось около 4–200 т рассматриваемых элементов. Концентрация Ti ($t=5,4$ при $t_{\text{крит.}}=1,96$) в результате преобразования ландшафта лиственных лесов в ландшафт садов снизилась в 1,2 раза.

При замене биогенного ландшафта лиственных лесов на ландшафт садов в гумусовом горизонте почв усиливается накопление (с учетом рассчитанного ПОН) Cu и Sr, и уменьшению концентрации в гумусовом горизонте Ti.

Замена биогенных ландшафтов на сельскохозяйственные (пашни, сады, виноградники) привела к существенным эколого-геохимическим преобразованиям на исследуемой территории. Сложившаяся методика земледелия привела к формированию тенденции обогащения почв агроландшафтов Sr, Ag, Pb, Mo, Ba.

Список использованных источников

1. Дьяченко В.В. Ландшафтно-геохимические модели географической дифференциации и техногенной трансформации биогеоценозов Краснодарского края для мониторинга и оценки состояния окружающей среды (заключительный): отчет о НИР № 13-05-96514 р_юг_а. Российский фонд фундаментальных исследований и Министерство образования и науки Краснодарского края / В.В. Дьяченко, Л.Г. Дьяченко, Е.А. Камбарова, И.Ю. Матасова. 2016.
2. Алексеенко В.А. Экологическая геохимия. М., 2001.
3. Дьяченко В.В. Загрязнение и динамика микроэлементов в почвах юга России / В.В. Дьяченко, И.Ю. Матасова // Геоэкология, инженерная геология, гидрогеология, геокриология. 2015. №4.

**ПРЕДПОСЫЛКИ И НАПРАВЛЕНИЯ
РАЗВИТИЯ ТРАНЗИТНОГО ТУРИЗМА
В ПРИАЗОВСКОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Ямальский многопрофильный колледж

Summary: Perspective influence of transit tourism on development of tourist infrastructure in the Azov recreational area is shown in article.

Key words: passing-through tourism, tourist autocluster.

Туризм не возможен без территориальных перемещений. С давних времен люди перемещаются с одной территории на другую с разными целями: смена места жительства, торговля, реже путешествия и др. Для этого сначала использовались гужевые повозки, затем автотранспорт, на современном этапе авиатранспорт.

Но самым мобильным видом передвижения остался автомобильный транспорт, позволяющий определять путешественнику маршрут следования, места остановок и время в пути. В результате чего стихийно начал развиваться транзитный туризм.

Особенностями транзитного туризма являются его кратковременность, обязательное наличие придорожной инфраструктуры и тесная связь с другими видами туризма, в первую очередь с познавательным.

По определению, транзитным туристом (как и экскурсант) является путешественник, посещающий местность или страну на срок не более чем 24 часа. Однако при наличии благоприятных условий, как, например, развитая инфраструктура, достопримечательности, транзитный турист может задержаться, либо следующий раз выбрать эту территорию в качестве конечной цели путешествия.

Но на сегодняшний день, транзитный туризм в России – не сформировавшееся явление, соответственно, ни кем не контролируемое и не приносящее доходов. Наиболее важным условием для развития транзитного туризма в Краснодарском крае является густая дорожная сеть и то, что основные магистрали, связывают между собой важнейшие туристские объекты.

Приазовская рекреационная зона имеет хороший потенциал для развития транзитного туризма. К ним в первую очередь относится ее географическое положение. Как известно на современном этапе сформирован мощный туристский поток, направляющийся через Приазовье в Крым.

И для того чтобы данный вид туризма приносил краю прибыль необходимо решить эту проблему путем создания определенных условий:

1) создание культурно-туристских зон (расположенных вдоль основных транспортных коридоров) и туристских центров в зоне одночасовой транспортной доступности вдоль основных транспортных коридоров;

2) развитие придорожной сети туристской инфраструктуры, позволяющей организовать отдых в течение нескольких дней, включая посещение близкорасположенных достопримечательностей;

3) необходим расчет туристских потоков, который даст возможность определить потребности в объектах обслуживания туристов, в количественном и качественном составе обслуживающего персонала;

4) важно не только сохранить уникальность и индивидуальность туристских объектов на пути потенциального туриста, которые затем станут визитной карточкой, но и направить туда туриста, например, создать систему привлекательных указателей;

5) создание информационной базы – издание соответствующей литературы, использование возможностей Интернета для широкой рекламы Приазовской зоны на российском туристском рынке.

Способствовать развитию транзитного туризма будет создание автотуристских кластеров. Особенность кластеров данного вида является то, что они объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Автотуристские кластеры включают в себя придорожные гостиницы (мотели), кемпинги, парковки для легкового и пассажирского автотранспорта, кафе и рестораны, автосервисы, магазины придорожной торговли, автозаправочные комплексы и др. [Курузова М.Р., 2015].

В Краснодарском крае в рамках реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» будет создано («на бумаге» они уже есть) 3 автокластера, но ни один из них, к сожалению, не расположен на территории ПРЗ («Гулькевичский»,

«Горячий ключ», «Лермонтово» в Туапсинском районе, «Можжевельная роща» в г.Геленджик).

Для разработки схемы расположения автокластеров на территории зоны, которые, несомненно, необходимы ввиду указанных выше причин, требуется проведение отдельного комплексного исследования, чтобы была возможность учета всех факторов, влияющих на успешное функционирование кластеров. Предварительно можно определить перспективные участки для дальнейшей оценки и отбора конкретных территорий для основания автокластеров (по экологическим, геолого-геоморфологическим, инфраструктурным и прочим направлениям оценки).

Учитывая историко-культурные, природные (в т.ч. ландшафтные), инфраструктурные (в т.ч. транспортной доступности) факторы и отношение местного сообщества можно сделать следующую подборку участков под автокластеры:

– в Ейском районе: у п. Ясенская Переправа между Ясенским заливом и оз. Ханское, у ст. Должанская (близ Должанской косы), у ст. Камышеватская;

– в Щербиновском районе – у п. Глафировка, с. Шабельское;

– в Приморско-Ахтарском районе – на Ясенской Косе;

– в Славянском районе – у п. Ачуево;

– в Темрюкском районе – у ст. Тамань и п. Волна.

Краснодарский край обладает богатым географическим, природным, культурно-историческим и познавательным потенциалом для данного вида туризма, но транзитный туристский потенциал края не используется по максимуму. Хотя в перспективе он может приносить в бюджет края немалый доход. Хорошим примером в данном случае может служить региональный контроль транзитного туризма в Иркутской и Калининградской областях.

Список использованных источников

1. *Курузова М.Р.* Формирование механизма управления туристским кластером в краснодарском крае // *Экономические науки теория и практика общественного развития.* 2015. №4.

2. *Зорин И.В.* Туризм как вид деятельности: учебн. / И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов. М., 2005.

3. Туризм в России – Транзитный туризм: URL: <http://sokolov33.ru/index.php/vid...78-tranzitnyj-turizm>.

ВОДОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КУОРТОВ КРАСНОДАРСКОГО ПРИЧЕРНОМОРЬЯ

Кубанский государственный университет

Summary: Specific features of the hydrological regime of rivers, high frequency of unfavorable hydrological phenomena and high indicators of man-caused contamination of river and sea waters can be considered as limiting factors in recreational use of the Black Sea coast in Krasnodar Region.

Key words: water regime of rivers, flood, pollution, water supply.

Черноморское побережье Краснодарского края – главный рекреационный район России. На побережье традиционно развиты туристские и санаторно-курортные услуги. Это наиболее перспективный с точки зрения инвестиционной привлекательности регион. Туристический поток на Черноморском побережье Краснодарского края остается стабильно высоким, несмотря на конкуренцию с зарубежными курортами.

Однако, вместе с позитивными процессами регионального развития, курорты Черноморского побережья сталкиваются со множеством проблем. Выделяются проблемы водных ресурсов.

Особенности водного режима рек черноморских позволяют разделить их на две группы исходя из особенностей внутригодового распределения стока. К одной группе можно отнести так называемые реки средиземноморского типа климата. У таких рек режим паводочный. Зимние паводки сменяются в период май-октябрь низкой меженью. Летом межень может прерываться короткими, но мощными и даже катастрофическими паводками. Другая группа – реки субтропического влажного климата. Те, что расположены в пределах Большого Сочи. У них паводки встречаются в течение всего года. Межень короткая и часто прерывается дождевыми паводками.

Особенности устройства долин кавказских рек способствуют образованию селей. Во время интенсивных дождей в верхних частях бассейнов накапливавшийся твердый обломочный материал выносится со склонов. Мощные, высокой интенсивности осадки легко формируют грязекаменный поток, который устремляется от верхних частей

водотоков к нижним и по очень короткому и круто наклоненному руслу быстро приходит в устье. Селевой поток обладает огромной инерцией. Поток с силой выбрасывает в прилегающий участок моря массу галечного и илистого материала. Этот материал, подвергаясь некоторой сортировке, отлагается. Галечный материал – у берега, а илистый – на шельфе.

Показатели жидкого и твердого стока оказывают влияние на формирование распресненных зон в устьях рек, а также на вынос твердого материала, идущего на построение пляжей. Наносы рек формируют конусы выноса, материал из которых вовлекается во вдольбереговое перемещение, формируя и поддерживая пляжи в естественном состоянии. Сложившееся равновесие между выносом реками твердого материала и состоянием пляжей во многих местах нарушено хозяйственной деятельностью человека при вмешательстве в естественный ход устьевых и береговых процессов [Нагалеvский, Коровин, 1989; Нагалеvский и др., 1991; Нагалеvский, Жирма, 2000].

Важные вопросы, требующие решения – повышенный уровень загрязнения акваторий, достигающий максимума именно в летнее время, когда это особенно опасно; острый недостаток питьевой воды; перебои в водоснабжении в разгар сезона.

Количество отдыхающих на курортах Черноморского побережья растет год от года. Следуя увеличению нагрузки, с началом курортного сезона возрастает нагрузка на водные объекты. Растет потребление воды питьевого качества и нагрузка на водозаборы, растут объемы водоотведения и сброс неочищенных сточных вод. Многие средства размещения не подключены к коммунальным сетям и сбрасывают хозяйственно-бытовые воды в ливневую канализацию или прямо природные водные объекты. Как показывают расчеты [Схема..., 2014], за три месяца курортного сезона с одного километра городской застройки в среднем в водные объекты сбрасывается 35–45 тыс. м³ хозяйственно-бытовых сточных вод.

В пределах шельфовой зоны моря загрязнители накапливаются в донных отложениях. По данным Минприроды Краснодарского края, в донных отложениях отмечается повышенное содержание нефтепродуктов, фенолов и тяжелых металлов [Государственные доклады..., 2011–2016].

Другая серьезная проблема курортного сезона – дополнительная рекреационная нагрузка в водоохранной зоне черноморских рек: кемпинги, массовое посещение отдыхающими водопадов, ущелий, скал, джипинг по руслам рек и ручьев.

Города черноморского побережья имеют серьезные проблемы водоснабжения и водоотведения: отсутствие ливневой канализации в условиях плотной застройки, изношенность водопроводных сетей, нехватка питьевой воды в сезон. В Анапе требуется замена более 17% водопроводных сетей, в Геленджике – более 33%, в Новороссийске – более 45%, в Туапсинском районе – 49%, в Сочи – 56%. Общий объем потери воды при транспортировке в сетях составляет более 36 млн м³ в год [Схема..., 2014].

Таким образом, лимитирующими факторами рекреационного использования побережья Черного моря в границах Краснодарского края можно считать: особенности гидрологического режима рек, высокую повторяемость неблагоприятных гидрологических явлений и высокие показатели техногенного загрязнения речных и морских вод, изношенность водопроводных сетей.

Список использованных источников

1. Государственные доклады «О состоянии природопользования и об охране окружающей среды Краснодарского края» (2010–2015 гг.). Краснодар, 2011–2016.

2. *Нагалецкий Ю.Я.* Географо-гидрологическое районирование Краснодарского края и природоохранные мероприятия / Ю.Я. Нагалецкий, В.В. Коровин // Проблемы изучения и использования природных ресурсов Северо-Западного Кавказа. Л., 1989.

3. *Нагалецкий Ю.Я.* Гидрографические особенности рек Черноморского побережья Краснодарского края / Ю.Я. Нагалецкий, Б.А. Данекер, В.В. Жирма, Ю.Б. Елецкий // Актуальные вопросы экологии и охраны природы экосистемы Черноморского побережья: материалы науч.-практ. конф. Краснодар, 1991.

4. *Нагалецкий Ю.Я.* Реки / Ю.Я. Нагалецкий, В.В. Жирма // Физическая география Краснодарского края. Краснодар, 2000.

5. Схема комплексного использования и охраны водных объектов бассейнов рек Черного моря. Кн. 1, 2, 6. Краснодар, 2014.

В.В. Горецкий

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Кубанский государственный университет

Summary: The development of a tourist and recreational complex as a sector of the economy requires constant improvement and the search for new approaches, the development of promising development programs based on the structural investment approach.

Key words: tourist-and-recreational complex, investments, development, region.

Развитие туристско-рекреационного комплекса как сектора экономики требует постоянного усовершенствования и поиска новых подходов, перспективных программ развития, разработка которых на основе структурно-инвестиционного подхода базируется на двух важных принципах. Во-первых, определение туристско-рекреационного комплекса как одного из ведущих отраслей региональной экономики. При этом выделяются основные факторы развития туристической индустрии на региональном уровне, определяются потребности населения в туристских услугах, оцениваются рекреационные условия и ресурсы определенного региона, определяются сильные и слабые стороны туристско-рекреационного комплекса региона. Особенно важно при этом, чтобы были задействованы все уровни власти в развитии туристской отрасли, создан благоприятный климат для привлечения отечественных и зарубежных инвестиций. Во-вторых, инвестирование осуществляется с учетом общего принципа максимизации прибыли и минимизации капиталовложений. Согласно оценкам экспертов, необходимо учитывать достаточно низкий потребительский спрос на объекты высокой комфортности, из чего следует, что примерно 14% новых средств размещения необходимо создавать четырехзвездного типа, 32% трехзвездного, 54% одно- и двухзвездного типа. Как показывает

практика, объем софинансирования чаще всего составляет около 24% от общей суммы направляемых инвестиций. Поскольку имеется ограниченность объемов финансирования, то необходимо применять принцип «точечного» инвестирования по конкретным туристско-рекреационным объектам с учетом капиталоотдачи и окупаемости: так, на развитие инфраструктуры направляется порядка 15–20%; на благоустройство и реконструкцию туробъектов выделяется около 52%; на совершенствование средств связи (мобильная связь, интернет, кабельное и спутниковое телевидение), развитие рекламной и информационной сети – примерно 3–5%. Данное процентное соотношение при необходимости можно менять.

Важным элементом инвестиционного процесса является вопрос о методах финансирования инвестиций. Общеизвестно, что в научных подходах к инвестициям различают понятия «источники финансирования инвестиций» и «методы финансирования инвестиций». К источникам финансирования инвестиций относят денежные средства, используемые в качестве инвестиционных ресурсов. Под методами финансирования инвестиций понимают механизм привлечения инвестиционных ресурсов с целью финансирования инвестиционного процесса. К основным методам финансирования инвестиций относятся самофинансирование; акционерное и корпоративное финансирование; кредитное финансирование; проектное финансирование; смешанное финансирование; лизинг, франчайзинг, селенг, факторинг и другие.

Сегодня при максимально широком распространении рыночных методов и механизмов управления экономикой наряду с существующими экономическими методами управления рыночным хозяйством используются принципиально новые методы и механизмы, ориентированные на создание благоприятного предпринимательского климата, в том числе в туристско-рекреационном комплексе [Горецкая Е.О., 2007]. Согласно данным международных консалтинговых компаний, проводивших исследования по проблемам привлечения иностранного капитала в различные отрасли экономики, существует прямая связь между экономическим ростом национального и регионального хозяйства, качеством принятых законов и притоком отечественных и зарубежных инвестиций.

На современном этапе развития мировой экономики идет серьезная борьба за инвестиционный капитал и перераспределение финансовых ресурсов в рамках всего мирового хозяйства. В этих условиях определены и последовательно реализуются важнейшие

направления совершенствования инвестиционной привлекательности национальной экономики: стабилизация макроэкономической политики, развитие банковского сектора и внешнеэкономической деятельности, стимулирование научно-инновационной деятельности.

Сегодня необходимо создание таких экономических условий, при которых каждый деловой партнер мог быть способен в максимально короткие сроки, в пределах одного месяца, открыть собственное предприятие, обеспечить эффективное управление коммерческой и производственной деятельностью в различных регионах страны.

Краснодарский край с развитым туристско-рекреационным комплексом, благоприятными условиями и ресурсами, ежегодно предоставляет услуги туристско-рекреационного характера объемом более, чем на 24,2 млрд. рублей, принимает отдыхающих порядка 16–17 млн. чел. В крае сосредоточены основные российские морские курорты: Сочи, Анапа, Геленджик, Туапсе, Ейск. Уникальный рекреационный потенциал региона способствует развитию большинства видов индустрии курортов, отдыха и туризма – приморский, бальнеологический, горный, горнолыжный, др. [Кучер М.О., Горецкая Е.О., 2006]. Достаточно быстрыми темпами идет развитие экстремальных видов туризма. К наиболее крупным успешно работающим санаторно-курортным комплексам Краснодарского края относятся ООО пансионат «Надежда», ЗАО санаторий «Русь», пансионат «Надым» (г. Геленджик), ЗАО санаторий «Известия», пансионат «Кристалл», ОАО «Олимпийский Дагомыс» (г. Сочи), пансионат «Молния» (Туапсинский район), санаторий «Маяк», пансионат «Урал» (г. Анапа).

По оценкам экспертов туристическая отрасль растет опережающими темпами, выше среднемировых. В России туристическая индустрия участвует в формировании 1,5% ВВП, оказывая влияние на 53 смежные отрасли. С 2014 года произошли серьезные изменения в сфере российского туризма, так, внутренний туризм вырос почти на 30%, тогда как в 2015 г. – на 18%, а в 2016 г. – лишь на 15%. Общее количество туроператоров возросло на 10% – до 4561. В 2017 г. в законодательстве приняты изменения, направленные на усиление механизма защиты прав потребителей.

На современном этапе развития очевидно, что залогом конкурентоспособности отечественного турпродукта выступает оптимальное сочетание уровня цен и качества предоставляемых услуг. Социологические опросы показывают, что около 70% респондентов планируют отдыхать в России. Абсолютными лидерами по

популярности – 55% – выступают морские города-курорты юга России, далее следуют Санкт-Петербург – 9%, Москва – 6%, Кавказские Минеральные Воды, Байкал, Алтай, Карелия – по 3%, затем города Золотого кольца, Казань – по 2%, Камчатка – 1%. Основными критериями отдыха здесь выступают климат и общая стоимость поездки.

Очень важно, что для решения проблем туристской отрасли создана Ассоциация курортных городов России, в которую вошли Крым, Алтай, и многие другие российские курортные зоны. Создан и успешно функционирует Комитет по физической культуре, туризму и делам молодежи, серьезная работа проводится в Государственной Думе для развития индустрии туризма. В ближайшее время планируется создание Ассоциации экономического взаимодействия регионов. Благодаря объединению усилий регионов и федеральной власти, результаты по развитию туристско-рекреационного комплекса будут более эффективные. Важнейшим барьером для роста турпотока эксперты называют недостаточную транспортную доступность регионов. Необходимо создавать специальные пакеты, чартеры, заинтересовать граждан соотношением цена-качество, создавать доступную информацию для разных слоев населения, проводить разноуровневую ценовую политику, субсидировать авиаперевозки, обеспечивая транспортную доступность. Необходимо менять тарифно-налоговую политику в туристской сфере, поскольку налоги должны стимулировать, а не тормозить развитие бизнеса. Крайне важно осуществление государственной региональной инвестиционной политики, рассчитанной на долгосрочную перспективу, по формированию многофункциональных современных курортно-оздоровительных комплексов.

Список использованных источников

1. *Горецкая Е.О.* Исследование особенностей иностранного инвестирования в российские регионы: сб. науч. тр. Краснодарского филиала РГТЭУ. Краснодар, 2007.

2. *Кучер М.О.* Экономическая география Краснодарского края / М.О. Кучер, Е.О. Горецкая. Краснодар, 2006.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: The article describes the specific features of the marketing complex in rural tourism in the standard sequence «7P».

Key words: rural tourism, marketing mix in rural tourism, the economy of the region, Kuban producers.

Кубань является весьма привлекательным регионом в плане развития сельского (аграрного, экологического), этнографического туризма [Кучеренко И.М., 2016]. Популярность данного вида внутреннего турпродукта непрерывно растет, что объясняется возрастающим интересом городских жителей к сельской местности, их желанием отвлечься от повседневной жизни, насладиться дарами природы и экологически чистыми продуктами от кубанских производителей. Развитие сельского туризма позволит поднять интерес к России и ее наследию на международном рынке туристских услуг.

Сельский туризм является комплексным стимулом развития, как сельской местности, так и экономики региона в целом, способствуя:

- созданию позитивного образа Кубани, делая ее привлекательной для инвестиций в другие сферы деятельности;
 - увеличению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;
 - обеспеченности занятости населения;
 - повышению образовательного и культурного уровня населения
- [Кучеренко И.М., 2016].

Проблемы развития сельского туризма исследовались в трудах многих отечественных ученых, в том числе Василенко Е.В., Джум Т.А., Заднепровской Е.Л., Самсоненко Т.А. и др. [Джум Т.А. и др., 2017; Заднепровская Е.Л. и др., 2016; 2017]. В работах данных авторов анализируются вопросы развития сельского туризма, его формы и виды, проводится оценка основных направлений и возможностей развития данной сферы. Однако в данных исследованиях, не рассмотрен комплекс маркетинга субъектов

туристского предпринимательства, как основной элемент бизнес стратегии в сельской местности. Маркетинг сферы сельского туризма призван выявить специфические потребности туристов; создать для них привлекательные, уникальные туристские продукты; проинформировать потенциальных клиентов о месте, условиях продажи услуг сельской направленности.

Термин «комплекс маркетинга» впервые использовался Д. Каллитоном (1940-е гг.), когда он исследовал «рецептный подход» расходов на маркетинг. При этом, продавец был им определен как «составитель маркетинговой программы из ингредиентов». Позднее, в 1960 г. Дж. Маккарти синтезировал комплекс маркетинга и выделил следующие элементы: продукт, цена, продвижение товаров на рынке и доставка продукта потребителям.

Изучение практики маркетинговой деятельности ведущих туристских компаний, субъектов туристского предпринимательства в сельской местности, позволило сделать следующие выводы: для продвижения сельского туристского продукта необходимо следовать стандартной последовательности семи маркетинговых мероприятий, т.е. «7Р»: продукт (product), планирования (planning), место (place), люди (people), цена (prices), продвижение (promotion), процесс (process). Характеристика маркетинговых мероприятий, связанных с рыночным продвижением сельского туристского продукта представлена в табл. 1.

Табл.1 – Комплекс маркетинга по продвижению сельского туристского продукта

«7Р»	Содержание комплекса
Продукт (product)	Сельский турпродукт, который идентифицирует сельский туризм на внутреннем и международном рынках
Планирование (planning)	Ассортимент услуг, сезонные колебания спроса, экономическая ситуация в регионе, экология
Место (place)	Населений пункт - сельская местность
Люди (people)	Важнейшая роль в сельском туризме отводится собственнику
Цена (prices)	Компоненты: стоимость сырья, расходы на производство, продажу и продвижение сельского туристского продукта, прибыль, косвенные налоги на отдельные виды услуг
Продвижение (promotion)	Осуществляется с помощью рекламы и прямых продаж
Процесс (process)	Деятельность потребителя – осуществление выбора и покупки сельского туристского продукта

В таблице 2 представлен классический ассортимент продуктов сельского туризма по трем позициям. Сельский туристский продукт как любой продукт, должен быть создан на основе спроса потребителей и обязательно должен учитывать природно-климатическую и историко-культурную специфику российских регионов.

Табл. 2 – Традиционный ассортимент туристского сельского продукта

Название туристского продукта	Описание продукта
Тур выходного дня	Сельский житель на выходные дни предоставляет туристам услуги по размещению как основной пакет. В дополнительные услуги включает рыбную ловлю, баню, прогулку по лесу и т. д. С целью привлечения туристов, можно разместить объявление в Интернет, направить предложения туристским агентствам. Прибыль при таком варианте не будет значительной, особенно на начальном этапе; в дальнейшем она будет зависеть от качества отдыха, интенсивности рекламы.
Классический сельский отдых без изысков, но с необходимым и удобствами	Собственник предоставляет услуги по размещению на срок от 5 до 10 дней, ассортимент дополнительных услуг традиционен – рыбалка, прогулка по лесу и т.д. Однако данный вариант предусматривает увеличение расходов на рекламу, оборудование, поскольку более длительный отдых требует большей комфортности проживания.
Отдых в сельской усадьбе	Собственник предоставляет туристам услуги по размещению и питанию в специально предназначенном для этого здании, к примеру, стилизованный сельский дом – сельская усадьба. Организует развлекательные мероприятия, в зависимости от видов деятельности в подсобном хозяйстве: конные прогулки, дойка коров, рыбалка, сбор меда, стрижка овец, изготовление творога, сметаны и т. п.; знакомит туристов с традиционными народными промыслами; организует экскурсии.

При покупке туристского продукта, клиенты, прежде всего, обращают внимание на следующее: комфортность средства размещения (благоустройство, оборудование, ухоженность усадьбы и др.); дополнительные услуги (кубанская кухня, сельские развлечения, экскурсии и т.д.). Последние анкетирования потребителей свидетельствуют о том, что более важным фактором для них сегодня являются дополнительные услуги. Это объясняется тем, что целевой аудиторией сельского туризма являются в большей степени жители крупных городов и городских агломераций, стремящихся получить

новые впечатления, коммуникационные возможности, приобщиться к культуре, традициям того или иного региона.

Не надо забывать, что цена в рамках продвижения турпродукта является важнейшей составляющей в комплексе маркетинга сельского туризма. Наиболее конкурентоспособными являются цены на турпродукты в Белгородской, Ленинградской, Калужской областях, Чувашии, Подмосковье и Алтайском крае. Предпринимателям в сфере сельского туризма необходимо обратить внимание на составляющие комплекса маркетинга для формирования конкурентоспособного качественного сельского турпродукта.

В условиях экономических санкций одним из направлений повышения доходности отечественного аграрного сектора является развитие сельского туризма, в котором имеется целый ряд проблем, связанных с продвижением сельского туристского продукта. Для решения проблем продвижения и сбыта турпродуктов необходимо разрабатывать и применять комплекс маркетинга и давать оценку конкурентоспособности его элементов.

Список использованных источников

1. Джум Т.А. Особенности обслуживания туристов при организации сельского туризма на Кубани / Т.А. Джум, Е.В. Василенко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2017.

2. Заднепровская Е.Л. Бренд и брендинг территории как основа территориального развития / Е.Л. Заднепровская, Т.А. Самсоненко // Материалы науч. и науч.-метод. конф. профессорско-преподавательского состава Кубанского гос. ун-та физической культуры, спорта и туризма. Краснодар, 2017. Т. 1.

3. Заднепровская Е.Л. Развитие винного туризма в Краснодарском крае / Е.Л.Заднепровская, А.А. Юрченко // Экономика и предпринимательство. М., 2016.

4. Кучеренко И.М. Международный опыт как основа оптимизации развития агротуризма на Кубани // Научный вестник ЮИМ. Экономика сервиса и туризма. Краснодар, 2016. №2.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СЕВЕРОКАВКАЗСКОГО ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЮГА РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: In article influence of tourism on social and economic development of the North Caucasian Federal District is considered.

Key words: tourism, economy, social sphere, strategy of social and economic development, North Caucasian Federal District.

Привлечение инвестиций в экономику является парадоксом: для регионов это и проблемы, и перспективы в одном лице. Таким образом, главной задачей для регионов становится создание благоприятных условий для обеспечения инвестиционной активности, постоянной динамики экономического роста и улучшения эффективности использования инвестиций.

В сфере туризма инвестиции имеют огромное значение, ведь в настоящее время даже самые уникальные природные объекты не смогут привлечь туристов при отсутствии объектов туристской инфраструктуры, развитие которых невозможно при отсутствии инвестиционного обеспечения. Поэтому можно сделать вывод, что от инвестиций зависит долгосрочная перспектива развития туристско-рекреационного комплекса как каждого региона, так и страны в целом [Миненкова В.В., 2017].

На одном из первых мест по значимости нерешенных проблем в России и степени готовности к инновационному развитию стоит Юг России, и туризм рассматривается как важнейшее направление его развития, позволяющее задействовать и эффективно использовать рекреационный, производственный и социально-культурный потенциал.

Создание Северокавказского туристского кластера способствовало созданию новых точек экономического роста на территории Юга России, за счет реализации проекта по созданию и развитию горноклиматических и прибрежных курортов. Развитие курортов на базе Северокавказского туристского кластера способствует

комплексному развитию региона и его трансформации в один из ведущих центров туризма в Российской Федерации.

В состав Северокавказского туристического кластера включены девять туристско-рекреационных особых экономических зон (ОЭЗ), в том числе:

1) всесезонные туристско-рекреационные комплексы (ВТРК): ВТРК «Архыз» (Карачаево-Черкесская Республика); ВТРК «Эльбрус-Безенги» (Кабардино-Балкарская Республика); ВТРК «Ведучи» (Чеченская Республика); ВТРК «Мамисон» (Республика Северная Осетия-Алания); ВТРК «Лагонаки» (Краснодарский край и Республика Адыгея); ВТРК «Армхи» и «Цори» (Республика Ингушетия); ВТРК «Матлас» (Республика Дагестан);

2) прибрежный кластер на побережье Каспийского моря (Республика Дагестан);

3) бальнеологический кластер (Ставропольский край).

На данный момент запущены и активно функционируют три всесезонные туристско-рекреационные комплексы: «Архыз» (Карачаево-Черкесская Республика), «Эльбрус-Безенги», (Кабардино-Балкарская Республика), «Ведучи» (Чеченская Республика) [Инвестиционные проекты, 2018].

С целью формирования единого центра управления проектом развития Северокавказского туристического кластера в девяти субъектах РФ в соответствии с постановлением Правительства РФ в 2010 г. было учреждено акционерное общество «Курорты Северного Кавказа» (АО «КСК»).

Стоит отметить роль государственной программы Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа на период до 2025 г.» и подпрограммы «Развитие туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгее» (в ред. Постановления Правительства РФ от 27.02.2016 №148). Так общий объем бюджетных ассигнований из федерального на 2016–2025 гг. составляет 45,04 млрд руб. (Табл. 1).

Табл. 1 – Общий объем бюджетных ассигнований федерального бюджета [Постановление Правительства РФ, 2016]

Год	2016	2017	2018	2019	2020
Сумма, млн руб.	1,25	7,22	7,97	13,3	15,3

Кроме обеспечения финансовой поддержки развивающимся туристско-рекреационным особым экономическим зонам, в рамках

госпрограммы был принят ряд законов: о государственной поддержке инвестиционных проектов; о снижении ставок по налогу на прибыль, в части, зачисляемой в региональный бюджет, инвесторам, реализующим приоритетные инвестиционные проекты; о предоставлении льготы по уплате региональных налогов и сборов, инвестиционного налогового кредита, в части налогов, зачисляемых в региональные бюджеты, что способствует установлению привлекательного инвестиционного климата для потенциальных инвесторов.

Всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Архыз» – стал первым успешным реализованным инвестиционным проектом, функционирующим уже 5 лет. Так, в ходе социологических опросов более 98% гостей заявили о готовности вернуться на «Архыз» и оценивают свою удовлетворенность курортом, условиями проживания и питания на нем, качеством услуг и сервиса на уровне 80–90%, а в июне 2016 г. ВТРК «Архыз» стал победителем в номинации «Лучший молодой горнолыжный курорт России» премии «Лидеры спортивной индустрии», которая была вручена в рамках XII Международного конгресса индустрии зимних видов спорта, туризма и активного отдыха.

Инвестиционная привлекательность этого курорта по-прежнему находится на высоком уровне: 27 резидентов ОЭЗ (компании малого и среднего бизнеса) выступают инвесторами в коммерческую, гостиничную и развлекательную инфраструктуру курорта. Объем инвестиций, осуществленных инвесторами, в том числе резидентами ОЭЗ, в период 2015–2016 гг., составил порядка 1 млрд руб. Общий объемом капитальных вложений в курорт, запланированных резидентами на 2017–2020 гг., составляет порядка 8 млрд руб. (Табл. 2) [Инвестиционные проекты, 2018].

Табл. 2 – Показатели деятельности ВТРК «Архыз» и «Ведучи»

	«Архыз»	«Ведучи»
Год ввода в эксплуатацию	декабрь 2013 г.	26 января 2018 г.
Количество резидентов	27	1
Объем заявленных инвестиций, млрд руб.	7,9	11,9
Объем осуществленных инвестиций, млрд руб.	1,1	0,1
Количество созданных рабочих мест	415	8
Объем уплаченных налогов, млн руб.	85	10

Самый молодой и активно реализующийся инвестиционный проект – всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Ведучи», развитие которого идет с привлечением частных инвесторов, которые осуществляют строительство объектов коммерческой инфраструктуры. В настоящее время на территории ОЭЗ «Ведучи» зарегистрирован один резидент – ООО «Ведучи» с общим объемом заявленных инвестиций 11,9 млрд руб. (Табл. 2).

По подсчетам экспертов, социально-экономический эффект от реализации проекта «Ведучи» в 2025 г. достигнет следующих показателей: 700 рабочих мест, созданных резидентами ОЭЗ; 600 млн руб. – налоговые отчисления; 2,15 млрд руб. – вклад проекта в ВРП региона; 627 тыс. чел. – туристический поток (накопленным итогом). В 2016 г. эффективность ВТРК «Архыз» и ВТРК «Ведучи» составили 87% и 8% соответственно (31% и 16% – за весь период).

Имеющиеся уже показатели инвестиционной деятельности ВТРК Северокавказского туристского кластера позволяют говорить о благоприятном инвестиционном климате и о привлекательности туристско-рекреационного комплекса региона, что в свою очередь окажет мультипликативный эффект на развитие экономики и социальной сферы всего Юга России.

Список использованных источников

4. Инвестиционные проекты / Официальный сайт АО «Курорты Северного Кавказа». URL: <http://www.ncrc.ru/investproekty/>.

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

6. О создании туристского кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея: Постановление Правительства РФ в ред. от 27.02.2016 г. №148 / Официальный сайт Министерства регионального развития РФ. URL: <http://www.minregion.ru>.

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

ИНВЕСТИЦИОННОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОДГОТОВКИ К ЧЕМПИОНАТУ МИРА ПО ФУТБОЛУ В 2018 г. В РОССИИ

Кубанский государственный университет

Summary: The article gives an analysis of the construction and reconstruction of infrastructure facilities for holding the World Cup in 2018 in the Russian Federation.

Key words: construction, reconstruction, infrastructure.

Для проведения Чемпионата мира по футболу, а так же исполнения обязательств Российской Федерации, данных ФИФА (закреплены в правительственных декларациях и гарантиях), создаются условия для проведения и утверждена программа подготовки, что позволит своевременно и качественно выполнить реализацию её положений.

Программа включает в себя: строительство и реализацию девяти мероприятий, реконструкцию двухсот восьмидесяти одного объекта инфраструктуры. Сгруппированы 11 подпрограмм по объектам и мероприятиям с учётом их направленности по отраслям. Особое внимание уделяется Волгограду и Ростову-на-Дону, где практически с нуля придется создавать спортивную, транспортную и коммунальную инфраструктуру.

Все мероприятия подготовки к ЧМ по футболу в 2018 г. расширят сеть спортивных сооружений, предназначенных как для профессиональных футбольных клубов, так и для массовых занятий футболом (Табл. 1). Уровень доступности для населения спортивных объектов будет повышен.

Во всех городах, где будут проходить матчи чемпионата, будет сформирована на современном уровне инженерно-коммунальная, транспортная, энергетическая и гостиничная инфраструктуры [Доклад..., 2018].

Табл. 1 – Основные показатели строительства и реконструкции объектов инфраструктуры в городах проведения матчей ЧМ по футболу 2018 г. [Региональные программы..., 2018; Об утверждении программы..., 2018]

Города	Инфраструктура (строительство новых объектов и / или их реконструкция)	Стадионы (название / количество мест, чел.)	Инвестиции (млрд. руб.)
Сочи	Реконструкция стадиона «Фишт»	«Фишт» / 44 000	3,5
Москва	Реконструкция стадиона «Лужники»	«Лужники»/ 81 000, «Спартак»/ 45 000	19, в т. ч. 14,5 частные
Калининград	1) Гостиницы: «Ластадие», «Домина», Mercure (оператор Assor Hotels), «Лангендорф», апартамент-отель «Кристалл Хаус»; 2) Реконструкция аэропорта Храброво.	«Арена Балтика» / 35 015	11,0
Санкт-Петербург	Реконструкция тренировочной площадки (стадион «Трубостроитель»).	«Зенит Арена» / 67 800	43,8
Волгоград	1) Строительство гостиниц «Хэмптон Бай Хилтон», «Парк Инн бай Рэдиссон»; 2) Реконструкция шоссе Авиаторов; 3) Реконструкция аэропорта: терминала внутренних рейсов, строительство новой взлетно-посадочной полосы, международного терминала.	«Победа» / 45 015	17,0
Казань	Реконструкция тренировочной площадки (стадион «Электрон»)	«Казань-Арена» / 45 000	14,4
Нижний Новгород	1) Реконструкция международного аэропорта «Стригино»; 2) Строительство отеля 5* «Sheraton Nizhniy Novgorod Kremlin».	«Стрелка» / 44 899	17,0
Самара	Строительство двух отелей категории 4–5* «Lotte»	Самара / 44 918	16,0

Саранск	Строительство отеля «Mercure» 4*; 2) Строительство гостиничного комплекса для болельщиков «Тавла»; 3) Возведен новый жилой микрорайон «Юбилейный».	«Юбилейный» / 45 015	17,1
Ростов-на-Дону	1) Строительство двух отелей категории 4–5* «Шератон», "Хайят Ридженси Дон Плаза"; 2) Реконструкция тренировочных баз СКА, «Локомотив», «Олимп-2», и "Юность России"; 3) Строительство Ворошиловского моста; 4) Строительство аэропортового комплекса Южный.	«Лебердон» / 43 702	20,2
Екатеринбург	1) Реконструкция стадиона «Центральный»; 2) Реконструкция тренировочной площадки «Калиинец».	«Центральный» / 35 000	12

Программой предусмотрена реконструкция 27 гостиниц и строительство новых объектов размещения. По транспортной инфраструктуре запланировано выполнение 42 мероприятий, в том числе 28 мероприятий по реконструкции и строительству аэропортовых комплексов, 12 мероприятий по реконструкции и строительству объектов улично-дорожной сети и 2 мероприятия по строительству объектов инфраструктуры городского пассажирского транспорта (метро в г. Санкт-Петербург и г. Нижний Новгород). Введены в эксплуатацию пассажирские терминалы в городах Самара и Екатеринбург, завершены реконструкция аэровокзального комплекса Пулково в г. Санкт-Петербург, работы по реконструкции аэропорта Внуково, восстановлено искусственное аэродромное покрытие, произведена замена светосигнального оборудования в аэропорту Нижнего Новгорода, реконструкция и строительство автомобильных дорог в г. Калининград и г. Саранск. Введены в эксплуатацию в конце 2017 г. международный аэропорт Платов в Ростовской области, аэропорт Саранска, идет реконструкция аэропорта Храброво в Калининграде, обновляется международный аэропорт Волгограда [Об утверждении программы..., 2018].

Зона ответственности Краснодарского края – реализация свыше 25 мероприятий, определенных требованиями ФИФА – строительство тренировочных площадок, транспортное и медицинское обеспечение, подготовка волонтеров, обеспечение антитеррористической защищенности и т.д. В регионе сформировано несколько тренировочных баз: г. Сочи, г. Краснодар, г. Анапа (ст. Анапская, п. Витязево), г. Геленджик (Кабардинка). В Сочи будет задействовано 134 автобуса, 70 пар электропоездов. Чтобы сделать на время ЧМ проезд автотранспорта в Сочи бесплатным, из краевого бюджета на 2018 г. будет выделено 5 млн. руб. Во время ЧМ будут задействованы 5 государственных (четыре в Краснодаре и один – в Геленджике) и 11 муниципальных учреждений здравоохранения.

Список использованных источников

1. Доклад о ходе реализации мероприятий Программы подготовки к проведению в 2018 г. в Российской Федерации чемпионата мира по футболу. URL: http://www.minsport.gov.ru/2017/doc/DokladFoball2016_150517.pdf.

2. Региональные программы подготовки к проведению в 2018 г. чемпионата мира по футболу. URL: <https://www.minsport.gov.ru/activities/nextchamp/otkrytoe-minist/5414/>.

3. Об утверждении программы подготовки к проведению в 2018 г. чемпионата мира по футболу (с изм. 26.06.2017 г.). URL: <http://docs.cntd.ru/document/410801768>.

4. Постановление правительства Российской Федерации о внесении изменений в программу подготовки к проведению в 2018 г. в Российской Федерации чемпионата мира по футболу. URL: <http://www.minsport.gov.ru/documents/orders/31551/>.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ КАК ПРИОРИТЕТНОЙ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Южный институт менеджмента

Summary: in article the analysis of a tourist complex of Krasnodar Krai is given, the factors influencing development of tourism in the region are considered and also formation of different types of tourism in the territory of Kuban is proved.

Key words: tourist complex, tourist and recreational potential, types of tourism.

Туристский комплекс Краснодарского края относится к наиболее динамично развивающимся отраслям российской экономики.

Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края складывается из следующих составляющих:

1. Природно-ресурсного потенциала. Потенциал состоит из разнообразного рельефа; сочетания 3 видов климатических зон (юга умеренного климата, субтропического и горного); близости теплых морей (Черного и Азовского), наличия минеральных, термальных источников и грязевых вулканов, карстовых пещер; уникальных природно-охраняемых объектов; горных рек и озер.

2. Культурно-исторического потенциала. На территории края в предгорной зоне расположены древние исторические каменные сооружения – дольмены, на Таманском полуострове развернуты археологические раскопки. У Краснодарского края славное военное прошлое: на его территории расположен город-герой Новороссийск, многочисленные памятники военной доблести. Край предлагает туристам театры, музеи, библиотеки.

3. Экологического потенциала. Туристы посещают регион с целью оздоровления и если территория имеет определенные отклонения от нормы (загрязнение воздуха, воды, почвы отходами), то туристские потоки могут резко сократиться. На территории Краснодарского края располагаются города, которые считаются наиболее экологически чистыми: Горячий Ключ, Анапа, Геленджик. Они же являются центрами оздоровительного туризма.

4. Социально-экономического потенциала. Социально-экономический потенциал края складывается из отраслей, способствующих развитию туристско-рекреационного комплекса (транспортного, инфраструктурного, пищевой промышленности). Благодаря развитию транспортного комплекса к курортным городам края можно добраться любым видом транспорта. Развитая инфраструктура позволяет предложить комфортное пребывание туристов на территории региона, а собственные сельскохозяйственные культуры (овощи и фрукты), а также продукция пищевой промышленности обеспечивает туристов, число которых в курортный сезон вдвое превышает население края, продуктами питания [Захарова, 2017].

Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края позволят развивать различные виды туризма:

а) близость морей, субтропический климат, наличие минеральных источников предполагает формирование купально-пляжного и санаторно-оздоровительного туризма в приморских городах: Ейск, Анапа, Геленджик, Туапсе, Сочи;

б) термальные, минеральные источники, вулканические грязи способствуют развитию бальнеологического туризма в приморских и предгорных городах, а также в небольших населенных пунктах: Горячий Ключ, Апшеронск, поселок Мостовской, станица Голубицкая;

в) природно-охраняемые объекты (Сочинский национальный парк и Кавказский биосферный заповедник) обуславливают развитие экологического туризма;

г) наличие горного рельефа в зимний период позволяет организовать горнолыжный туризм, а в летний – горный (пешие походы, катание на горных велосипедах);

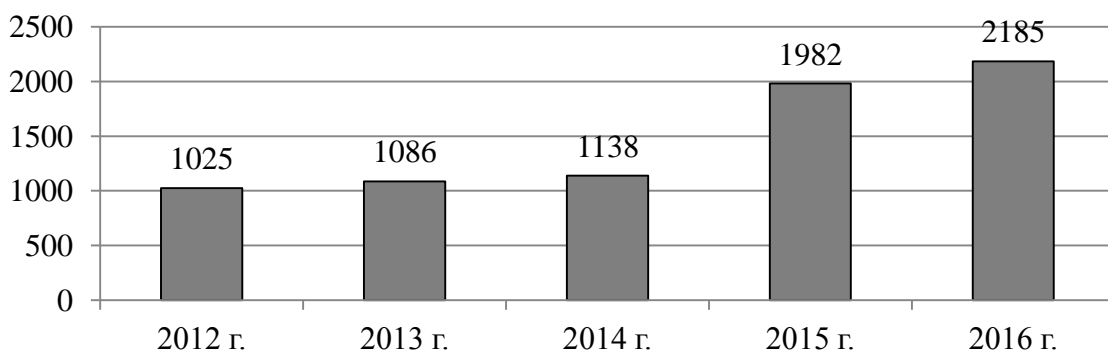
д) на территории края развиты многочисленные виды экстремального туризма: дайвинг, спелеотуризм, каякинг, парусный спорт, альпинизм;

е) культурно-исторические достопримечательности формируют познавательный и экскурсионный туризм;

ж) сельскохозяйственная специфика региона обеспечивает развитие агротуризма;

з) многообразие культурных этносов, проживающих на территории края формирует возможность развития этнотуризма (ст. Атамань на Таманском полуострове знакомит туристов с бытом казаков).

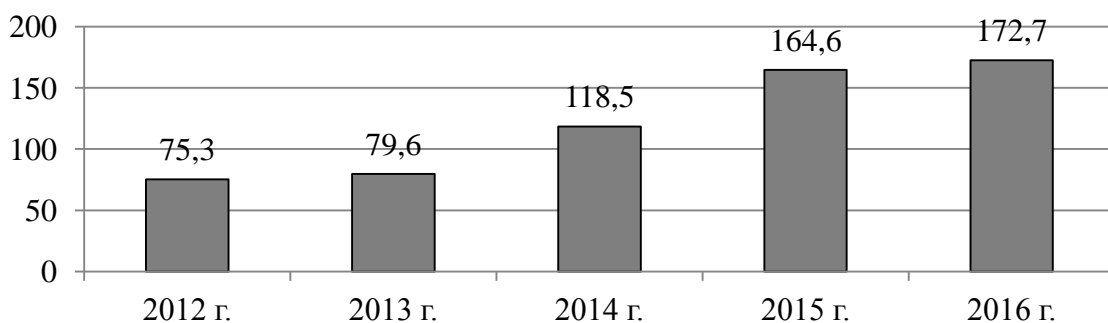
Туристская отрасль Краснодарского края обеспечивает 2,7% валового регионального продукта, что составляет 56605 млн. руб. [www.krsdstat.ru]. При посещении курортов края туристы размещаются в коллективных и индивидуальных средствах размещения. В коллективных средствах было размещено 5831,9 млн. чел., причем в гостиницах – 4120,5 млн., в санаторно-курортных учреждениях – 1711,4 млн. чел. Из общего числа клиентов граждане России составляют 97,5% [www.krsdstat.ru]. Количество гостиниц различных категории, функционирующие на территории края, рассмотрены на рисунке 1.



■ Число гостиниц и аналогичных средств размещения

Рис. 1 – Динамика числа гостиниц и аналогичных средств размещения на территории Краснодарского края за 2012–2016 гг.

За пять анализируемых лет число гостиниц в крае увеличилось в 2,1 раза. Это обусловлено популяризацией курортов, улучшением системы обслуживания, проведение Зимних Олимпийских игр. Число мест в гостиницах за этот же период возросло на 97,4 тыс. (Рис. 2).



■ Число мест в гостиницах, тыс. мест

Рис. 2 – Динамика числа мест в организациях гостиничного типа на территории Краснодарского края за 2012–2016 гг., тыс. мест

Наибольший рост числа мест наблюдается в 2015 г. по сравнению

с предыдущим – на 46,1 тыс. мест. Число специализированных средств размещения за 5 лет выросло на 446 (Табл.1) [Лазовская С.В., 2016].

Табл. 1 – Динамика специализированных средств размещения в Краснодарском крае за 2012–2016 гг.

Виды средств размещения	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Санатории и пансионаты	168	153	155	153	169
Санатории профилактории	10	9	12	9	6
Дома отдыха	16	16	15	10	13
Базы отдыха, кемпинги	248	228	241	213	689
Туристские базы	3	7	19	10	14
Всего	445	413	442	395	891

За период 2012–2015 гг. наблюдалось уменьшение специализированных средств размещения, что связано с переоснащением, реорганизацией данных предприятий. В 2016 г. число специализированных учреждений увеличилось вдвое по сравнению с 2012 г. Турфирмы Краснодарского края организовали в 2016 г. отдых 373707 клиентам, из них 99,6% были россияне, 0,4% – граждане других стран, причем по России путешествовали 78,7%, выехали за границу 21,3% туристов. Наиболее популярными были Греция (12672 чел.) и Таиланд (10321 чел.). Краснодарский край предлагает организацию детского отдыха. В 2017 г. отдохнуло 202,4 тыс. детей, в 1290 детских лагерях [www.krsdstat.ru].

Таким образом, можно сказать, что различные виды туризма, охватывающие клиентские группы (по возрасту, целям туризма, уровню доходов) способны предложить качественный и разнообразный отдых. Потенциал развития туризма в Краснодарском крае достаточно велик, обеспечивая увеличение доли туризма в валовом региональном продукте.

Список использованных источников

1. *Захарова И.Ю.* Экономический потенциал Краснодарского края / И.Ю. Захарова, А.А. Хачатрян // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. №3-3(34).

2. *Лазовская С.В.* Развитие санаторно-курортных территорий в Краснодарском крае на основе природно-ресурсного потенциала / С.В. Лазовская, И.Ю. Захарова // Экономика и предпринимательство. 2016. №11-3(76-3).

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ПОСРЕДСТВОМ ИНСТРУМЕНТОВ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Кубанский государственный университет

Summary: This article focuses on the main components of territorial marketing included in its definition: it is a tourist territory, or destination, as well as specific goods and services offered by the territory to tourists, business partners and investors who are also included in the product of destination.

Key words: tourism, territorial marketing, tourist destination, promotion, image of the territory, regional marketing.

Регион – некий комплексный туристский «товар». Следует обозначить несколько аспектов к основным структурным составляющим территориального маркетинга, включённым в его определение: это туристская территория, иными словами дестинация, а также конкретные услуги, работы и/или товары, предлагаемые территорией туристам, деловым партнерам и инвесторам, которые также включены в продукт дестинации. Совокупность физических составляющих региона, различного рода услуг, а также имеющийся имидж территории создают тот единый товар, который приобретает и использует сам турист, инвестор или бизнес-партнёр.

Как верно отмечают исследователи, туристские территории (дестинации) развиваются годами и столетиями и имеют сложившийся имидж и аутентичность, которые обуславливаются историческими вехами ее развития, географическим положением, менталитетом жителей, которые не могут быть легко изменены и скорректированы в соответствии с потребностями рынка (спроса). Территории представляют уникальную комбинацию физических характеристик, услуг, символов, имиджей, что делает их принципиально отличными от традиционных товаров с более коротким жизненным циклом [Максименко А.Г., Морев И.А., 2010].

Территория является непосредственно самим товаром, одновременно не переставая быть производителем товаров, работ и

услуг (в качестве объекта туристского интереса и туристского впечатления потребителей).

Наиболее существенна деятельность территориальных органов власти и управления, местных экономических агентств развития, туристических операторов и агентств, спортивных комитетов и федераций, многих других структур, расположенных на территории и проявляющие маркетинговую активность с целью привлечения внимания к ней возможных потребителей и удержания уже присутствующих. Ведущей целью этих субъектов маркетинга территорий выступает создание, поддержание или изменение мнений, намерений и (или) поведения субъектов-потребителей. Одним из важнейших участников маркетинга территории является местное население, без поддержки которого невозможна успешная внешняя маркетинговая деятельность.

Мы видим удачные примеры популяризации имиджа туристских дестинаций на опыте зарубежных стран. Например, на сайте <https://freewalkingtour.com> публикуются жители городов, влюбленные в свой родной город. Они могут показать гостям его совершенно бесплатно, провести в места, известные только местным. Сервис Couchsurfing [www.couchsurfing.com] помогает найти путешественникам бесплатное жилье, многие ищут на нем компанию, чтобы просто вместе погулять по территории. Сайт Workaway.info [www.workaway.info] дает возможность подработать в путешествии. На сайте Campinmygarden.com публикуются хозяева жилых домов, которые разрешают использовать их двор как кемпинг. К ним можно обратиться со своей палаткой и получить возможность разместиться бесплатно или за умеренную плату. В России работает сайт RestoRaids где можно найти бесплатные предложения от ресторанов [<https://ru.restoraids.com>]. Многие музеи имеют дни открытых дверей в своем графике работы, что позволяет посетить их бесплатно.

С точки зрения имиджевой привлекательности, ведущими инструментами маркетинга являются коммуникационные мероприятия, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие посетителям лучше узнать ее, удостовериться в существовании имеющихся у нее преимуществ [Миненкова В.В., 2015; Максименко А.Г., 2017].

Притягательность территорий для человека может обеспечиваться путем благоустройства береговых линий, создания пешеходных, музейных, исторических или торговых зон, развития архитектуры, культуры, спорта. На территории должно быть удобно проживать,

работать и развиваться, а для этого необходимо развивать инфраструктуру жилых районов, а также и промышленных зон, рыночную инфраструктуру в целом.

К особым инструментам маркетинга территории относятся: выставки, ярмарки, в том числе постоянно действующие; тематические парки; регулярные мероприятия в области культуры и искусства; форумы, конференции, симпозиумы; кроме того, хорошо отлаженная транспортная система, услуги связи, банковская система, налоговая политика региона; следует также, чтобы достойно представляли себя на государственном уровне учреждения образования, культуры, здравоохранения, отдыха и, конечно же, спорта [Беликов М.Ю. и др., 2017].

Инструментами территориального маркетинга непосредственно становятся маркетинговые коммуникации. Сейчас получила развитие современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая включает в себя объединение усилий всех видов маркетинговых коммуникаций, в том числе рекламы, связей с общественностью, стимулирования сбыта и прочих, для достижения общей стратегической цели и трансляции единого маркетингового сообщения целевому потребителюскому рынку. Реклама позволяет создать широкую осведомленность о дестинации и ее предложениях; деятельность по связям с общественностью формирует долгосрочное благоприятное отношение к дестинации целого спектра ее целевых групп; стимулирование сбыта мотивирует к скорейшему принятию решения о совершении покупки; буклеты и фильмы – предоставляют возможность подробнее познакомиться с дестинацией, предвкушать мгновения полного погружения в территорию; интернет-технологии открывают потенциал информации о дестинации и повышают эффективность предыдущих инструментов, дают возможность неограниченного доступа к информационным ресурсам.

Идентичность территории образует некий образ – комплекс представлений и ассоциаций, которые могут быть как независимыми друг от друга, так и образовывать логические ассоциативные цепочки. Сильный эффективный территориальный бренд обладает связанной группой элементов, слабый – основывается на небольшом числе характеристик, не связанных между собой. Эффективный маркетинг дестинации возможен только в условиях совместного взаимодействия представительств органов власти, туристских предприятий и местных жителей. Продвижение дестинации – объединение деятельности многих механизмов и структур.

Список использованных источников

1. *Беликов М.Ю.* Приоритетные направления исследований в туризме Краснодарского края: первые 20 лет в науке – взгляд в будущее: моногр. / М.Ю. Беликов, Т.А. Волкова, Э.А. Рыживолова и др. Краснодар, 2017.

2. *Максименко А.Г.* Функциональная сущность ТИЦ, их роль в маркетинге туристских территорий / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2017.

3. *Максименко А.Г.* Туристский регион: особенности устойчивого развития и управления / А.Г. Максименко, И.А. Морев / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2010.

4. *Миненкова В.В.* Опыт функционирования туристско-информационных центров на Юге России / В.В. Миненкова, А.Г. Максименко/ Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2015.

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Кубанский государственный университет

Summary: the Content of personnel marketing is considered by the authors as an innovative development of human resources of the organization.

Keywords: marketing, special management functions, general management functions, human resources management, competitiveness.

Подготовка кадров и в целом управление персоналом в туристско-рекреационном комплексе напрямую связано с маркетингом персонала и в конечном итоге оказывает влияние на качество туристического продукта.

Рассмотрим некоторую расплывчатость категории «маркетинг персонала», имеющую место в специальной литературе. Сразу заметим, что среди известных подфункций маркетинга отсутствует подфункция «маркетинг персонала» или движение кадров на внутреннем рынке труда как современное понимание управления человеческими ресурсами. При этом содержание маркетинговой деятельности (СМД) раскрывается через взаимосвязь подфункций маркетинга с общими функциями управления – организацией, планированием, мотивацией и контролем, т.е. каждая подфункция реализуется на практике с помощью общих функций управления (Рис. 1).

СМД выступает составной частью содержания менеджмента организации (СМО). В свою очередь СМО также раскрывается через взаимосвязь специальных функций управления (в том числе маркетинг) и общих функций (Рис. 2).

Целесообразно уточнить понятие «специальная функция управления». Это не только область работы, выполняемая структурными подразделениями (в соответствии с утвержденными положениями) и должностными лицами (в соответствии с должностными инструкциями и моделями компетенциями), но и перечень маркетинговых услуг, оказываемых каждым структурным подразделением и должностным лицом своей организации. Аналогично

содержание управления человеческими ресурсами (СУЧР) – составная часть СМО (Рис. 3).

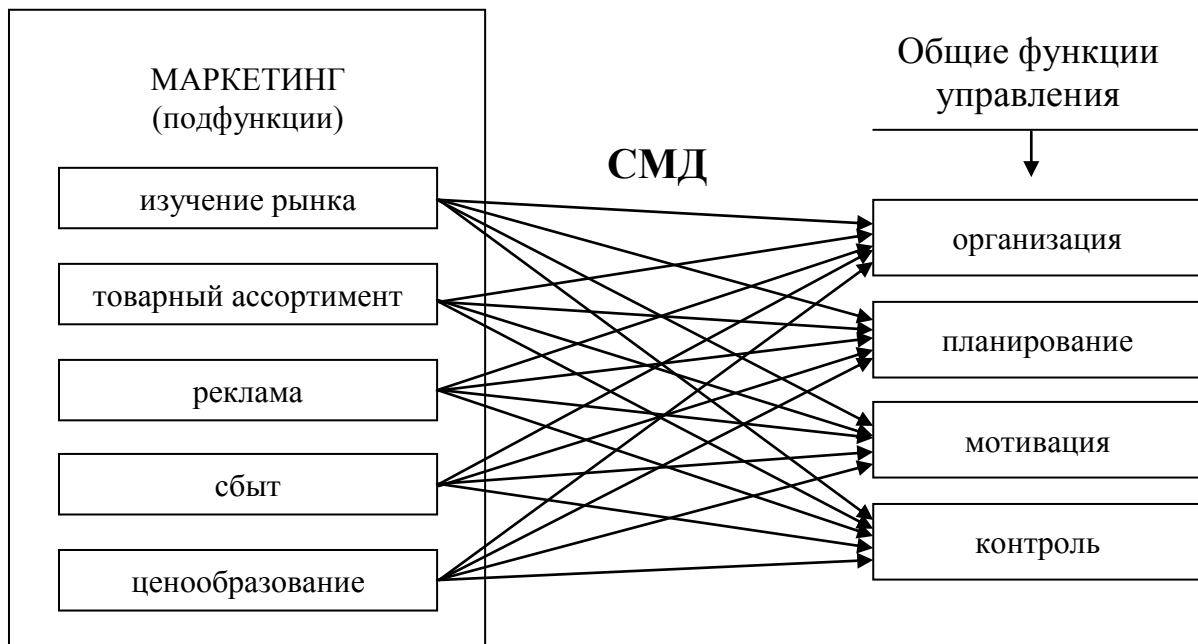


Рис. 1 – Содержание маркетинговой деятельности

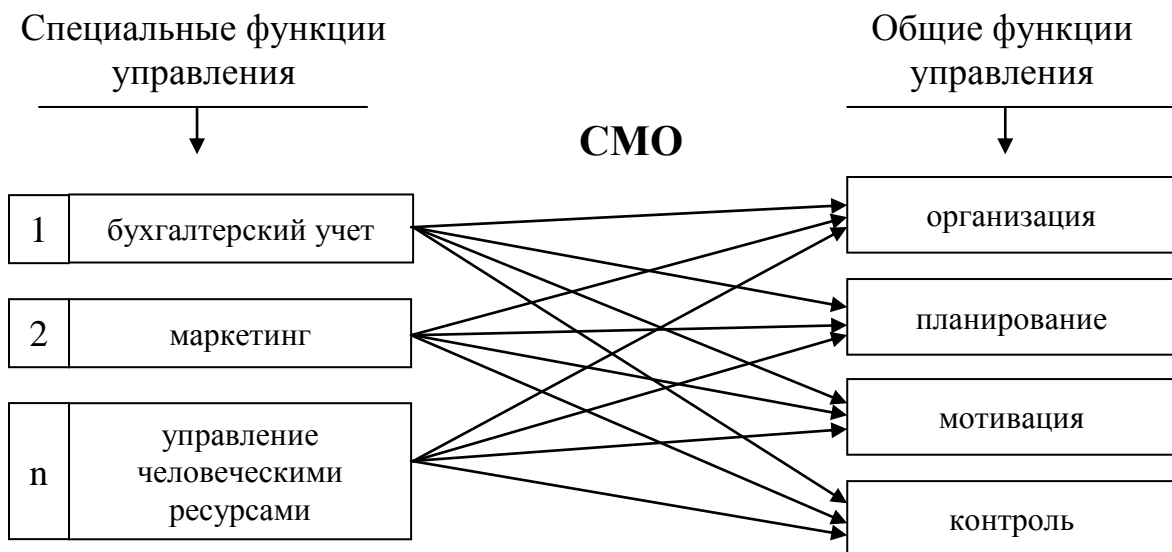


Рис. 2 – Содержание менеджмента организации

Управление человеческими ресурсами, являясь подфункцией маркетинга, осуществляется, тем не менее, не службой маркетинга, а самостоятельным структурным подразделением – службой управления человеческими ресурсами. Перечислим подфункции СУЧР: прогнозирование потребности в человеческих ресурсах, мотивация и стимулирование труда, непрерывное профессиональное образование, охрана труда, трудовые отношения, социальное развитие. Помимо этих подфункций на крупных предприятиях добавлены и другие

подфункции: технико-экономическое планирование (вместо бывших планово-экономических отделов), труд и заработная плата (вместо бывших отделов труда и зарплаты) (Рис. 3).

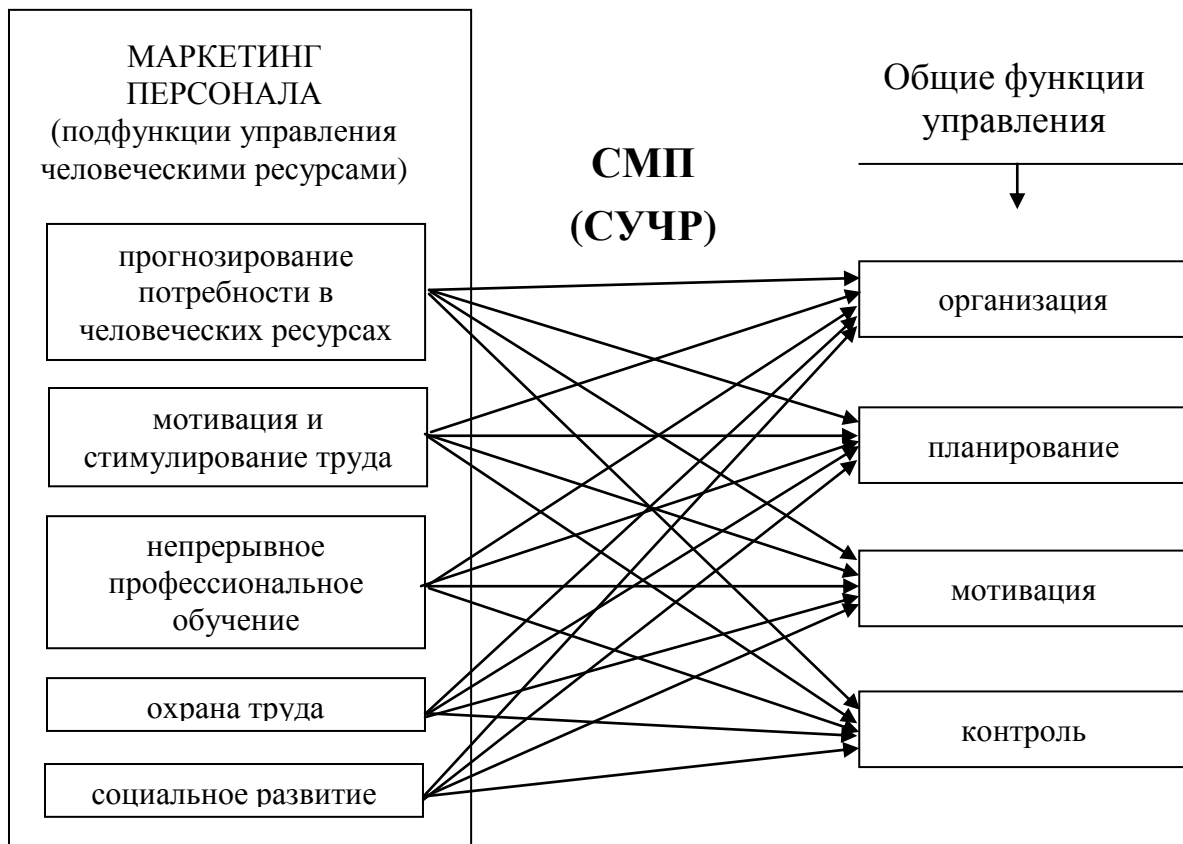


Рис. 3 – Содержание маркетинга персонала управления человеческими ресурсами

Также понятно, что отделы кадров как структурные подразделения, занимавшиеся расстановкой кадров, уходят в прошлое. Базовой подсистемой (если применить принципы системного подхода) в управлении человеческими ресурсами, а, следовательно, маркетинга персонала, выступает развитие человеческих ресурсов.

Перечислим и другие технологии маркетинга персонала как управления человеческими ресурсами организации. Например, тренинги, приближенные к реальным ситуациям организации, в ходе которых выявляются активные и пассивные работники. Далее, аттестация работников, но уже не по деловым качествам, а по характеристикам, имеющим место в соответствующей должностной модели компетенций [Молочников Н.Р., Дорошенко В.В., 2016].

Оценка конкурентоспособности – также оригинальная технология маркетинга персонала, позволяющая выявить работников с высокой конкурентоспособностью и низкой. Уместно здесь перечислить

существующие методы оценки конкурентоспособности человеческих ресурсов: метод оценки по критическим ситуациям, балльная система оценки, метод оценки по целям, метод попарного сравнения работников друг с другом, источниковедческий (биографический) метод, социологический опрос, критический инцидент, деловая игра, анализ конкретных ситуаций, ранжирование, программированный контроль, экзамен, зачет, защита бизнес-плана), самоотчет (выступление), комплексная оценка труда [Молочников А.Н., 2010].

Наконец конечной технологией маркетинга персонала выступает его сегментирование – формирование резерва кадров и отбор «ключевых» работников, представляющих ценность для организации, с одновременным освобождением «балласта».

Помимо этого, в практике организаций имеют место и другие технологии – приглашение (и переманивание) работников, обладающих высокой компетентностью с характеристиками: знание технологии, работы с командой и в команде, креативное мышление, знание цифровых технологий и др.

Также распространены: аутсорсинг – передача традиционных неключевых спецфункций организации внешним исполнителям; аутстаффинг – привлечение организацией внештатного специалиста на время выполнения определенного проекта [Райзберг Б.А. и др., 2008].

Таким образом, реализация на практике всех подфункций маркетинга может способствовать в туристических организациях развитию инновационных технологий – диверсификации туристического продукта, активному освоению новых видов туризма и т.д. Содержание маркетинга персонала раскрывается через взаимосвязь подфункций управления человеческими ресурсами с общими функциями.

Список использованных источников

1. *Молочников Н.Р.* Компетенции как драйвер роста национальной конкурентоспособности / Н.Р. Молочников, В.В. Дорошенко // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016, №06–1.

2. *Молочников А.Н.* Повышение конкурентоспособности человеческих ресурсов на промышленном предприятии: моногр. Краснодар, 2010.

3. *Райзберг Б.А.* Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. М., 2008.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Кубанский государственный университет

Summary: During a world economic and political crisis, which is followed by falling of consumer ability of the main audience of a product of a tourist and recreational complex, technologies of strategic marketing are the timely and relevant instrument of increase in efficiency of his work.

Key words: strategic marketing, market of tourist and recreational services, tourist demand, strategic management.

Интерес к данной теме исследования продиктован усиливающей конкуренцией на рынке туристско-рекреационных услуг. Особенно в затянувшийся период падения покупательской способности целевой аудитории. Увеличивается потребность в технологиях, позволяющих работать туристско-рекреационному комплексу более эффективно. К числу таких технологий относится стратегический маркетинг. Его инструменты позволяют выявить приоритетные направления развития туристско-рекреационного комплекса, опираясь на тщательное исследование рыночного спроса.

Стратегический маркетинг – это «систематический и постоянный анализ нужд и требований ключевых групп потребителей, а также разработка концепций эффективных товаров и услуг, обеспечивающих их изготовителю устойчивое конкурентное положение» [Ламбен Ж.Ж., 1996]. Стратегический маркетинг идет как дополнение к операционному маркетингу, который направлен на организацию комплекса маркетинга туристско-рекреационного комплекса. Оба направления дополняют друг друга и применяются в единой маркетинговой политике.

Стратегический маркетинг очень чувствителен ко всем изменениям на рынке туристско-рекреационных услуг. С учетом состояния и динамики изменений всех компонентов рынка, инструментарий стратегического маркетинга позволяет разработать долгосрочную перспективную программу.

Методологический портфель стратегического маркетинга содержит методики прикладной социологии, культурологии, психологии, научном прогнозировании. Например, взять задачу сегментации рынка туристско-

рекреационных услуг, выбора целевой аудитории, позиционирования и их продвижения продукта. В данном случае используется теория социальной стратификации, социальной мобильности, покупательского поведения.

Потенциал стратегического маркетинга реализуется на разных уровнях управления туристско-рекреационного комплекса:

1) международный стратегический туристский маркетинг, где разработанные стратегии выходят за границы страны;

2) на уровне государственной политики, где разработанные стратегии совершенствуют работу туристско-рекреационного комплекса в пределах всей страны.

Международный стратегический туристский маркетинг используется для разработки приоритетов и долгосрочных программ развития международного туризма как фактора экономики и межкультурной коммуникации. Это касается вопросов:

– планирования долгосрочного развития туристско-рекреационного комплекса на международных, федеральных и региональных рынках;

– охраны окружающей среды;

– обеспечения прав туристов;

– охраны, реставрации и поддержания архитектурных и исторических памятников, исторического наследия;

– совершенствования информации о самом туристско-рекреационном комплексе [Запесоцкий А.С. 2003].

Субъектами международного туристского стратегического маркетинга являются международные (межправительственные) организации и профессиональные объединения.

Ярким примером по развитию международных коммуникативных связей с перспективой на эффективное долгосрочное сотрудничество в области туризма является участие Краснодарского края «Интурмаркет» и «МИТТ/Путешествия и туризм». Участие делегации края в международных выставках направлено на увеличение туристического потока, установление новых деловых контактов с партнерами, создание условий для эффективного развития туристской отрасли, продвижение на международном уровне имиджа столицы Кубани как города, привлекательного для туристов, так и края в целом [Заманить ..., 2018].

На уровне государственной политики стратегический туристский маркетинг проявляется в:

– исследовании рынка туристско-рекреационных услуг;

– прогнозировании тенденций его развития;

– разработке стратегических программ развития региональных туристско-рекреационных комплексов, где приоритетом является повышение экономической эффективности его функционирования при минимальных потерях и рисках для туристских ресурсов страны;

– программе продвижения национального туристского продукта на зарубежных рынках.

В данном случае примером развития стратегического туристского маркетинга на государственном уровне является проведение в г. Сочи Краснодарского края четвертого международного туристского форума SIFT. Старт диалогу турбизнеса и власти был дан на деловом завтраке от имени главы города Сочи с участием губернатора Краснодарского края, руководителя Федерального агентства по туризму, а также крупнейших российских туроператоров и представителей курортных городов и туристских дестинаций из различных регионов России. На встрече были рассмотрены вопросы, затрагивающие улучшение качества обслуживания, введение курортного сбора и другое. Участники форума поделились опытом и обсудили взаимодействие турагентств с российскими курортами. Обсуждение важнейших вопросов создания качественного турпродукта, улучшения туристской инфраструктуры, повышения качества сервиса и услуг, а также внесение конструктивных предложений со стороны бизнес-сообщества, которые принимаются к рассмотрению органами государственной власти, – необходимый инструмент для обеспечения удовлетворенности туристов и комфортной работы туристско-рекреационного комплекса [Ламбен Ж.Ж., 1996].

На региональном уровне стратегический туристский маркетинг позволяет более обоснованно подойти к разработке целевых региональных программ развития туристской сферы.

Однако, реальность показывает, что часто региональные органы власти игнорируют инструменты стратегического маркетинга. Не меняется мировоззрение большинства руководителей регионов, которые применяют традиционные концепции маркетинга, в соответствии с которой идет необдуманное и навязчивое продвижение производимого туристской отраслью продукта. Стратегический маркетинг должен исходить из анализа и определения реального и неудовлетворенного спроса на самом первом этапе.

Внедрение и развитие технологий стратегического маркетинга в туристской отрасли тормозятся следующими факторами: как объективного, так и субъективного характера:

– большой стоимостью маркетинговых программ;

- неготовностью вкладывать средства в мероприятия, которые могут не окупиться и не обещают непосредственной выгоды;
- негативным отношением к маркетингу со стороны руководства, нежеланием тратить время на освоение нового объема знаний и технологий;
- низкой результативностью маркетинговых программ в связи с механическим заимствованием технологий из «производственного» маркетинга или некритичным копированием чужого опыта [Запесоцкий А.С., 2003].

Таким образом, актуальность использования стратегического маркетинга в развитии туристско-рекреационного комплекса обусловлена его сложностью и многофункциональностью. Своевременность овладения технологиями стратегического маркетинга приобретает особую значимость в связи с обострением ситуации на рынке туристских услуг, что связано с кризисом мировой экономической, геополитической системы и падением реальных доходов населения. Стабильный успех на рынке туристских услуг зависит от определения долгосрочных перспектив и разработки условий выживаемости при любых изменениях макро- и микросреды.

Список использованных источников

1. Заманить туристов в Краснодар власти города постараются на двух выставках в Москве // Бизнес. 16.03.2017. URL: <https://krasnodarmedia.su/news/575716/>.
2. *Запесоцкий А.С.* Стратегический маркетинг в туризме: теория и практика. СПб., 2003.
3. Итоговый пресс-релиз международного туристского форума в Сочи SIFT-2017 // Официальный сайт Международного туристского форума в Сочи SIFT. URL: <https://tour-forum.com/archiv-2017.php>.
4. *Ламбен Ж.Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб., 1996.

ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИГОРНЫХ ЗОН В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кубанский государственный университет

Summary: Lately the gambling business (casinos, slot machine halls, betting offices, betting) also began to position itself as part of the entertainment industry and leisure.

Key words: Azov-City, gambling business, Krasnodar region.

Сбалансированное и устойчивое развитие экономики Краснодарского края предъявляет повышенные требования к системе управления туристской отраслью, в первую очередь к качеству аналитической деятельности и планированию туризма. Эта проблема выводит на качественно новый уровень задачу оценки альтернатив развития игорных зон, которая связана с применением инструментария социально–экономической географии.

Игорная зона «Азов-Сити», первоначально расположенная на территории Ростовской области и Краснодарского края, в 2011 г., постановлением правительства РФ, «Ростовскую» часть зоны упразднили. Территория кубанской зоны в Щербиновском районе развивается вплоть до сегодняшнего дня [Миненкова В.В. и др., 2016]. Здесь действуют три казино.

С 2014 года стала активно развиваться идея создания игорной зоны в Сочи на месте олимпийских объектов. Правительство проработало вопрос об открытии игорной зоны в Сочи: разработаны поправки в закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр», предполагающие открытие игорных зон в Крыму и Сочи [Миненкова В.В. и др., 2016]. В законопроект были также внесены поправки, согласно которым в регионе может работать только одна игорная зона, что подразумевало закрытие «Азов-Сити» [Немно Е.П. и др., 2017].

В декабре 2016 года на месте бывшего медиацентра «Горки» открылось «Казино Сочи». В состав первого развлекательного комплекса «Сочи Казино и Курорт» входят казино, два ресторана, бар, банкетный зал, театр-кабаре, конференц-зал, а также бутики. Площадь казино составляет 32 тыс. м².

При этом зона «Азов-Сити», согласно действующей редакции федерального закона, должна быть закрыта с 1 января 2019 г. При этом ежегодно вся игорная зона «Азов-Сити» платит порядка 400 млн руб. налогов в местный бюджет. По данным, выручка «Роял Тайм» (оператора казино «Оракул») по итогам 2017 г. составила чуть более 1 млрд руб., чистая прибыль составила 318 млн руб. Выручка «Шамбалы» 735 млн руб. при прибыли в 68 млн руб. В первый, 2017 г. работы «Казино Сочи» выплатило 500 млн руб. налогов, что на 25% больше резидентов «Азов-Сити».

В 2017 году три казино «Азов-Сити» посетили более 466 тысяч человек, а «Красную Поляну» за этот же период – 343 тыс чел. В первом полугодии, по данным компании, «Казино Сочи» посетили 158,4 тыс чел. По прогнозам, «Казино Сочи» в 2018 г. будет лидировать по количеству посетителей. Рост обеспечат в том числе и новые инвестиционные проекты. В конце 2017 г. открылось второе игорное заведение – зал игровых автоматов «Бонус», также расположенный на территории «Горки Город». В 2018 г. слот-холл «Бонус» обеспечит дополнительные 50 тыс посещений.

Посетителями «Азов-Сити», в силу специфики инфраструктуры и транспортной доступности, в основном являются жители близлежащих регионов. Тогда как, доля иностранных гостей казино «Красная Поляна» составляет 9%, или около 30 тыс чел. Их пребывание в Сочи непосредственно связано с аэропортом Сочи и международными туристическими компаниями. В 2017 г. «Казино Сочи» начало сотрудничать одной из крупнейших в мире компаний, специализирующейся на так называемых джанкет-турах (туры с обязательным посещением игорных заведений). Результатом стали изменения трафика из Израиля, в столицу которого весной 2017 г. из Сочи запустили прямой рейс. Если до этого казино принимало 5–10 человек из Израиля в месяц, то к концу 2017 г. это число выросло до 100 чел. в неделю.

В течение 2018 г. планируется открыть прямое сообщение из Амстердама, Дюссельдорфа, Франкфурта и Хельсинки. А с мая латвийская авиакомпания начинает выполнять прямые рейсы из Риги в Сочи.

По итогам 2017 г. аэропорт «Сочи» принял рекордные 5,7 млн пассажиров, что на 8% больше, чем в 2016 г. Деятельность игорной зоны признают одним из факторов роста пассажиропотока. Работа с международными клиентами накладывает отпечаток и на кадровую политику казино: 90% работников говорят на английском языке. Также

есть персонал, владеющий французским, испанским, немецким, турецким, китайским и идишем.

После вхождения Крыма в состав России 2014 г. в правительстве также одобрили идею создания на полуострове игорной зоны [Немно Е.П. и др., 2016]. В 2016 г. Совмин Крыма издал распоряжение об определении границ игорной зоны: она расположится на территории Ялты (16,8 га). Первое казино на полуострове откроется в сентябре 2019 г.

Игорная отрасль в России имеет большой потенциал. По данным, в России в азартные игры вовлечено 13,2 млн чел., или 11% взрослого населения страны. Актуальным является вопрос использования площадки, на которой сейчас расположена игорная зона «Азов-Сити». При этом важно найти замену игорному бизнесу, который будет таким же рентабельным и принесет налоги в районный бюджет, а также сохранить зону с точки зрения не только доходов, но и рабочих мест.

Список использованных источников

1. *Миненкова В.В.* Особенности инвестиционной политики в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края / В.В. Миненкова, Д.В. Сидорова, А.А. Филобок / Вестн. нац. академ. туризма. 2016. №3.

2. *Миненкова В.В.* Роль инвестиций в современном развитии туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края / В.В. Миненкова, Д.В. Сидорова, А.А. Филобок / Учен. записки Крымского федер. ун-та. им. В.И. Вернадского. География. Геология. Т.2(68). 2016. №3.

3. *Немно Е.П.* Игорные зоны: проблемы становления и формирования в России / Е.П. Немно, А.А. Филобок / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодеж. науч.-практ. конф. Краснодар, 2016.

4. *Немно Е.П.* Перспективы развития игорных зон в Краснодарском крае / Е.П. Немно, А.А. Филобок / Вест. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодеж. науч.-практ. конф. Краснодар, 2017.

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В ИНТЕРНЕТ

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: The article deal swith the complex of marketing communications of a tourist enterprise in the Internet.

Key words: marketing, complex of marketing communications, Internet.

Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия с туристами является важнейшим инструментом продвижения турпродукта на туристский рынок и представляет собой процесс передачи данных о турпродукте туристу. Цель современных маркетинговых коммуникаций туристского предприятия – следование за своим туристом и его запросами. С развитием технологий Интернет-маркетинга и развитием socialmedia данная цель стала более достижимой.

Так сегодня как индивидуальные, так и организованные туристы обитают в Интернет-среде, известны характеристики туристов (демографические, социальные, географические и т.д.), определить целевую аудиторию маркетинговых коммуникаций туристского предприятия стало гораздо проще. Методы, с помощью которых туристские предприятия демонстрируют свои коммуникации только определенным – целевым категориям туристов, называется таргетинг (от англ. target – цель). Одной из последних тенденций развития коммуникаций является интеграция коммуникативных и информационных технологий [ШпырняО.В., Лысенко В.В., 2007].

В ситуации нестабильного развития экономической системы России, постоянной дифференциации валютных курсов, росту стоимости услуг (особенно на рынке внутреннего туризма в 2017 г.) туристские предприятия постоянно оптимизируют свои издержки на маркетинговую деятельность, что в конечном итоге предопределило рост популярности инструментов Интернет-маркетинга. Комплекс маркетинговых коммуникаций в Интернет сегодня является важнейшим инструментом для продвижения услуг туристского

предприятия, отвечающий цели турфирмы на рынке и снижению издержек на маркетинговую деятельность [Шпырня О.В., 2007].

Текущее положение в сфере маркетинговых коммуникаций в Интернет обусловлено ростом издержек туристских предприятий на данный вид маркетинговой активности. Ситуация роста эффективности продвижения туристских услуг, в том числе и с помощью Интернет-каналов дистрибуции, имеет место в деятельности любого туристского предприятия.

Сегодня комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет обуславливается разнообразием используемых инструментов, при этом наблюдается различная эффективность разнообразных вариантов продвижения в Интернет. В настоящее время растет популярность определенных механизмов Интернет-маркетинга, например, рекламной деятельности, встраиваемой в структуру продвижения сайта и воспринимаемой туристами как часть содержания сайта [Шпырня О.В., Минченко В.Г., 2012].

По мнению авторов, один из самых эффективных инструментов совершенствования комплекса маркетинговых коммуникаций в Интернет представляет собой использование в структуре формирования коммуникаций между туристами и туристскими предприятиями метода сегментации, наилучшим образом отображающего саму сущность продвигаемого туристского продукта, а именно его адресность, то есть направленность на конкретную целевую аудиторию [Шпырня О.В., 2012, 2015]. При этом отмечается, что современное развитие комплекса маркетинговых коммуникаций в Интернет не дает системного инструментария формирования виртуальных коммуникаций между туристами и туристскими предприятиями на базе применения метода сегментации. Соответственно, необходимо осуществлять процесс тщательного планирования комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия в Интернет по всем возможным направлениям.

Список использованных источников

1. *Шпырня О.В.* Использование глобальной компьютерной сети Internet в российской индустрии туризма / Информационно-вычислительные технологии и их приложения: матер. VI Междунар. науч.-техн. конф. / под общ. ред. А.Н. Кошева. Пенза, 2007.

2. *Шпырня О.В.* Использование информационных технологий в туристской деятельности / О.В. Шпырня, В.В.Лысенко / Информационно-вычислительные технологии и их приложения: матер. VI Междунар. науч.-техн. конф. / под общ. ред. А.Н. Кошева. Пенза, 2007.

3. *Шпырня О.В.* Технологии продаж в туристской индустрии: учебное пособие / О.В. Шпырня, В.Г. Минченко. Краснодар, 2012.

4. *Шпырня О.В.* Современные подходы в маркетинге туристских услуг / Матер. науч. и науч.-метод. конф. профессорско-преподавательского состава Кубанского гос. ун-та физич. культуры, спорта и туризма. Краснодар, 2015. №2.

5. *Шпырня О.В.* Маркетинг в индустрии туризма: учебн. пособ. Краснодар, 2012.

НАСТРОЙКА И АНАЛИЗ КОНТЕКСТНО-МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ В ПЕРИОД МЕЖСЕЗОНЬЯ НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Кубанский государственный университет

Summary: In this article, the author considers the features of promotion activities in Internet for service-oriented enterprises and the format of training within the framework of the existing system of education.

Key words: service-oriented enterprises, CTR, ROI, context advertising, Internet.

Вопрос привлечения клиентов гостиничной индустрии с использованием современных технологий интернет-маркетинга играет ведущую роль в общем сегменте отдыхающих [Исследования РБК, 2018]. Так, если ранее, до 2012–2014 гг., доля новых клиентов, привлеченных через сеть интернет составляла 24–26% по рынку в целом, и до 30% по Черноморскому побережью, то в 2017 г. эти показатели составили 54% и 63% соответственно. Но эти показатели также стоит рассматривать в разрезе следующих значений:

- стоимость привлечение одного гостя / клиента через сеть интернет или партнерские каналы (CPC);
- средний чек такого клиента (ARPPC), составляемый из основных и дополнительных услуг гостиничного комплекса;
- конверсия / вероятность возвращения в течение следующего сезона (retention rate);
- количество других гостей, привлеченных по совету довольного клиента в течение одного сезона.

Перечисленные выше показатели позволяют соотнести стоимость привлечения клиента через сеть интернет и доход, полученный от данного клиента, таким образом управляющий гостиничным комплексом может не только предсказать спрос, но и высчитать показатель возврата от инвестиций на рекламу (ROI). Это особенно важно в период подготовки к сезону, когда затраты на рекламу и привлечения гостей, по своей сути становятся инвестициями, а следовательно должны иметь положительный итог.

$$ROI = \frac{Rev - CPC - Cost}{Invest} * 100\% , \quad (1)$$

где: ROI – коэффициент возврата от инвестиций;

Rev – средний чек одного гостя, взятый за все время проживания;

Cost – затраты на одного гостя, взятые за все время проживания;

CPC – стоимость привлечение одного клиента из сети интернет или партнерских ресурсов;

Invest - сумма затрат на привлечение одного клиента.

Однако, если в случае проведения обычной рекламной кампании, гостиничному предприятию трудно получить достоверную информацию о том, сколько гостей приедет на отдых именно от эффекта данной рекламной кампании. Это даже трудно сказать и после ее проведения, так как анкетирование и последующие опросы гостей всегда носят субъективных характер в разрезе источников информации о гостиничном предприятии. То в рамках проведения интернет-кампании, мы всегда сможем не только узнать по факту, сколько же было гостей и какую сумму мы заплатили за их привлечение, но мы сможем получить эти данные заранее благодаря возможностям настройки контекстно-медийного размещения.

Целесообразно рассмотреть это на примере гостиничного комплекса в г. Геленджик, взяв за основу платформу Яндекс.Директ + РСЯ (Рекламная Сеть Яндекс) [Приоритетные..., 2017]. Набор ключевых слов, определяющий тип потенциальных клиентов, колеблется от 20 тыс. запросов в низкий сезон до 190 тыс. запросов в высокий сезон за месяц.

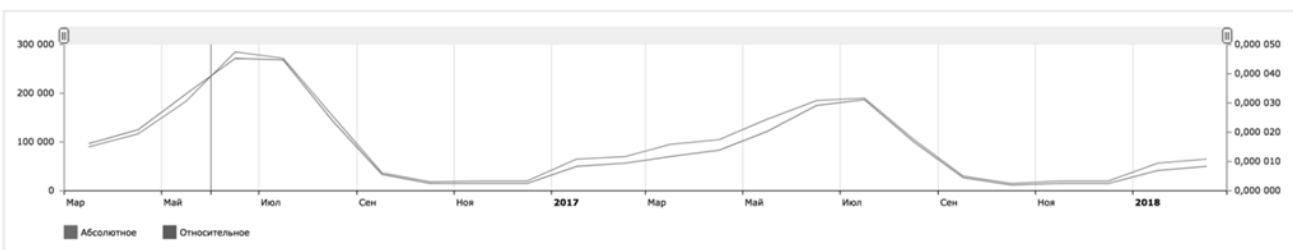


Рис. 1 – Статистика поисковых запросов за год

Можно определить верхний и нижние пределы рекламной кампании, а также определить емкость данного сегмента в период сезона и межсезонья. Воспользовавшись сервисом Прогноз Бюджета рекламной кампании [Подбор..., 2018] мы можем выявить ключевые показатели для расчета стоимости привлечения клиента:

- стоимость показа: 2,56 руб.;
- стоимость перехода на сайт: 9,36 руб.;
- конверсия посетителей сайта в клиенты: 0,02%

– стоимость привлечения одного клиента: 468 руб.

Этих данных будет достаточно для расчета возврата от инвестиций, с учетом проведенного стоимостного анализа гостиничного предприятия по себестоимости расходов на одного гостя. Условно возьмем среднюю стоимость гостиничного номера в сезон, 3000 р., то себестоимость услуги будет составлять 60% от стоимости номера, таким образом, формула будет иметь вид:

$$ROI = \frac{3\,000 - 468 - (3\,000 * 0,6)}{468} * 100\%$$

ROI = 156%, чистый доход от одного клиента составляет 732 руб.

Таким образом, у менеджмента появляется инструментарий для расчета рекламной кампании и управления ее, так как, снижая стоимость привлечения клиента, мы можем увеличить коэффициент возврата от инвестиций. Более того, изучая график сезонности по запросам, менеджмент может прогнозировать ценообразование в своей области [Оценка..., 2018].

В качестве заключения можно отметить, что на сегодняшний день наблюдается расхождение во мнениях, какой сотрудник должен отвечать за настройку рекламной кампании на предприятиях гостиничного типа, либо это зона ответственности ИТ-службы, или же сотрудника маркетинга. Однако детальное изучение настройки рекламной кампании позволяет говорить о том, что наиболее качественным и эффективным образом ее сможет спроектировать только сотрудник с профильным образованием в сфере индустрии гостеприимства и туризма.

Список использованных источников

1. *Беликов М.Ю. и др.* Приоритетные направления исследований в туризме Краснодарского края: первые 20 лет в науке – взгляд в будущее / М.Ю. Беликов, Т.А. Волкова, Э.А. Рыживолова и др. Краснодар, 2017.

2. Исследования РБК. Сколько Россиян приобретают товары в сети Интернет. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/34/>.

3. Оценка бюджета. Яндекс Директ. / Платформа для оценки бюджета рекламной кампании. URL: <https://direct.yandex.ru>.

4. Подбор слов. Яндекс Директ / Платформа для подбора ключевых запросов рекламной кампании. URL: <https://wordstat.yandex.ru>.

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Е.В. Горбаневич

ПРОФИЛАКТИКА ОПАСНОСТЕЙ В ПЕШЕХОДНЫХ ТУРАХ

*Крымский федеральный университет
им. В.И. Вернадского,
Таврическая академия*

Summary: Pedestrian tourism is characterized by a high level of safety requirements on the route. When confronting hazards, simple preventive measures are organizational and technical, related to the introduction of protective devices, improvement of equipment, improvement of routes, but their implementation requires the solution of a whole range of tasks.

Key words: pedestrian tourism, safety on the route, hazards on the route.

Основными причинами несчастных случаев с людьми при проведении пешего похода являются:

– игнорирование туристами необходимости регистрации в поисково-спасательных формированиях, что приводит к несвоевременному реагированию спасателей в случае возникновения ЧС;

– полное отсутствие информации о выбранном маршруте, контрольных сроках прохождения, уровне подготовки;

– неисправное снаряжение (лыжи, ботинки, крепления);

– неправильная экипировка и выбор снаряжения;

– отсутствие опытных инструкторов;

– недостаточная подготовка туристов;

– неправильный выбор и слабые знания местности и маршрутов;

– игнорирование предупредительных знаков;

– слабое руководство туристическими группами или его отсутствие;

– одиночное хождение, отсутствие внимания при движении;

– незнание метеобстановки и прогноза погоды на маршруте движения;

- принятие неправильных решений при попадании в экстремальные ситуации;
- употребление алкоголя;
- отсутствие радиосвязи;
- несоблюдение мер безопасности на маршрутах движения в горах и пещерах;
- воздействие природных факторов (камнепады, лавины, плохие метеоусловия, сели землетрясения);
- низкий уровень ответственности государства, руководителей туристских учреждений к организации безопасности туристов;
- ложная самоуверенность, переоценка своих сил и возможностей людей.

К конкретным факторам, способствовавшим травматизму целой группы туристов, можно отнести следующие нарушения:

- 1) группа не получила квалифицированной консультации, не имела маршрутных документов, картосхемы и описания маршрута, компаса (отчего легко сбилась с пути);
- 2) туристы собрались на вершину, когда по световым условиям нужно было спускаться с нее, и не прекратили восхождения, несмотря на плохую погоду;
- 3) не было взято с собой теплых вещей, топора, необходимого запаса продуктов, спичек;
- 4) группа грубо нарушила режим дня и нормы поведения, закончив движение лишь к полуночи и выпив на маршруте (тем более в расчете на дальнейший путь) спиртное;
- 5) туристы не имели навыков организации полевых ночлегов, не смогли построить заслон, сохранить огонь, организовать теплый бивуак;
- 6) руководитель необоснованно разделил группу на части, неспособные к самостоятельному действию и оказанию необходимой помощи пострадавшему;
- 7) группа не имела медицинских средств и знаний для помощи заболевшему, не приняла всех доступных мер, чтобы вывести его из состояния моральной депрессии и не допустить замерзания [Дурович А.П., 2012].

Побочными факторами травматизма можно признать суровые погодные условия, темноту, недостаток в снаряжении, неумелое обращение с ним, употребление алкоголя. Известно, что безопасность в группе достигается не только выполнением соответствующих правил поведения обязательных для каждого туриста в отдельности.

Поведение каждого туриста неизбежно зависит от его товарищей и характерной для данного коллектива атмосферы взаимоотношений, взглядов, идеалов. Иначе говоря, отношение человека к опасности в путешествии складывается в процессе взаимного влияния общественного мнения группы и индивидуальных особенностей его членов, причем коллектив имеет решающее значение.

Отсюда представляются очень важными правильное формирование взглядов коллектива на опасность и осознание необходимости групповой защиты от нее. Больше того, можно считать, что становление туристского коллектива не закончено, что он еще не созрел, если у всех членов не выработано единого отношения к опасности, к методам, способствующим ее устранению.

Ожидать правильного группового мнения можно, разумеется, от правильно подобранной группы. Поэтому при организации достаточно сложного (а тем более небезопасного) путешествия много внимания и времени уделять слаженности и сработанности ее участников на тренировках, выяснению общности их взглядов, наработке походной совместимости всех членов группы. Не исключено, что у некоторых участников могут проявляться нежелательные качества, например зазнайство, безответственность, халатность, легкомыслие, раздражительность. Руководитель должен заранее взвесить, сумеет ли коллектив успешно бороться с этими недостатками, и приведут ли эгоистические черты характера и индивидуалистические настроения к несчастным случаям. Если есть сомнения, то лучше отказаться от путешествия в данном составе.

При безусловной объективности и материальности опасностей, связанных с рискованным маршрутом и плохим снаряжением, они все же представляют мнимую опасность для массовых путешествий. Мнимую в значительной мере потому, что большинство групп на активных туристских маршрутах совершают не столь сложные путешествия, где бы эти факторы могли играть решающую роль.

Действительной опасностью в путешествии является сам человек, и травматизм на туристских маршрутах отражает не волю случая или действие каких-то неподвластных человеку сил, а является следствием его собственных промахов и заблуждений.

Определенное значение имеет повышенная подверженность отдельных путешественников опасности несчастного случая, на что влияет неудовлетворительное состояние их здоровья, повышенная реакция на изменение ситуации, уровень утомления, ход течения эмоциональных процессов.

Главная же опасность заключается в малоопытности, в слабой технико-тактической и морально-волевой подготовке людей, отправляющихся в путешествие, в низкой дисциплине и сознательности некоторых из них. Первое проявляется в том, что человек не знает, как надо поступить в той или иной обстановке, или знает, но не умеет этого сделать. Второе – в том, что он знает и может, но не хочет и не делает то, что требует безопасность, или просто не хочет знать, что нужно делать для этого.

При всей ответственности самого путешественника за неправильные, опасные для здоровья и жизни поступки не может быть снята ответственность и с тех, кто подготовил, проверил и выпустил его на маршрут. А также с тех, кто воспитал его и привил определенные взгляды на необходимость безопасного прохождения маршрута, – то есть с общества. Поэтому общество – будь то туристская группа или любое другое объединение людей – в случае господства в нем неправильных коллективных взглядов на травматизм также становится одной из действительных опасностей в туризме.

Таким образом, анализ ситуации, требующих профилактических мер, противостоять этим опасностям профилактическими мероприятиями намного труднее, чем большинству болезней. Наиболее простыми предупредительными мерами являются организационно-технические, связанные с внедрением защитных устройств, усовершенствование снаряжения, благоустройством маршрутов, но и их проведение требует решения целого комплекса задач. Задача не из простых, не решаемых за один-два года, поскольку они охватывают большой круг вопросов от сугубо производственных до юридических, правовых [Карчевская Е.Н., 2008].

Список использованных источников

1. *Дурович А.П.* Организация туризма: учебн. пособ. СПб, 2012.
2. *Карчевская Е.Н.* Организация туризма и экскурсионного обслуживания в Республике Беларусь. Гомель, 2008.

*Н.А. Комаревцева, З.И. Притчина,
Е.В. Скрипникова*

ЭКСКУРСИОННЫЙ МАРШРУТ «ОЧАРОВАНИЕ ХУТОРА КИЗИНКА»

Кубанский государственный университет

Summary: Mostovskoy district of the Krasnodar Territory is less covered by excursion interest due to the lack of a developed network of sightseeing routes. Excursion «Charm of the Kizinka Farm» introduces tourists to the geology, geomorphology of the area, the mysterious properties of the water, the mysterious structures of a bygone civilization and the amazing places of the region.

Key words: excursion, excursion programs in Mostovsky district, new excursion routes.

Мостовской район Краснодарского края менее охвачен экскурсионным интересом ввиду отсутствия развитой сети экскурсионных маршрутов. Для расширения географии экскурсионного обслуживания в крае разработана экскурсия в окрестностях хут. Кизинка, где сосредоточены аттрактивные объекты показа [Ассовский В.Г., 2015]. Экскурсия «Очарование хутора Кизинка» знакомит экскурсантов с геологией, геоморфологией местности, таинственными свойствами воды, загадочными строениями ушедшей цивилизации – удивительными местами края.

Цель экскурсии в реализации образовательно-воспитательных, рекреационных целей, ознакомлении с богатствами края. Целевая аудитория – лица с хорошей физической подготовкой от 14 лет, русские и иностранные экскурсанты. Наиболее благоприятный период к посещению сухая теплая погода, при этом маршрут всесезонный. По способу передвижения маршрут комбинированный: транспортно-пешеходный.

Объекты показа в предложенной экскурсии – «дно» океана Тетис, окаменелости, гора Кизинчи, грот (Партизанская пещера), водопад долины р. Кизинка, дольменное городище:

1. Океан Тётис (немецкоязычная форма имени греческой богини моря Тефиды – греч. Τηθύς, Tethys). В юрском и меловом периодах мезозойской эры (180–65 млн лет назад) произошло величайшее в

истории Земли наступление океана на сушу, в результате чего территория Кубани, оказались во власти Тетиса. Из воды тогда выступали только вершины горных хребтов [Борисов В.И., 1969]. Доказательством этой гипотезы могут служить многочисленные аммониты, которые находят по сей день – останки древнейших головоногих моллюсков.

2. Аммониты (лат. *Ammonoidea*) – вымерший подкласс хищных головоногих моллюсков, существовавших в домеловой период. Когда-то аммониты обитали почти во всех морях, и сегодня найти их можно практически в любой области земного шара, даже в Антарктиде. Обычно диаметр раковины 5–10 см, но встречаются и гораздо больше. Самый большой аммонит был найден в Баварии, его диаметр 2,5 м. На территории России, на Северном Кавказе, в меловых отложениях на р. Белой можно встретить аммониты до 1 м в диаметре

3. Скала Кизинчи (г. Колокол). Кизинчи – переводится как «красный», где *къызыл* – «красный»; *-чи* – суффикс (тюрк./ногайск.). Скала очень живописна, имеет множество ниш и гротов, возникших в результате выветривания. Вдоль всего массива расположены два яруса скал (Рис. 1).



Рис. 1 – Скала Кизинчи (г. Колокол) (фото Е.В. Скрипниковой)

4. Массив Чертовы ворота образуют г. Западный Ачешбок и г. Восточный Ачешбок, высотой 2486 м и 2440 м над у. м. соответственно. Г. Восточный Ачешбок относится к Мостовскому району Краснодарского края, г. Западный Ачешбок – к Республике Адыгея, между ними проходит граница Кавказского заповедника (Рис. 2).



Рис. 2 – Вид со смотровой площадки скалы Кизинчи
(<http://www.tourister.ru>)

5. Грот (Партизанская пещера) – поверхностная форма рельефа, неглубокая горизонтальная пещера со сводчатым потолком и широким входом [Ассовский В.Г., 2014]. Это необычный грот с двумя выходами, разнесенными по высоте, еще его называют «грот с балконом» (Рис. 3).



Рис. 3 – Скала Кизинчи (г. Колокол), внутри грота
(фото Е.В. Скрипниковой)

6. Водопад на реке Кизинка. В этом месте р. Кизинки выход скальника, который перегораживает реку. Река в свою очередь протачивает в нём мини ущелье длиной 10 м.

7. Памятник природы Краснодарского края «Урочище дольмены» Краснодарский край, Мостовской район, на левобережье р. Кизинки (левый приток р. Ходзь) на плоских возвышенностях г. Кислая (311 дольменов) (Рис. 8).



Рис. 8 – Дольмен на г. Кислая (фото Е.В. Скрипниковой)

Дольмен – (от брет. *taol maen* – каменный стол) – древние погребальные/культовые/бытовые мегалитические сооружения. Дольмены г. Кислой – это десятки мегалитов, сооруженных из серого известняка и известнякового туфа. Дольмены сильно разрушены. Возраст дольменов вызывает споры среди учёных: одни датируют их возникновение II, а другие III тыс. до н.э., другие утверждают, что им 7–8 тыс. лет.

Список использованных источников

1. *Ассовский В.Г.* Горы Мостовского района // Родное Предгорье. 2014. №115.
2. *Ассовский В.Г.* Легенды, мифы... Мостовского района. Краснодар, 2015.
3. *Борисов В.И.* Занимательное краеведение. Краснодар, 1969.

*А.Е. Литвинов, М.А. Медведева,
А.Е. Буланая*

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ДОЛИНЕ РЕКИ ШАХЕ ДЛЯ ШКОЛЬНОГО ЭКСКУРСИОННОГО ОТДЫХА

*Муниципальная инновационная площадка
«Комплексное взаимодействие МБОУ гимназия №4 и РГО»,
г. Новороссийск*

Summary: Recreational research is the most important part of the research around school hiking holiday. This study focuses on a comprehensive recreational capacity and its comparison in the aspect of school walking routes on the territorial recreation system in the river valley of the Shah.

Key words: recreational potential, school hiking vacation, a comparative assessment, regional recreational system.

Особо охраняемые природные территории (ООПТ), в том числе гидрологические памятники природы, Северо-Западного Кавказа ежегодно привлекают отдыхающих возможностью школьной экскурсионной рекреации. Важными проблемами современного развития туризма в пределах памятников природы Краснодарского края являются относительно малая изученность потенциала территориальных рекреационных систем (ТРС); отсутствие программы всесезонного отдыха подростков; превышение рекреационной емкости некоторых участков ООПТ. Актуальным становится оценка потенциала ТРС аула Большой Кичмай и гидрологического памятника природы «33 водопада» в долине реки Шахе.

Важную роль при комплексной оценке потенциала развития школьного экскурсионного отдыха играют изучение орографических особенностей местности, развитости дорожно-тропиночной сети и пейзажной выразительности ландшафта [Литвинов А.Е., 2016]. Для этого исследуемая территория была разделена на четыре относительно самостоятельных рекреационных зоны с уникальными природными характеристиками: *пасека пчеловода*, аул Большой Кичмай; *сыроварня*, аул Большой Кичмай; чайная плантация, долина реки Шахе; 33 водопада, долина реки Шахе.

Орографические особенности ТРС Большой Кичмай определялись по следующим показателям: глубина и густота

расчленения рельефа; крутизна склонов; перепад высот; протяженность горизонтального участка [Литвинов А.Е., Буланая А.Е., 2017].

Характер рельефа местности в прибрежной полосе водоема благоприятно сказывается на развитии школьного экскурсионного отдыха. На большей части ТРС Большой Кичмай сложившаяся система водоразделов, горных хребтов и межгорных котловин с разнообразием экскурсионных объектов повышает привлекательность отдыха, не создает значительных ограничений для повышения доступности и комфортности рекреации.

Наиболее привлекательными для школьного экскурсионного отдыха орографические условия участков 33 водопада и чайной плантации в долине реки Шахе и юго-восточной части пасеки пчеловода близ аула Большой Кичмай. Не значительным потенциалом для школьного экскурсионного отдыха обладают околородные ландшафты юго-западной части пасеки пчеловода. Это связано с простотой рельефа этой местности. Близ сыроварни аула Большой Кичмай наоборот орографические условия весьма разнообразны и во многом препятствуют процессам организации экскурсионных маршрутов.

При оценке *развитости дорожно-тропиночной сети (ДТС)* исследуемой местности учитывался ряд показателей: число транзитных троп и подъездных путей в пределах крупных ТРС водоемов; развитость опушечных, дублирующих и пикниковых троп на маршруте; наличие и характер дельты подъездного пути; плотность нежелательных элементов дорожно-тропиночной сети [Литвинов А.Е., Буланая А.Е., 2017].

Дорожно-тропиночная сеть, проходящая по прибрежной полосе водного объекта ТРС Большой Кичмай, благоприятно сказывается на организации и функционировании околородного отдыха. Степень доступности экскурсионных объектов повышается с продвижением с востока и юго-востока на запад и северо-запад ТРС.

На территории участков 33 водопада и чайная плантация, а также юго-восточной части пасеки пчеловода имеет место умеренное разнообразие транзитных троп и подъездных путей. Здесь относительно слабо развита система нежелательных элементов ДТС: дублирующих, обходных, спрямляющих троп. Для этих участков характерна умеренная развитость подъездного пути. Близ сыроварни ДТС отличается относительной простотой, небольшим количеством транзитных троп и подъездных путей. В юго-западной части пасеки пчеловода число нежелательных элементов ДТС наоборот высоко. Доступность указанной выше зоны связана с разнообразием транзитных троп и подъездных путей вдоль побережья реки Шахе.

Оценка пейзажной выразительности водного и околородного объекта базируется на нескольких характеристиках:

просматриваемость водоема; красочность околородного ландшафта; соотнесенность рельефа и залесенности местности; величина водоема; экспозиция склонов и потенциальная обозримость территории; форма склонов; наличие зрительных фокусов; натуральность (девственность) ландшафта [Литвинов А.Е., Буланая А.Е., 2017].

Наилучшее сочетание околородных экосистем для школьного экскурсионного отдыха среди небольших роц на пересеченной среднегорной местности характерно для юго-восточной части пасеки пчеловода и пограничного участка между зонами 33 водопада и чайными плантациями. Экскурсионные объекты западной части чайных плантаций и юго-западной части пасеки пчеловода интересны расположением среди отдельно стоящих лесных роц на холмистой слабопересеченной местности. Все элементы экскурсионного отдыха участка сыроварня аула Большой Кичмай и большая часть таковых на северо-востоке участка 33 водопада находятся среди сплошных лесов на сильнопересеченной местности.

Комплексная оценка потенциала территориальной рекреационной системы Большой Кичмай для школьного экскурсионного отдыха показывает, что особенности орографии, развитие дорожно-тропиночной сети и характер пейзажной выразительности ландшафта благоприятны. Здесь целесообразно развивать рекреацию среди следующих околородных экскурсионных объектов: пасека пчеловода, сыроварня, чайная плантация, гидрологический памятник природы «33 водопада» в долине реки Шахе. Основным направлением школьного экскурсионного отдыха может стать всесезонный (летние, осенние, зимние и весенние каникулы) природоориентированный туризм.

Список использованных источников

1. *Литвинов А.Е.* Педагогические аспекты развития аграрного туризма в ходе реализации муниципальной инновационной площадки «Комплексное взаимодействие МБОУ гимназия № 4 и Русского географического общества» / А.Е. Литвинов, А.Е. Буланая / Актуальные проблемы развития сельского (аграрного) туризма в условиях современных геополитических и социально-экономических вызовов. Краснодар, 2017.

2. *Литвинов А.Е.* Опыт организации муниципальной инновационной площадки «Комплексное взаимодействие МБОУ гимназия №4 и Русского географического общества» в системе современного ФГОС / А.Е. Литвинов, А.А. Спичакова, А.Е. Буланая / Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам. Краснодар, 2016.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ ОБУЧАЮЩЕГО ПАТРИОТИЧЕСКОГО ЭКСКУРСИОННОГО МАРШРУТА

*Кубанский государственный университет;
Кубанский государственный технологический университет,
Новороссийский институт*

Summary: The article proposes the methodological development of excursions for young people. The excursion is a purposeful and planned visual process of cognition of the modern personality of the world, built on a combination of visual, auditory and other impressions, which takes place under the guidance of a qualified tour guide.

Key words: tour, Krasnodar region, Patriotic education, educational tourist route, the methodology of the tour, the development tour.

Неотъемлемой частью реализации национального и культурного становления Российской Федерации является экскурсионное дело, приоритетная цель которого – глубокое познание истории, многовековых традиций народа, а также образование и воспитание российского общества (особенно молодого поколения), его культурное развитие, экологическое и экономическое оздоровление государства, что и придает ему статус стратегически важной отрасли.

Отдельно следует отметить важность организации экскурсионных маршрутов для молодёжи, направленных на комплексную реализацию коммерческого и социального назначения экскурсий. Как и экономическая, педагогическая и просветительская деятельность, в первую очередь, экскурсионная работа требует наличия качественных разработок и образованных специалистов должного уровня и квалификации. К сожалению, современные подходы в подготовке, как маршрутов, так и самих специалистов, ориентированы в преимуществе на экономический эффект, и практически полностью игнорируют необходимость соответствующего уровня социальных и психологических знаний, умений и навыков, с использованием которых возможно достижение ключевой цели экскурсий [Максименко А.Г., 2015, 2016].

Экскурсионное дело в России должно выполнять экономические, просветительские, духовные, социальные и гуманитарные функции, способствовать социально-культурному становлению нации, наполнению бюджета, созданию новых рабочих мест. Высокий уровень популярности экскурсий в нашей стране превращает их в

перспективный инструмент поддержки социальной стабильности. Экскурсия – целенаправленный и запланированный наглядный процесс познания современной личностью окружающего мира, построенный на сочетании зрительных, слуховых и других впечатлений, который проходит под руководством квалифицированного специалиста – экскурсовода.

Предлагается методическая разработка экскурсии для молодежи г. Краснодара в г. Новороссийск и его окрестности – «Земля Героев». Выбор именно этого направления обусловлен тем, что существующее предложение экскурсий историко-патриотической направленности обычно включает объекты, расположенные на набережной адмирала Серебрякова и часть известных экскурсионных объектов г. Новороссийска, относящихся к культурно-познавательным [Сандул Б.Н., 2016]. Маршрут «Земля Героев» акцентирован на посещение мест исторических событий и сражений и мемориальных комплексов, им посвященных.

Основная цель данного тура – экскурсионно-познавательная и патриотическая. Подготовка данного экскурсионного тура предусматривает первоначальный отбор объектов демонстрации. В экскурсии должны соблюдаться взаимосвязь исторических событий и порядок посещения объектов показа и рассказа.

При планировании маршрута экскурсии «Земля Героев» предлагается остановиться в первую очередь на следующих объектах: площадь Героев (памятники советским солдатам, братская могила, памятники Героям Советского Союза, памятные плиты городов-героев); памятник-ансамбль «Малая земля»; памятник «Воинам-защитникам Новороссийска»; памятник «Исход»; мемориальные комплексы «Долина смерти» и «Рубеж обороны», а также музей военной техники [Достопримечательности..., 2018]. Предложенный маршрут представляет собой наиболее логичный путь следования экскурсионной группы, предполагающий полное раскрытие темы экскурсии. Он строится на основании верной последовательности осмотра экскурсионных объектов, наличия мест для расположения экскурсантов, необходимости соблюдения техники безопасности.

При формировании проекта данной экскурсии были учтены:

- географическое расположение экскурсионных объектов;
- возможность подхода и подъезда к объектам по логически верному маршруту;
- перспективы и логика построения текста обзорной экскурсии.

Общее время экскурсии составляет 6 часов, без учета времени в дороге, по пути следования из г. Краснодара в направлении г. Новороссийск и обратно. Предполагаемый маршрут экскурсии предусматривает его проведение в смешанном порядке – передвижение

пешком по экскурсионным объектам чередуется с передвижением по городу и окрестностям на автобусе.

Предложенный экскурсионный маршрут относится к категории обзорно-тематических маршрутов историко-патриотической направленности. Особенность такого экскурсионного маршрута для молодёжи – его информационная насыщенность, которая позволяет экскурсантам ознакомиться с основными памятными местами в рамках темы и ознакомиться с живописными видами города и его окрестностей.

Потребителями данного экскурсионного маршрута является молодёжь. В зависимости от численного, возрастного состава и образовательного уровня экскурсантов может закономерно меняться лексический уровень экскурсовода, полнота информации об объектах демонстрации. Итоговой целью данной экскурсии можно считать ознакомление и понимание уникальных исторических и героических особенностей истории г. Новороссийска [Рыживолова Э.А., 2015].

По способу организации эта экскурсия является организованной. По числу участников – групповая. Минимальный состав участников в группе должен составлять не менее 16 чел. По продолжительности путешествия экскурсия – однодневная.

По указанному маршруту проведено обследование, установлено, что территория полностью адаптирована, в соответствии с программой «Доступная среда», что означает полную возможность проведения данного маршрута для лиц с ограниченными возможностями здоровья, перемещающихся на колясках, при помощи сопровождающих [Бочкарь Е.В., 2016]. Особенности организации экскурсии для особых категорий экскурсантов рассматривались авторами в ранних работах. Существенное отличие в организации заключается во временном планировании при следовании по маршруту группы.

Расчет базовых транспортных расходов на экскурсию производится из г. Краснодара. В стоимость экскурсии включены расходы на экскурсионные программы; стоимость входных билетов; услуги экскурсовода; проезд в автобусе; медицинская страховка. В стоимость экскурсии не входит: питание, дополнительные услуги, сувенирная продукция. В калькуляции себестоимости экскурсионного тура учитываются расходы на чартерный автобусный рейс, услуги гида-экскурсовода, стоимость входных билетов на действующие экспозиции, медицинская страховка экскурсантов, услуги турфирмы, прочие расходы и НДС.

Прибыль, закладываемая в стоимость данного экскурсионного продукта, устанавливается турфирмой в долевым соотношении к себестоимости затрат. К переменным (прямым и косвенным) затратам относятся: стоимость перевозки, стоимость экскурсий, работа экскурсовода, входные билеты, а также комиссионные вознаграждения

туристическим агентам, расходы, предназначенные для руководителя группы.

К основным постоянным затратам турфирмы относятся: аренда офиса, заработная плата управленческого и прочего персонала с отчислениями на социальное страхование, затраты на общую рекламу, прочие общехозяйственные расходы.

Основной задачей посещения экскурсии является военно-патриотическое развитие молодёжи, познание и изучение истории, общение и отвлечение от обыденности.

Разработанный маршрут экскурсии актуален, не сложен в реализации, основывается на уникальных конкурентных историко-патриотических преимуществах города Новороссийска в сфере экскурсионного предложения, а так же несет множество положительных эффектов в разных сферах (экономическая, воспитательная, социальная), требует небольшого времени для организационной подготовки и запуска экскурсионного проекта.

Список использованных источников

1. *Бочкарь Е.В.* Обучающая природоведческая экскурсия для детей с ограниченными возможностями / Е.В. Бочкарь, А.Г. Максименко / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодежной науч.-практ. конф. Краснодар, 2016.

2. Достопримечательности Новороссийска / Курорты у моря. URL: <http://kurortyumorya.ru/attraction/novorossiysk>.

3. *Максименко А.Г.* Использование культурно-исторических ресурсов территории в целях туризма и рекреации / Географические исследования Краснодарского края. Краснодар, 2015.

4. *Максименко А.Г.* Традиции и современность в развитии природооберегающих видов рекреационной деятельности в Краснодарском крае / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

5. *Рыживолова Э.А.* Военно-патриотический туризм в России / Э.А. Рыживолова, М.С. Коротких / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2015.

6. *Сандул Б.Н.* Патриотический экскурсионный маршрут по городу-герою Новороссийску / Б.Н. Сандул, А.Г. Максименко / Вестн. науч. общ-ва геогр. ф-та: матер. молодеж. науч.-практ. конф. Краснодар, 2016.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

*Т.А. Волкова, М.К. Кондрашина,
А.А. Пономаренко*

ТРАНСМЕДИЙНЫЙ СТОРИТЕЛЛИНГ КАК КАНАЛ ТРАНСЛЯЦИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ТУРИСТСКОЙ МИФОЛОГИИ

Кубанский государственный университет

Summary: Today in science the concept of «transmedia storytelling» is used to create thematic structures or cycles, which can consist of many stories and one. In such conditions, mythologization of recreational space becomes an increasingly important component of the recreational development process.

Key words: transmedia storytelling, tourism, tourist territorial mythology, gamification, Krasnodar region.

Впервые метод «сторителлинг» был использован Дэвидом Армстронгом, главой международной компании Armstrong International, который рассказал о применении указанного подхода в своей книге *Managing by Storying Around: A New Method of Leadership*, вышедшей в 1992 г. Тогда же идея управления сотрудниками при помощи историй была также взята на вооружение профессором Бирмингемского университета Кевином Томпсоном при разработке концепции вовлечения, где рассказывание историй является одним из методов воодушевления персонала. За прошедшие годы подход, именуемый трансмедийный сторителлинг, претерпел некоторые изменения, он стал комплексным и мультидисциплинарным, проник в различные виды хозяйственной деятельности.

На сегодняшний день в науке понятие «трансмедийный сторителлинг» применяют к созданию тематических конструкций или циклов, которые могут состоять как из множества историй, так и из одной. Такие истории могут допускать введение новых объектов, строений и локаций, кроме того могут дублироваться с помощью других медиа, дополняя существующую информацию.

Характерной особенностью туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края свойственна концентрация миллионов рекреантов на узкой полосе, в то время как значительно большие по площади территории с уникальными рекреационными ресурсами используются частично для организации одного-двух видов рекреационной деятельности [Волкова Т.А. и др., 2015]. На сегодняшний день Министерством курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края проводится комплексная политика по перераспределению рекреантов и туристов в пределах края: активно развивается горно-предгорная зона и Азовское побережье; создаются условия для развития новых, ранее не распространенных видов туризма [Волкова Т.А. и др., 2017]. В таких условиях все более важной составляющей процесс рекреационного освоения становится мифологизация рекреационного пространства.

Мифологизация пространства – это процесс генерации художественных образов на основе реальных свойств и событий, с этой территорией связанных. Основой для формирования мифологического пространства являются легенды, эпос, народные предания, художественный вымысел, устное народное творчество, рассказы очевидцев о мистических событиях и т.п. [Волкова Т.А. и др., 2012] Одним из инструментов трансляции туристской пространственной мифологии и становится в современных условиях трансмедийный сторителлинг. Развитие туризма во всем мире и в Российской Федерации, в том числе не обходится без использования приемов трансмедийного сторителлинга. Использование трансмедийного повествования в этой области зачастую помогает популяризировать объекты туристского назначения. Но на наш взгляд с помощью этого инструмента можно регулировать рекреационные нагрузки путем перераспределения туристских потоков. Создание трансмедийных платформ поможет быстро и грамотно донести сведения о туристическом объекте до потребителя, который может находиться и за пределами объекта, даже в своей квартире.

Трансмедийное повествование может быть не только в виде обычной подачи информации о туристском объекте, а в качестве игры. Геймифицированные продукты набирают все большие обороты в области туризма, так как это очень перспективно и помогает развитию только что открывшихся объектов туристского назначения или не очень популярных. В игре необходимо начислять баллы и скидки за посещение объектов участвующих в программе. Желание выиграть

сорвать куш или получить скидку является частой причиной, приводящей втягиванию в игровой процесс.

Интерактивные продукты в целом, и туристские игры и геймифицированные продукты, в частности, чрезвычайно перспективны для применения в сфере туризма и гостеприимства. Стремление современного туриста получить максимум впечатлений от каждого своего путешествия в сочетании со снижающимся спросом на услуги турфирм, делает специализированные приложения для смартфонов и планшетных компьютеров своего рода интерактивными гидами по местности. Очевидна экономия средств и времени туриста, он не привязан к определенной туристической или экскурсионной группе и получает максимум впечатлений при минимальных затратах [Антонова А.Б. и др., 2016].

Опубликовано при поддержке ОГОН РФФИ и администрации Краснодарского края, проект «Сценарное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края» № 17-12-23004 а(р).

Список использованных источников

1. Антонова А.Б. Интерактивные информационные технологии как ключевой тренд развития индустрии туризма / А.Б. Антонова, Е.А. Иванов, К.О. Дубинина // Экономика, Право, Инновации. 2016. №2.

2. Волкова Т.А. Мифологизация рекреационного пространства как фактор освоения территории / Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, А.А. Мищенко, В.В. Задорожная / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2012.

3. Волкова Т.А. Современные условия развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края / Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, М.Ф. Ходыкина / Развитие регионов в XXI в.: матер. II Междунар. науч. конф. Владикавказ, 2017.

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

5. Трансмедиасторителлинг: определение, обзор подходов к анализу. URL: <https://culture.wikireading.ru/74256>.

О СОЗДАНИИ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ С МОДИФИЦИРОВАННЫМ ИЗОТОПНЫМ СОСТАВОМ ДЛЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

Кубанский государственный университет

Summary: The current direction in the world biotechnology is the creation of ecologically clean food products. In our opinion, the level of modern research in this area has reached a critical level, which in the near future will lead to the emergence of a new branch of food production - with a reduced content of isotopes of biogenic elements.

Key words: isotopes, deuterium depleted water, health.

В настоящее время по данным международных библиографических баз цитирования (Scopus, WebofScience) более чем в 2 раза увеличилось количество публикаций о стабильных изотопах (если сравнивать данные за период с 2003 по 2004 гг. и период с 2015 по 2016 гг. – на 137% в базе Scopus и на 108% в базе Web of Science соответственно), в которых освещаются вопросы изучения содержания и распределения в организме в зависимости от факторов внешней и внутренней среды тяжелых нерадиоактивных изотопов биогенных элементов (прежде всего Н, О, С), оказывающих влияние на различные метаболические процессы и функциональную активность защитных систем организма, изменяя его адаптационный потенциал, а, следовательно, имеющих значение для развития восстановительной, регенеративной и адаптационной медицины.

Научные тенденции последних лет направлены на поиск новых подходов в исследовании обмена нерадиоактивных изотопов, позволяющих систематизировать накопившиеся знания об их поступлении и распределении в органах и биологических жидкостях, а также путях выведения из организма. Все это необходимо для более глубокого понимания механизмов реакций изотопного обмена в биологических системах, а также для оценки способности тяжелых изотопов в ходе метаболизма к инкорпорированию в различные живые ткани [Schmidt, H.-L., et al., 2015]. Особое значение для биологии и медицины имеет отсутствие видовой специфичности биологического

действия тяжелых нерадиоактивных изотопов, их способность комплексно воздействовать на организм как живую систему в целом.

Актуальным направлением в мировой биотехнологии является создание экологически чистых продуктов питания. Последние исследования, проведенные в Великобритании (Oxford University), Германии (University of Wuerzburg), Франции (Claude Bernard University) показали высокую зависимость здоровья населения от концентрации дейтерия в питьевом рационе.

По нашему мнению, уровень современных исследований в данной области достиг критического значения, что приведет в ближайшее время к возникновению новой отрасли производства пищевых продуктов – со сниженным содержанием изотопов биогенных элементов.

Необходимо срочное проведение исследований в области создания продуктов питания, обедненных по содержанию изотопов биогенных элементов, а также изучения их влияния на организм животных и человека.

Техническая база для производства воды, обедненной по дейтерию, в России имеется. На данный момент в РФ активно развиваются производства воды, обедненной по дейтерию – Лангвей и Вивиди. Проведены исследования влияния обедненной по дейтерию воды на живые системы в ряде научных центров РФ: НИИ МБП РАН, ВНИИМП РАН, ИБР РАН, НИИ морфологии человека РАН и др., в вузах – МГУ, КубГУ.

Для массового внедрения данной технологии необходима разработка как минимум на порядок более энергоэффективного способа обедненной дейтерием воды. На наш взгляд, эта задача может быть решена только силами РАН.

На сегодняшний день, в соответствии с имеющимися данными в печати, исследования по созданию продуктов питания с модифицированным изотопным составом и их влияния на живые системы ведутся только в Кубанском государственном университете и ВНИИ Мясной промышленности им. В.М. Горбатова РАН. Кроме того, в рамках проекта РНФ получены прорывные результаты: на основе проведенных исследований показана возможность создания нового класса препаратов, неспецифических стимуляторов иммунитета, что обуславливает формирование инновационной концепции создания биопродуктов «organicfood» в рамках концепции НТИ FoodNet. Биопрепараты на основе воды с модифицированным изотопным (D/H) составом представляют собой новейшую стратегию защиты

сельскохозяйственных животных от патогенных микроорганизмов, что позволит обеспечить не только стабилизацию численности поголовья, но и повысить качество продукции животноводства, за счет отказа от антибиотических средств, зачастую обладающих рядом выраженных побочных эффектов. Выделенные природные биомолекулы способны напрямую инактивировать ксенобиотики, стимулировать генерацию и кумуляцию иммунокомпетентных клеток и физиологически активных веществ (антител, белков теплового шока, ферментов антиокислительной защиты и пр.), действие которых осуществляется за счет активации экспрессии соответствующих локусов в геноме, а также регулирования сигнальных процессов на молекулярно-биологическом (прежде всего белково-пептидном) и биофизическом (формирование изотопного градиента, снижение общей энтропии процессов) уровнях [Fedulova L.V., et al., 2017]. Полученные в результате проведенных исследований данные будут служить основой при создании инновационного кластера лекарственных средств для ветеринарии и медицины.

Таким образом, для закрепления имеющегося в РФ преимущества в данной области, необходимо создание программы для развития данного направления и его внедрения в промышленность. Имеющиеся задачи можно разделить на 4 группы: создание продуктов питания, молекулярно-генетические исследования в области фундаментальной биологии, медицинские и геронтологические исследования, внедрение. Программа должна быть создана под руководством Академии наук, на базе научно-исследовательских институтов РАН и организаций, имеющих задел в данной области.

Список использованных источников

1. *Schmidt H.-L.* Multi-factorial in vivo stable isotope fractionation: causes, correlations, consequences and applications / H.-L. Schmidt, R.J. Robins, R.A. Werner // *Isotopes in Environmental and Health Studies*. V.51. Issue 1. 2015.

2. *Fedulova L.V.* Influence of different polypeptides fractions derived from *Susscrofa* immune organs on the rats immunological reactivity / L.V. Fedulova, E.R. Vasilevskaya, E.A. Kotenkova, A.A. Elkina, M.G. Baryshev, A.B. Lisitsyn // *Journal of Pharmacy and Nutrition Sciences*. V.7. №2. 2017.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова;
Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: This article focuses on the revitalization of the enterprises of food related to the introduction of innovations in order to attract consumer attention to the products and services offered and increase its customer base. Among the innovations used, IT-technologies occupy a Central place. The areas of innovation used, typical for modern restaurant practice, are connected with the desire of restaurateurs to outperform their competitors, taking into account the pressure exerted on them by suppliers, consumers and business partners.

Key words: IT-technologies, modern restaurant practice, innovations.

В условиях конкурентного ведения бизнеса на рынке услуг гостеприимства действующим предприятиям, связанным с выводом своих предложений и доведения их до своего целевого сегмента, необходимо уделять внимание качеству своих услуг. Предпочтения потребителей отличаются повышенной степенью изменчивости, только качество является мощным потребительским стимулом к совершению покупок, которое определяет эксклюзивную ценность и дает превосходство над конкурентами.

В этом направлении активизируется деятельность предприятий туристско-рекреационного комплекса (ТРК), связанная с внедрением инноваций. Одним из сильных игроков в ТРК выступают предприятия питания, в которых среди сфер освоения инноваций, имеющих положительный эффект выступают налоговая деятельность, управление качеством, финансовая деятельность, освоение новых форм кадровой работы и стимулирования, технология производства кулинарной продукции, освоение новых форм сбыта, организация управления предприятием, освоение новых видов сырья для расширения линейки выпускаемых блюд и напитков.

Для предприятий питания актуальными направлениями деятельности также являются управление брендом, в котором выделяют [Василенко Е.В. и др., 2016]:

- личный бренд шеф-повара – как инструмент развития производства данного предприятия, связанного с модернизацией технологических схем производства широкого ассортимента кулинарной продукции, доведением до совершенства организации рабочих мест поваров, максимальной автоматизацией кулинарного процесса, что отражается на качестве пищи и повышении степени удовлетворенности питанием гостей;

- бренд ресторатора – как инструмент привлечения гостей, что связано с внедрением в практику обслуживания новых форм, методов и видов работы с гостями, повышением культуры обслуживания, внедрением элементов суггестивного сервиса, что позитивно отражается на уровне корпоративной культуры современного предприятия питания.

На современном этапе большое внимание уделяется использованию в коммерческой деятельности предприятий питания IT-технологий, которые ярко проявляются по таким аспектам деятельности как [Диянова С.Н. и др., 2017]:

- архитектура внутреннего портала сети ресторанов – как средство коммуникации;

- идентификация гостя по внешним признакам (Digital – инструменты);

- мобильное приложение сети ресторанов;

- развитие лояльности гостей ресторана – поколение Y, которое характеризуется глубокой вовлеченностью в цифровые технологии, и не представляют свою жизнь без смартфонов, планшетов и компьютеров.

В связи с этим в предприятиях питания актуализировалось электронное меню как одно из популярных технологических решений. Электронное меню имеет ряд преимуществ, среди которых можно выделить: быстрое обновление ассортиментных позиций; предоставление интересующей гостей информации в большом объеме, связанной с составом и калорийностью предлагаемых блюд, их технологическими особенностями приготовления, с демонстрацией самого процесса и вывода его на экран в виде кулинарного шоу с одновременным сопровождением рассказа шеф-повара о каждом действии по процессу; предоставление возможности поиграть в различные игры в ожидании своего заказа.

Помимо электронного меню используют специальные мобильные терминалы, которые существенно облегчают процесс выбора необходимой продукции и услуг, с последующим оформлением заказа, освобождая от необходимости ждать официанта, так как информация автоматически отправляется менеджеру предприятия.

Список предприятий питания, использующих такие интересные девайсы и специальные мобильные терминалы, постоянно растет. В основном они представлены ресторанными сетями, в том числе и ресторанами быстрого обслуживания, позиционирующими себя как заведения fastfood. Первым данную инновацию на российском рынке услуг питания ввел McDonald`s.

Мобильные приложения позволяют ресторанам продвигать до потребителей необходимую информацию о себе, например, время работы зала, адрес заведения, различные новости актуальные для ресторанного бизнеса, проводимые акции в предприятии, сведения о программах лояльности в виде текущего баланса баллов, всех пополнений и списаний, прогноза сгорания баллов. Почти все предприятия питания разрабатывают свои мобильные приложения сразу под две платформы: iOS и Android.

Вместе с мобильными приложениями популярны и мобильные программы лояльности (МПЛ), которые не требуют наличия физических носителей в виде пластиковых карт. Достаточно для участия в программе лояльности установить соответствующее приложение и показывать его при каждом заказе. МПЛ имеют ряд преимуществ, среди которых выделяются [Диянова С.Н. и др., 2017]:

- возможность повышать узнаваемость бренда, что актуально для выделения предприятия питания в конкурентной среде, что, в свою очередь, позволяет рыночным игрокам добиться более высоких результатов;

- возможность мгновенного создания клиентской базы предприятия без заполнения каких-либо анкет. Доступ к такой базе позволяет предприятию информировать своих гостей обо всех новостях и акциях, совершая звонки и рассылая SMS-сообщения;

- МПЛ хорошо воспринимается потребителями, так как имеют преимущество в цене;

- дают возможность предоставлять более структурированную информацию о предприятии;

- дают возможность посмотреть свой бонусный баланс, историю транзакций, узнать о дополнительных акциях и скидках.

Данные мобильные программы лояльности в своей деятельности

используют такие ресторанные сети как «Starbuckscoffee», «BurgerKing», «Ваби-Саби», «PizzaHut», «PapaJohn`s», «Чайхана» и др.

Также в настоящее время большой интерес со стороны предприятий питания разных форматов проявляется к инструментарию социальных медиа, которые стали ключевыми маркетинговыми каналами продвижения продукции и услуг. Это объясняется тем, что увеличивается продолжительность, частота посещения социальных сетей, блогов, форумов, что в целом отражает рост уровня проникновения Интернета. В связи с этим предприятия питания активно используют социальные медиа в качестве маркетингового инструментария с целью отслеживания мнений потенциальных потребителей, нивелирования негатива, тестирования ассортимента, привлечения внимания социально-активной потребительской аудитории к различным акциям предприятия. Всё это подчеркивает актуальность активного использования собственных групп, сообществ в социальных сетях для проведения маркетинговых акций в условиях ограничения бюджета на рекламу, который сокращается под воздействием кризиса, характеризующегося падением продаж и активностью посещений предприятий питания.

Таким образом, представленные направления инновационной деятельности, характерные для современной ресторанной практики связаны с желаниями рестораторов – предпринимателей опередить своих конкурентов, их стремлением к экспериментам, а также с ответной реакцией на оказываемое давление со стороны поставщиков, потребителей и деловых партнеров.

Список использованных источников

1. Джум Т.А. Инновационная деятельность в сфере туризма / Т.А. Джум, Е.В. Василенко / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

2. Диянова С.Н. Стратегии развития инновационных технологий в общественном питании, нацеленные на повышение конкурентоспособности ресторанных услуг / С.Н. Диянова, Т.А. Джум / Экономика устойчивого развития: региональный науч. ж-л. Краснодар. №1(29). 2017.

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ И ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Крымский университет культуры, искусств и туризма

Summary: The article considers the innovative component and the main functions of entrepreneurial activity in tourism. The problems of development of innovative activity in the Republic of Crimea and the development of small business and innovation in tourism.

Key words: Republic of Crimea, tourism, investments, business.

На современном этапе развития экономики национальная конкурентоспособность базируется на эффективном функционировании всех уровней и элементов национальной экономической системы, всесторонним учетом внешних и внутренних факторов и условий, разработки и реализации инновационной модели развития экономики на государственном уровне. По мнению М. Портера национальные условия являются базой для создания национальных конкурентных преимуществ [Портер М., 1993].

Переход к инновационной модели экономического развития, задекларированный в РФ, предполагает использование потенциала всех движущих сил, способных инициировать инновации и воплощать их в жизнь. Одной из таких ведущих сил является бизнес, ориентированный на инновации. Развитие инновационной деятельности является обязательной предпосылкой коренной модернизации экономики РФ и ответа на возникающие глобальные вызовы [Брижанина Т.В., 2013].

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

Предпринимательская деятельность в туризме, проблематика развития инновационной активности особенно важна для Республики Крым, т.к. это является одной из основных предпосылок подъема региональной экономики и перевода ее на инновационную модель. Малое предпринимательство в туризме в Республике Крым могут сыграть особую роль, способствовать ускорению необходимых трансформаций. Однако повышение их инновационной активности осложняется рядом трудностей и проблем, нерешенных на предыдущих исторических этапах.

Вопросы развития малого предпринимательства и инновационной деятельности исследованы в работах: А. Красниковой, Ю. Александрии, В. Пташник, К. Зоидова, Г. Франовской, А. Шарапова, К. Равнянского и др. В экономической системе предпринимательство выполняет определенные функции общеэкономического характера. Вместе с тем, необходимо выделить основные функции:

- социальная – удовлетворение потребностей, обеспечение занятости, создание рабочих мест и повышении уровня благосостояния населения, развитие человеческого капитала и социально-экономических отношений;

- стимулирующая – повышение уровня конкуренции, способствование достижению равновесия (рыночного и межотраслевого) и баланса в экономике, изменение уровня цен;

- ресурсная – аккумуляция и аллокация экономических ресурсов, обеспечение их воспроизводства;

- производственная – создание экономических благ (стоимости), удовлетворяющих потребителей; организация и управление производством; аккумуляция, комбинация и эксплуатация экономических ресурсов;

- рыночная – обеспечение экономического обмена, организация оборота товаров и создание специальных механизмов;

- институциональная – создание/изменение формальных и неформальных норм, социального и экономического порядка;

- инфраструктурная – обеспечение экономических процессов;

- организационная – организация хозяйственных единиц, экономических связей, механизмов взаимодействия;

- инвестиционно-воспроизводственная – концентрация и инвестирование ресурсов; создание и воспроизводство капитала на новой основе;

- структурная – создание новых отраслей, внутриотраслевой

диверсификации, обеспечение связей между предприятиями разных отраслей;

– генерирования знаний – заключается в генерировании различных знаний, которые лежат в основе инноваций, а также управления и маркетинга; знания могут быть отдельным результатом деятельности предпринимателей;

– инновационная – инициирование, разработка, внедрение и коммерциализация инноваций с принятием на себя усилий по поиску идеи, их практической разработке и снижению риска [Епифанова Т.В., 2011].

Спектр выделенных функций позволяет утверждать, что МПР играет значимую и весомую роль в обеспечении перспективного роста национальной экономики, при этом в современных условиях важнейшей составляющей этой роли становится инновационная составляющая, которая приобретает первичное значение по отношению к остальным функциям и обуславливает их масштаб. В предпринимательской деятельности, инновационная активность является определяющей. Предпринимательство становится таковым, если предприниматели генерируют инновационные идеи и изыскивают возможности реализации достижений науки и техники для повышения эффективности и удовлетворения потребностей общества, т.е. предпринимательство органически связано с новаторством. Инновации превращаются в миссию и делают соответствующую функцию главной, при этом они ориентированы на удовлетворение индивидуализированного спроса преимущественно конечных потребителей.

Список использованных источников

1. *Брижанина Т.В.* Роль малого предпринимательства в развитии экономики // Вестн. Челябинского гос. ун-та. 2013. №3(294).

2. *Епифанова Т.В.* Экономические и социальные функции малого бизнеса // Учет и статистика. 2011. №4.

3. *Портер М.* Международная конкуренция. М., 1993.

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

Summary: The article analyzes the process of information and analytical support of the activities of tourist enterprises.

Key words: tourism, information, analytical support, activities of tourist enterprises, tourism industry.

Формирование и контролирование осуществления производства туристских услуг основаны на применении достоверных, полных, актуальных, релевантных и сопоставимых данных, которые формируются в системе информационно-аналитического обеспечения процесса производства туристских услуг, деятельности туристского предприятия, функционирующего во взаимодействии с макросредой с конкретной целью.

Информационно-аналитическое обеспечение производства туристских услуг туристским предприятием содержит информацию, характер, содержание и степень обработки которой зависит от цели функционирования туристского предприятия, вида туристской деятельности, содержания общих и специфических функций разработки и контроля реализации производства туристских услуг, возникающих при этом стратегических и оперативных задач, и в значительной мере от того, как понимает менеджмент туристского предприятия значимость информационно-аналитического сопровождения управленческих решений [Шпырня О.В., Лысенко В.В., 2007].

В туристском бизнесе скорость принятия управленческих решений обусловлена быстротой реализации процессов анализа, обработки и передачи информации, что обеспечивается качественной информационно-аналитической работой. Для эффективной деятельности туристских предприятий в условиях жесткой конкуренции, вызванной насыщенностью рынка туристских услуг, технологическими новациями, экономическими колебаниями и другими факторами, менеджмент должен использовать эффективные

инструменты управления, в том числе и информационно-аналитические.

Помимо этого, устойчивость на туристском рынке, важность анализа конкурентов в адаптации к текущим изменениям вынуждает руководство туристских предприятий постоянно подвергать коррекции свою цель, стратегию и пути их осуществления. Стратегия развития туристского предприятия как важнейший элемент его менеджмента имеет существенное значение, так как спрос на туристские услуги Российской Федерации близок к насыщению, при этом рост прибыли при оказании туристских услуг за счет лояльности клиентов является основным драйвером роста туристских предприятий. Вот почему важнейшей целью туристских предприятий является создание лояльной клиентской базы, т.е. совокупности туристов, приверженных конкретному туристскому предприятию [Драчева М.А., Шпырня О.В., 2016].

Возможность превзойти конкурентов во многом обусловлена эффективным процессом работы с информацией, отражающей все значимые изменения в макросреде и микросреде туристского предприятия, а также их влияния на деятельность фирмы, где лояльность туристов является самым важным фактором конкурентоспособности. Учитывая постоянное увеличение объемов информации, постоянного изменения её содержания, стратегия управления туристским предприятием требует формирования эффективной системы информационно-аналитического обеспечения.

При этом критерии, сформированные, исходя из данных бухгалтерии, часто занимают преобладающее значение в анализируемых показателях развития туристского предприятия. Однако, по мнению О.В. Шпырня и В.Г. Минченко, совершенствование стратегии управления туристским предприятием на базе информационно-аналитического обеспечения требует применения иных показателей, среди которых важнейшим является лояльность туристов [Шпырня О.В., Минченко В.Г., 2012].

В структуре деятельности туристских предприятий Краснодарского края в настоящее время использование информационно-аналитического инструментария развито недостаточно [Шпырня О.В. и др., 2016]. Необходимость совершенствования стратегии управления туристскими предприятиями на базе информационно-аналитического обеспечения определяет актуальность темы данной статьи.

Важность формирования эффективного информационно-аналитического обеспечения стратегии управления туристскими предприятиями, учитывающего взаимодействие с туристами, выраженное показателем лояльности клиентов, предопределяет конкурентоспособность компании на рынке.

Список использованных источников

1. *Драчева М.А.* Повышение эффективности продаж в сфере внутреннего туризма на примере Краснодарского края / М.А. Драчева, О.В. Шпырня / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

2. *Шпырня О.В.* Использование информационных технологий в туристской деятельности / О.В. Шпырня, В.В. Лысенко / Информационно-вычислительные технологии и их приложения: матер. VI Междунар. науч.-техн. конф. / под общ. ред. А.Н. Кошева. Пенза, 2007.

3. *Шпырня О.В.* Состояние и перспективы развития туризма в Краснодарском крае / О.В. Шпырня, М.В. Говоров, Д.А. Дёмин // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2016. Т.2.

4. *Шпырня О.В.* Технологии продаж в туристской индустрии: учебное пособие / О.В. Шпырня, В.Г. Минченко. Краснодар, 2012.

*А.Н. Пелина, М.В. Кузякина,
А.И. Сологубова*

ОПЫТ СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОРТАЛА ДЛЯ КУРОРТНОГО РАЙОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

Кубанский государственный университет

Summary: The article discusses the process and the main stages of creating a tourist information portal of the resort area. The object of interest selected area of the Caucasian Mineral Waters.

Key words: resort area, Caucasian Mineral Waters, tourist information portal, interactive map.

В связи с развитием туристской инфраструктуры и современных технологий появляется необходимость в создании туристских тематических карт и размещении таких материалов в широком доступе, а именно в сети интернет. Отсутствие единой карты и интернет-портала о туристических объектах для рекреационного района Кавказских минеральных вод (КМВ) явилось главной предпосылкой для данной работы.

На основе данных с сервисов Google Maps, Яндекс Карты и 2ГИС авторами созданы базы координатных данных туристических объектов городов КМВ. Далее способом значков построены тематические карты точек интереса [Сологубова А.И. и др., 2016]. Их размещение на авторском сайте <http://turizmnakmv.urest.org> позволило получить доступ широкого круга пользователей к картографическим материалам, а также к сопровождающей информации в виде фотографий и описаний каждого объекта.

В статье рассматривается процесс создания сайта – туристского информационного портала курортного района КМВ.

Для создания сайта был выбран онлайн-конструктор uKit (система для создания веб-страниц без знания языков программирования). Вся работа с uKit происходит в браузере, а полученные результаты хранятся на облачном сервере. Карты выполнены в программном модуле ArcGIS 10.3.

На сайте отображены следующие разделы: «Памятники природы», «Парки и экскурсионные учреждения», «Архитектурные

памятники», «Музеи». Каждый раздел включает в себя описание объектов, фотографии, интерактивную карту и авторскую карту-файл, доступную для скачивания. На главной странице сайта добавлены блоки: прогноз погоды для городов курортной зоны, фотогалерея и форма обратной связи.

Основные этапы технологии работы представлены ниже:

- Регистрация в системе конструктора uKit.
- Выбор шаблона из списка (Рис. 1). В данной системе они распределены по 40 тематикам и сферам деятельности, которые содержат более 300 шаблонов.

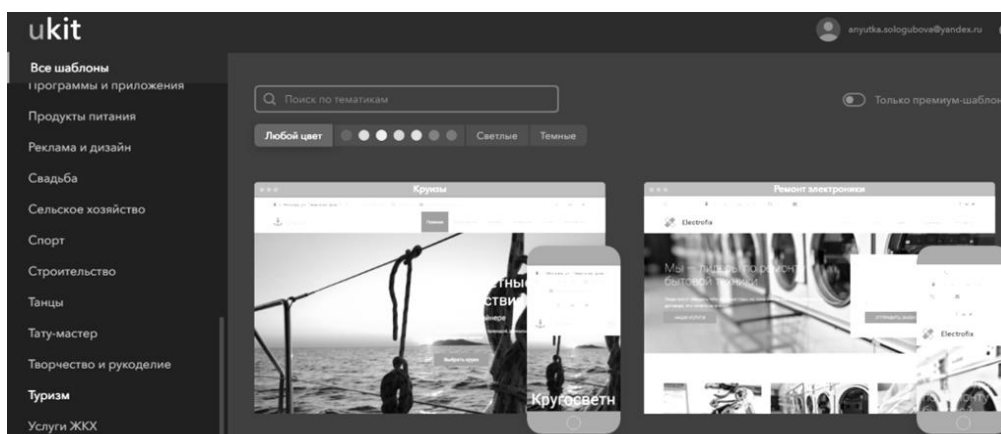


Рис. 1 – Выбор шаблона

- Создание уникального доменного имени.
- Заполнение регистрационных полей: название сайта, контактные данные (e-mail, номер телефона, адрес) и ссылки на социальные сети.
- Оформление сайта: создание тематических разделов, добавление фотографий, размещение различных модулей, таких как прогноз погоды, интерактивная карта и др. (Рис. 2).

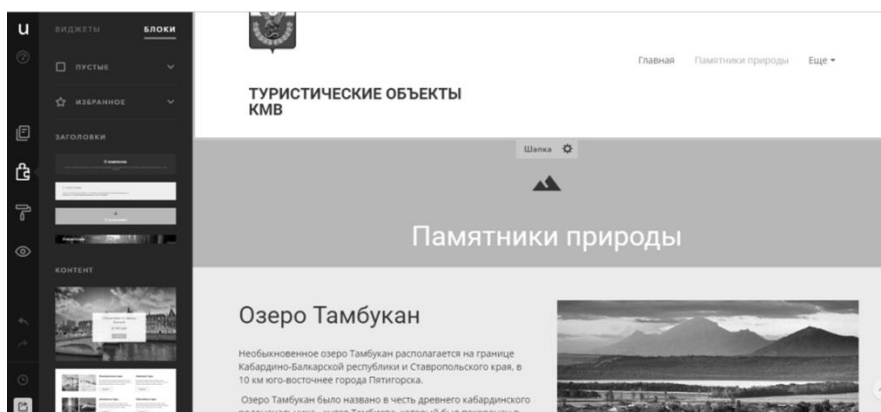


Рис. 2 – Оформление и моделирование сайта

Созданный сайт «Туристические объекты КМВ» (Рис. 3–5) расположен в сети интернет по адресу <http://turizmnakmv.urest.org>.



Рис. 3 – Главная страница сайта

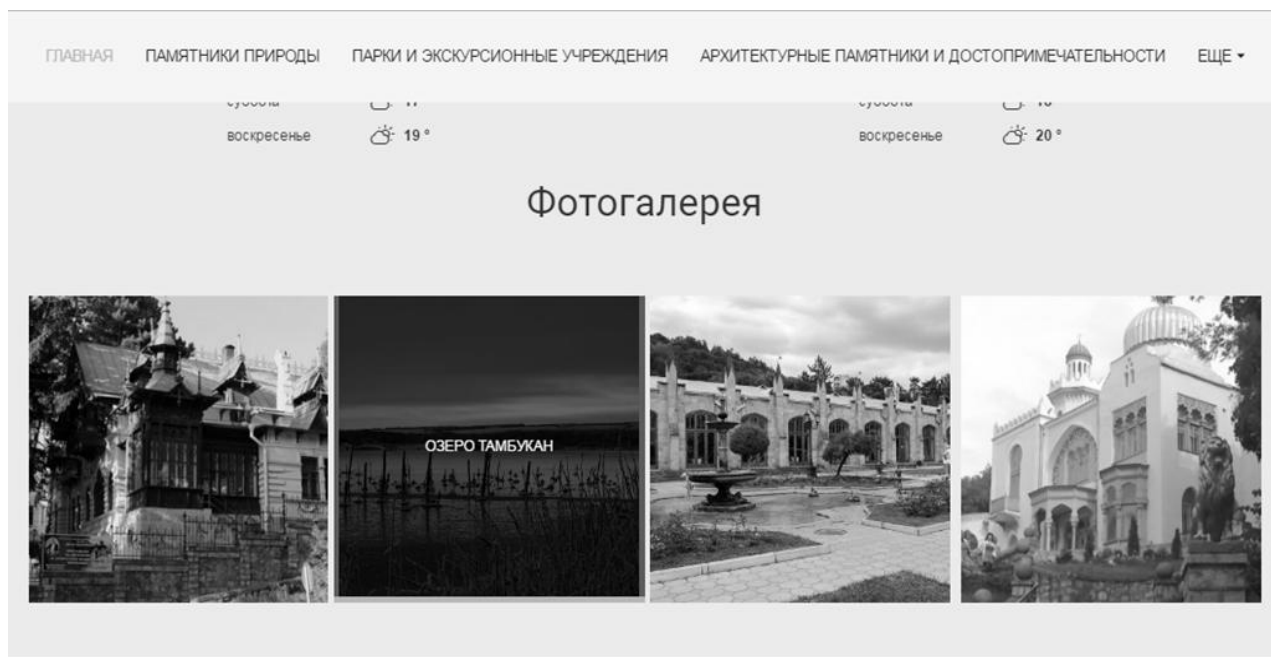


Рис. 4 – Фотогалерея на главной странице

ТУРИСТИЧЕСКИЕ
ОБЪЕКТЫ КМВ

Галерея

Связаться с нами

Напишите нам

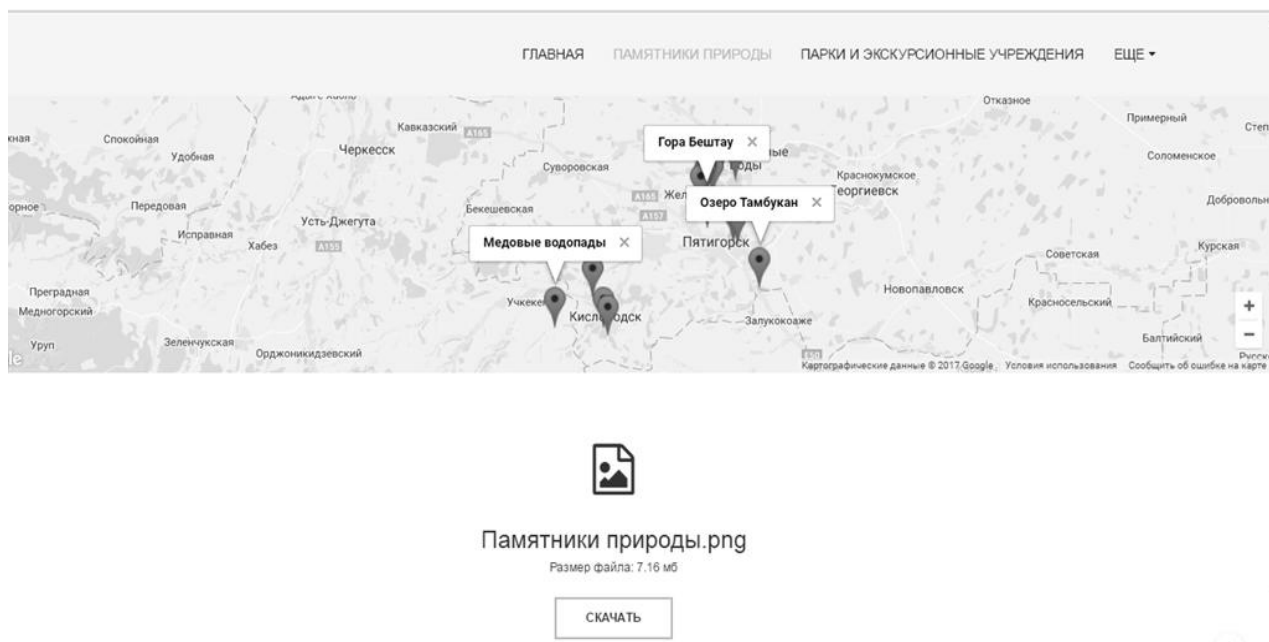


Рис. 5 – Раздел «Памятники природы»: интерактивная карта с нанесёнными объектами и кнопка для скачивания авторской карты в формате *.png

В итоге, на портале представлена следующая информация: описание популярных туристических объектов, сопровождающееся авторскими фотографиями; данные о погоде в городах-курортах КМВ; блоки обратной связи; интерактивные карты с обозначением каждого объекта и карта-файл формате *.png для скачивания в каждом разделе.

Список использованных источников

1. Сологубова А.И. Картографо-информационное обеспечение как средство оптимизации туристских маршрутов (на примере курортного района Кавказских Минеральных вод) / А.И. Сологубова, А.Н. Пелина, М.В. Кузякина, Н.Л. Шупило / Ученые записки Крымского федер. ун-та им. В.И. Вернадского. Т.2(68). География. Геология. Вып. 3. Симферополь, 2016.

2. Туристический портал КавМинВод. URL: <http://www.kurort26.ru>.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
УПРАВЛЕНИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ТЕРРИТОРИИ	
Аигина Е.В. Сверхтуризм: понятие, проблемы, примеры	4
Александрова А.Ю. Эволюция туристской дестинации: от роста к «сверхтуризму»	8
Василенко Е.В. Факторы повышения attractiveness курорта.....	12
Голубчиков Ю.Н., Гладкий А.В. Туристско-интеграционная парадигма географической науки	16
Дорофеев А.А., Аверьянова Т.В., Хохлова Е.Р., Яковлева С.И. Количество и динамика диссертационных исследований туризма в России	20
Дуля К.В., Слепнева Е.В. Особенности разработки туристских маршрутов для людей с ограниченными возможностями	24
Жаворонков Д.В. Восприятие униформы персоналом отеля	27
Зырянова И.С. Тенденции совместного потребления в туризме	31
Клемпарская М.Н., Ильин О.А. Состояние и перспективы кадрового обеспечения спортивно-оздоровительного туризма в Республике Крым	35
Косолапова В.А. Систематизация мотиваций потребителей при выборе турпродуктов	39
Лымарева О.А. Особенности коучинго-компетентностного подхода управления персоналом в туристско-рекреационном комплексе	42
Макарем И.Ф. Развитие страноведческих знаний студентов в рамках занятий по иностранному языку	46
Пунько И.М., Комаревцева Н.А., Мосевич А.Ю., Чермашенцев М.А. Современные аспекты сертификации в туризме	49
Родионова И.А. Образовательный туризм и экспорт российского образования: новые подходы	53

Салеева Т.В. Пути повышения конкурентоспособности санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края в постолимпийский период	57
Яковенко И.М. Актуальные задачи стратегического планирования развития туристских кластеров	67
<i>ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ</i>	
Анисимов Л.А., Донцова О.Л., Панина О.В. Потенциал для развития геологического научного туризма в Нижнем Поволжье	71
Астапов М.Б., Миненкова В.В., Ткач Д.С. К вопросу о подготовке и повышении квалификации кадров в сфере сельского (аграрного) туризма	75
Бекух З.А., Говоруцкая И.А., Колядченко В.Э. Развитие агротуризма на территории Краснодарского края	80
Волкова Т.А., Мищенко А.А., Рыживолова Э.А. Оценка рекреационного потенциала муниципальных районов Краснодарского края	83
Воробьев А.Е., Тчаро Х. Возможности санаторно-туристско-рекреационного комплекса на озере Индер	88
Гвоздецкая С.В., Примаков Н.В. Экологическое состояние объектов рекреации г. Краснодар на примере парка им. Горького	93
Емельянова Н.А. Опыт развития туризма в Мордовском государственном природном заповеднике им. П.Г. Смидовича	97
Жаворонков Д.В., Голота Н.Н., Марченко М.А. Туризм на стыке сельского, научного и конгрессного: кубанский опыт	100
Заремба Д.А., Ходыкина М.Ф. Энотуризм как одна из концепций развития сельских территорий Краснодарского края	104
Здоров А.Б., Здоров М.А. Государственная политика в агротуристской сфере Краснодарского края	108
Здоров С.А. Инструменты сочетания государственных и частных интересов в агротуристской сфере	111
Зевреева З.Н. Проблемы развития кластера медико-санаторно-курортного комплекса, рекреации и туризма Крыма	115

Золотова Е.В. Роль особо охраняемых природных территорий и национальных парков в рекреационной зоне Египетского морского побережья в г. Шарм-эш-Шейх	119
Зырянов А.И. Горнолыжный курорт и парк отдыха «Хвалынь» как образцовые практики в российском туризме	123
Карпова Ю.И., Рыживолова Э.А., Дымова М.Ю. Развитие туризма в Республике Адыгея	127
Кокин А.В., Стогний В.В., Волкова Т.А., Рыбаков В.Ю. По следам забытых исторических маршрутов и открытий: Тамгинский железоделательный завод	131
Косолапов В.В. Российским курортам – электротранспорт	135
Котова Н.П., Елисеева С.А., Смоленцева А.А., Савенкова А. Гастрономический туризм в Петербурге и его перспективы	138
Крамская Е.О., Филобок А.А. Ключевые факторы и проблемы российских городов, принимающих матчи Чемпионата мира по футболу в 2018 г.	142
Макарова Е.А. Из истории образовательного туризма в России: общество организации путешествий учеников тверской гимназии	146
Максимов Д.В., Максимова А.Д., Талалаева И.С., Кураш Д.А. Периодизация развития туризма в советской России до Великой Отечественной войны	150
Максимов Д.В., Потапова А.Н., Кураш Д.А. Свято-Ильинский храм: между прошлым и будущим	155
Максимова Д.Д. Путешествие на дно моря Тетис	159
Мамонова А.В. Туризм как катализатор социально-экономического развития сельских территорий Краснодарского края	162
Медяник А.И. Характеристика индустрии общественного питания Краснодарского края	167
Миненкова В.В. Туристские кластеры как точки роста в сценариях развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края	172
Миуская Ю.А., Шпырня О.В. Зарубежный и российский опыт развития аграрного туризма	177

Нагалеvский Э.Ю., Голубятникова Е.В., Аллахвердян В.В. Туристско-краеведческая деятельность в новых социально-экономических условиях в средней школе	181
Нагалеvский Ю.Я., Бучнева В.А., Гербекова Б.Х. Малые реки как фактор развития водного туризма на Кубани	185
Нагалеvский Ю.Я., Нагалеvский Э.Ю., Трофимов В.А. Безопасность в детско-юношеском туризме	189
Панина Е.А. Анализ туристической attractiveness Республики Адыгея	192
Пинчук Д.С., Филобок А.А. Сравнительный анализ уровня развития туризма в Абхазии в советский и постсоветский период	196
Пожидаева В.В., Ходыкина М.Ф. Индустрия гостеприимства Краснодарского края: проблемы, перспективы и тенденции развития	199
Потапова А.Е., Скрипниченко И.А. Характеристика гостиничной индустрии Краснодарского края	203
Проскурина Н.В. Организация познавательного туризма на территории Новоусманского муниципального района Воронежской области	207
Родоман Б.Б., Герасименко Т.И. Географическая специфика и экзотика как ресурсы познавательного туризма	211
Романова И.А., Краснова Н.В., Анисимова В.В. Проблемы транспортной доступности курортных территорий Краснодарского края	215
Романова И.А., Краснова Н.В., Никишов С.Ю., Анисимова В.В. Проблемы аренды премиальных транспортных средств в г. Краснодаре	219
Рудиянто Р. Инновационные виды туристской деятельности: перспективы халяль-туризма в России	223
Рясненко Ю.И., Самойленко А.А. Некоторые размышления бывалых туристов по поводу качества и культуры предоставления услуг на горных туристских маршрутах Западного Кавказа	226
Савенко М.А., Карпова Ю.И. Разработка стратегии позиционирования особо охраняемых природных территорий Республики Адыгея на рынке туристских экологических маршрутов	229

Самойленко А.А. Организационный механизм формирования кадастра природных туристских ресурсов (на примере Краснодарского края)	233
Сорокина Е.В. Проблемы нормирования нагрузок в путешествии	238
Субботина А.Е., Жуликов А.А. Сравнительный анализ санаторно-курортных предприятий Краснодарского края (на примере городов-курортов Анапы и Сочи)	242
Татраев Х.А., Тебиева Д.И., Туаев Г.А. Климатические ресурсы сухостепной зоны РСО-Алания	245
Тульникова М.О., Некрасова М.Л. Позиционирование Мангистауской области на туристском рынке Республики Казахстан	249
Хамленко А.А., Кудряшова Д.Н. Перспективы развития спортивной инфраструктуры в Краснодарском крае	253
Ходыкина М.Ф. Туристские фирмы Краснодарского края: современное состояние, проблемы и тенденции развития	256
Худякова Т.М., Рязанцев А.С., Крутских О.А. Оценка туристско-рекреационного потенциала Воронежской области	260
Шарр К., Штайнике Э. Формирование политического пространства. Трентино и географ Чезаре Баттисти	264
Шевцова Н.С. Типы профилирующих видов туристско-рекреационного использования рек Беларуси	270
Шихова АА. Роль дополнительных гостиничных услуг в повышении заполняемости отелей в низкий сезон	273
<i>КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРИБРЕЖНЫМИ ЗОНАМИ В ТУРИЗМЕ</i>	
Critto A., Torresan S., Furlan E., Sperotto A., Marcomini A. Инструменты поддержки принятия решений на основе рисков для оценки воздействия изменения климата в прибрежных районах	277
Анисимов Л.А., Панина О.В., Донцова О.Л. Эколого-геологическое планирование развития туристско-рекреационного комплекса прибрежной части Цемесской бухты	282
Болотин С.Н., Островская А.А. Воздействие тепло-энергетического комплекса на окружающую среду на примере города-курорта Сочи	285

Волкова Т.А., Кудинова Л.М. Побережье Азовского моря в структуре туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края	288
Коновалова А.В., Щербаченко А.В. Развитие туризма на Азовском побережье Краснодарского края: пути преодоления сезонности	292
Матасова И.Ю. К вопросу об экологической безопасности сельскохозяйственных угодий Черноморского побережья России	296
Распутина А.А. Предпосылки и направления развития транзитного туризма в Приазовской рекреационной зоне Краснодарского края	299
Шушкова И.А., Жирма В.В. Водохозяйственные проблемы курортов Краснодарского Причерноморья	302
<i>ЭКОНОМИКА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА</i>	
Горецкий В.В. Инвестиционный подход к развитию туристской индустрии	305
Заднепровская Е.Л., Кучеренко И.М. Комплекс маркетинга как основной элемент бизнес-стратегии в сельском туризме	309
Коновалова А.В., Миненкова В.В. Инвестиционная привлекательность северокавказского туристского кластера как фактор социально-экономического развития юга России	313
Крамская Е.О. Инвестиционное и программное обеспечение подготовки к Чемпионату мира по футболу в 2018 г. в России	317
Лазовская С.В., Минеев С.С. Развитие туристского комплекса Краснодарского края как приоритетной отрасли экономики региона	321
Максименко А.Г. Возможности развития туризма посредством инструментов территориального маркетинга	325
Молочников Н.Р., Зайцева Е.Е. Маркетинг персонала как система управления человеческими ресурсами	329
Некрасова М.Л. Стратегический маркетинг в развитии туристско-рекреационного комплекса	333
Немно Е.П., Филобок А.А. Экономико-географические аспекты развития игорных зон в Краснодарском крае	337

Печеницина В.Н., Шпырня О.В.
Комплекс маркетинговых коммуникаций
туристского предприятия в Интернет 340

Фокин Д.Н.
Настройка и анализ контекстно-медийной рекламы
в период межсезонья на примере гостиничного предприятия 343

ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Горбаневич Е.В.
Профилактика опасностей в пешеходных турах 346

Комаревцева Н.А., Притчина З.И., Скрипникова Е.В.
Экскурсионный маршрут «очарование хутора Кизинка» 350

Литвинов А.Е., Медведева М.А., Буланая А.Е.
Сравнительная оценка рекреационного потенциала территориальной
рекреационной системы в долине реки Шахе для школьного
экскурсионного отдыха 354

Максименко А.Г., Камбарова Е.А.
Методические разработки обучающего патриотического
экскурсионного маршрута 357

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ КОМПЛЕКСЕ

Волкова Т.А., Кондрашина М.К., Пономаренко А.А.
Трансмедийный сторителлинг как канал трансляции
территориальной туристской мифологии 361

Джимак С.С.
О создании функциональных продуктов питания с модифицированным
изотопным составом для санаторно-курортного комплекса 364

Джум Т.А., Василенко Е.В.
Инновационная деятельность предприятий питания
в туристско-рекреационном комплексе с использованием
современных информационных технологий 367

Ибрагимов Э.Э., Мухамедова З.Х.
Инновационная составляющая и основные функции
предпринимательской деятельности в туризме 371

Мороз В.А.
Информационно-аналитическое обеспечение деятельности
туристского предприятия 374

Пелина А.Н., Кузякина М.В., Сологубова А.И.
Опыт создания информационного портала для курортного района
Кавказских минеральных вод 377



Научное издание

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС
В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Материалы
VI Международной научно-практической конференции
пос. Небуг, 11–15 апреля 2018 г.

Статьи печатаются в авторской редакции

Подписано в печать 04.04.2018 г. Формат 60×84¹/₁₆
Печать цифровая. Усл. печ. л. 25,0
Тираж 120 экз. Заказ № 3308

Кубанский государственный университет
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149