

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. И. ВЕРНАДСКОГО»

СБОРНИК ТЕЗИСОВ УЧАСТНИКОВ

V научно-практической конференции
профессорско-преподавательского состава,
аспирантов, студентов и молодых ученых

«ДНИ НАУКИ КФУ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО»

ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

СЕКЦИЯ: «ТУРИЗМ»

г. Симферополь 2019 год

V научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников/ Секция «Туризм» // Симферополь, 2019

В сборник включены доклады участников V научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского», отражающие достижения научных и практических изысканий в сфере естественных, гуманитарных, технических наук и информационных технологий.

Работы публикуются в редакции авторов. Ответственность за достоверность фактов, цитат, собственных имен и других сведений несут авторы.

UNUSUAL HOTELS CHALLENGE MASS TOURISM

Гулакова И.А.¹, Денга В.И.²,

¹ старший преподаватель кафедры иностранных языков №3 Институт иностранной филологии

² студентка 3 курса бакалавриата направления подготовки «Гостиничное дело»,
Таврическая академия
denga.veronika@mail.ru

Введение. The work is aimed at reviewing various unusual hotels in the world. The struggle for revenue, profit and financial added value, image and customer added value in the global tourism industry today is directly manifested in the intense competition between the mass all inclusive tourism and the unique and individually oriented tourist product – unusual hotels. The leadership in profit today is a result of the flexibility, creativity and innovation of the strategy used, so the emphasis making a difference is not limited to prices, services, quality and number of tourists only. Each year, very unusual hotels with different concepts and themes are designed for tourists all over the world. Some propose tourists to live in tent rooms in the middle of a safari with wild animals. Others lure travelers to hotels built on trees, where they can enjoy the unity with nature. In a word, the modern tourism industry does not stand still and continues to amaze with its creativity.

Цель исследований. The aim of the study is to investigate and evaluate unusual hotels in the world and to find peculiar features in each of them. Our methods included review of literature and Internet resources, comparison, analysis and synthesis,

Результаты исследований. In recent years, the struggle for leadership in profit in the tourism industry worldwide has been following global trends that are crucial for tourism development: increase the proportion of high category hotels offering the required conditions for recreation, quality of service and comfort combined with a broad range of additional services; sustainable development of destinations through harmony with the environment, compliance with environmental rules and implementation of policies to protect tourism resources; introduction of high-tech and innovative reservation systems; full computerization of all hospitality activities; constantly increasing the role of the human factor in the management and organization of destinations and the places of accommodation and entertainment; development of tourism regions by stimulating the local business and raising the standard of living of the local population. So, according to our survey the most strange and unusual hotels in the world are Jumbo Hostel, Hotel De Vrouwe Van Stavore, Palacio De Sal, Hostel Book and Bed, Kakslauttanen Igloo West Village.

Jumbo Hostel: This is an amazing hostel that is located near the Arlanda airport - Stockholm, Sweden. This hostel is built on the basis of a Boeing 747. This aircraft was built in 1976 for Singapore Airlines, and then served as the legendary Pan Am airline and eventually the aircraft was decommissioned and sold to a businessman Oscar Dios. In 2008, the aircraft was installed in front of entering the airport Arlanda and rebuilt into a comfortable hostel according to the modern requirements of the hotel business. Now the hotel offers cozy rooms, where tourists can stay, either alone or with a whole family. The best room is in the cockpit, from which an amazing view of the airport opens. Also the hotel has its own bar with a cozy interior. The hotel has 33 rooms with 76

beds. Rooms with a private or shared bathroom are equipped with a flat-screen TV. In the wing of the airliner there is a common balcony. The price includes towels, bed linen and cleaning. On board guests can buy coffee, cookies and meals. A fully stocked bar and a microwave are available. Now Jumbo Stay has become the hallmark of the Swedish airport Arlando, which can be seen at the entrance to the airport.

Hotel De Vrouwe Van Stavore: Offering a terrace and views of the garden, Hotel De Vrouwe van Stavoren is located in Stavoren, 76 km from Leeuwarden. Standard rooms and wine barrels are available. This cozy and pleasant hotel is located in the port area in the town of Stavoren, which is located in the Netherlands. The hotel has only 21 rooms with a beautiful view of the ships passing by. But this is not the feature of this hotel. The thing is that the hotel rooms are located in wine barrels. The peculiar thing of this hotel is that each room is a wine barrel. The tourists staying at this hotel have a unique opportunity to relax in unusual rooms.

Palacio De Sal: This unusual hotel is located in Bolivia near the town of Kolchani. The peculiarity of this hotel is that all the hotel buildings are made of salt. Walls, floor, ceiling, furniture - everything is made of salt. Built from salt blocks and furnished with salt furniture, Hotel Palacio de Sal is located in the town of Potosí. It offers free Wi-Fi, a free buffet breakfast and free airport transfer. Each room at the Palacio De Sal has a private bathroom. The restaurant offers a regional menu with a wide assortment of salty dishes, including llama, lamb and chicken. Palacio de Sal has an entertainment room, luggage storage and free public parking on site. Palacio De Sal is the world's first hotel built from such an unusual material. Guests have a unique opportunity to admire the amazing architecture of buildings and establish a balance with nature during an unforgettable holiday. Tourists from all over the world rush to this unusual place to make sure that this hotel is really so interesting and unique.

Hostel Book and Bed: This hotel is located in Japan, Tokyo. This hotel is designed as a bookshop. This is something between the reading room of the library and the hotel. In the lobby of the hotel there is a large library with books in Japanese and English. The hotel does not have separate rooms. Instead, the room is equipped with compact sleeping areas separated by a curtain. Near the beds there is an outlet and a reading lamp. The hotel also has a shared bathroom that can be used at any time. Instead of a restaurant, the hotel has a vending machine with drinks. In the general lobby is an extensive collection of books. In addition, the hotel has a vending machine with drinks. In general, many Japanese love minimalism.

Kakslauttanen Igloo West Village: This is a unique and amazing resort hotel, which is located in Finland. The peculiarity for tourists is that the hotel is located near the Arctic Circle. It's next to Lapland with a lot of snow, and it's often cold. The features of this hotel are that guests are not in ordinary rooms, but in glass ball houses called Igloo. Guests can watch the northern lights at night. It is for this amazing spectacle that tourists from different countries come here. It offers a unique opportunity to see the waves of the northern lights shine in the sky with bright and colorful rainbows. On the territory of the resort there are 2 à la carte restaurants where guests can order specialties of Lapland cuisine, including venison and salmon, cooked on a grill. The smoke-heated sauna also has its own Savusauna restaurant. There are 6 saunas for relaxation and a fireplace in each of them. Fans of tempering can plunge a hole in the ice. Staff can organize reindeer and husky walks. Guests can rent cross-country skis.

Заклучение. Each hotel reviewed in the study has its own characteristics, which attract tourists worldwide to gain new experience. The tourism industry in the world is becoming increasingly competitive due to various macroeconomic reasons and because of the wider target audience of well-educated and demanding clients who have access to the latest technologies and strive for unusual experience. The key competitive advantages of unusual hotels in tourism globally are: attractive tourism resources; creative and innovative market and marketing approach based on diversification, differentiation and cost leadership; increase of tourist flow; unique tourism resources; a positive image and a strong brand of an unusual hotel; personalized service and satisfaction of specific tourist tastes and requirements; flexible marketing, focused on a specific market segment; profit optimization based on raising work productivity through innovations in

booking, servicing, payments, accounting, energy efficient appliances, solar batteries, new technologies and increasing the satisfaction of tourists by providing high quality, unique and personalized tourism products; increasing tourism demand.

DIVERSIFICATION IN TOURISM: CONDITIONS AND FACTORS

Гулакова И.А.¹, Ермаков Г.В.²

¹ старший преподаватель кафедры иностранных языков №3 Институт иностранной филологии

² студент 1 курса магистратуры направления подготовки «Туризм» Таврическая академия

egor0ermakov@gmail.com

Введение. Nowadays, almost every entrepreneur or business owner seeks new company growth opportunities and an increase in working capital. A huge need in this also arose after the background of the sanctions situation in the world and in the Russian Federation; now it was clear that there grew up a necessity to have several development directions in order to succeed and compete in the tourist market. To accomplish this task, business most often needs to diversify its offer.

The policy of various countries in the tourism industry is aimed at supporting local employment, at the ability to return investment funds quickly, at high tax deductions to regional budgets, at a huge turnover of foreign currency in services and tourism in general, at an increase in direct and indirect income from tourism activities, at diversification of the economy in various scales (local, regional, national), as well as recently in creating intersectoral links between various sectors of the state economy. Tourism is seen as an alternative to decay in traditional manufacturing industries, such as agriculture, especially in lagging or peripheral world regions, where territorial policy encourages diversification strategies. This is even more the case when localities directly depend on tourist activities and they are extremely interested in the possibility of diversification and revival of tourist activity in the region.

Цель исследований. The aim of the study is to identify the conditions and factors under which it would be favorable to use the strategy of diversification of the tourist business and its directions. The methods used in the study included review of literature and Internet resources, comparison, analysis and synthesis, abstraction and concretization etc.

Результаты исследований. Diversification is the simultaneous expansion of the range of industrial products. This is an economic term created from two Latin words: “diversus” — different and “facere” — to do. In the broader concept, "diversification" is the expansion of the scope of activities either in order to obtain greater benefits, or to reduce risks. It is inherently one of the most effective business strategies.

According to the J. Schumpeter's theory of economic development, innovation and diversification of the product are different but interdependent strategies of growth. Considering that innovation refers to the degree or type of novelty embodied in the application, diversification refers to expanding of the capabilities of the product or industry in the new sectors of the market and diversification does not specialize in a single product or service. Enterprises can choose to enter new markets diversifying existing supply rather than to innovate in the market in which they operate. Besides, enterprises can use various types of innovation (of product, process, radical or additional) to attract new types of consumers.

The main reasons why an organization needs to resort to diversification include: the formation of excess financial resources that exceed those necessary to maintain a competitive advantage in the initial areas of business; the ability to compete in the market and strengthen its position in a competitive environment; an attempt to reduce entrepreneurial risks by distributing them between

different areas of activity; the ability to make greater profits than with a simple increase in production volumes. However, there are also other needs for diversification, for example: the need to respond to changing market conditions; expansion of existing production; increase in the number of employees and the need to load them with new types of work; transformation of a branch into a legal entity, etc.

Diversification can have two directions. The first is the diversification of production, which includes: expanding the range, developing new types of production and products manufactured by the company, to increase efficiency, increase profits, and prevent bankruptcy. The second is investing money in different types of assets: securities and tangible assets in order to minimize risks. Most small and medium-sized companies follow the first way, trying to strengthen the existing business.

The main advantage of diversification is that it can support the company for a long time. Also, it provides the enterprise with the opportunity to expand the range of products or services. And, in addition, diversification can provide financial support to the enterprise and ensure the efficient use of excess resources.

When studying diversification within the tourism industry, the following conditions and factors can be distinguished:

1. Demand

When determining the need to diversify certain sectors of the tourist market, it is necessary to identify the types of tourism clearly, to create an image of the consumer for them, taking into account their needs and level of attraction. It is also necessary to take into account the complexity of the tours and determine the criteria for admission to them. In turn, diversification should level out these restrictions and take into account the needs and desires of tourists and try to offer each time more and more diverse types of activity, corresponding to the tourist motives of a person.

2. Resource potential of the territory

The tourist resource potential of the region is a combination of natural, historical and cultural objects and phenomena, as well as social and economic, technological prerequisites for organizing tourist activities in a certain area. The natural resource potential of various territories has a definite period of possible exploitation, which in turn directly depends on the tourist flow to the region and its distribution over the entire territorial area. Diversification of tourism destinations in the region should be aimed at developing alternative recreation destinations traditional for tourists and be equally attractive and comfortable to them.

3. The level of competitiveness

In its turn, the development of other types of tourism in the region should compete with the already existing traditional ones; meanwhile it should not be allowed new types of tourism to completely replace the existing ones.

4. Tourism policy of the country and region

Tourism policy of the state is the activity of the state to develop the tourist industry and subjects of the tourist market (tour operators and travel agents), to improve the forms of tourist services for citizens and to strengthen their political, economic and social potential. Successful diversification directly depends on the existence of these policies both in the region and in the country as a whole. Because in the absence of the necessary support from the state and municipal authorities, the development of tourism, as an integral sector of the economy, is extremely inefficient at the regional level.

5. Other conditions and factors of diversification

Diversification is in different ways related to many sectors both of local production and of the state economy as a whole. Implementation of diversification strategies directly triggers the process of creating intersectoral links between various sectors of the economy, as tourism development creates powerful start for the regional infrastructure development, raising the level of the local population education, creating new jobs in the region, and developing the economy, that subsequently increases the paying capacity of the local population, and also increases the welfare of the region due to budget deductions.

Заключение. Taking into consideration the selected factors and conditions under which diversification of tourism supply and resources is necessary, we can conclude that diversification plays a important role in the stable development and formation of new promising areas of tourism and tourist industry, both for the region and the country as a whole, which in its turn creates the possibility for developing related infrastructure for the implementation of these activities and for improvement of the lives of the population.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Заславский Г. А.

Старший преподаватель, кафедра туризма Таврической академии КФУ
Zaslavskij@yandex.ru

Введение. Водный экстремальный туризм является подвидом водного туризма, который включает оздоровительную составляющую, но, в отличие от водных видов спорта, не имеет профессионального соревновательного характера.

Данный вид туризма имеет существенные перспективы развития во многих регионах мира и в Российской Федерации; не является исключением и Республика Крым, имеющая выход в акватории Черного и Азовского морей.

Объективной задачей на сегодня является оценка перспектив развития данного вида туризма с учетом его специфики и необходимых условий для организации системной туристической деятельности. Кроме того, рынок водного экстремального туризма динамично развивается в контексте общего роста туристической привлекательности Крыма и развития туристской инфраструктуры.

Специальные детальные исследования данных аспектов в полном объеме не проведены, что позволяет сделать заключение об актуальности данной тематики.

Цель работы – произвести характеристику современного состояния и перспектив развития водного экстремального туризма в Республике Крым.

Результаты исследований.

Анализ современного состояния рынка водного экстремального туризма в Республике Крым позволяет выявить множество его направлений. В Крыму представлены дайвинг, вейкбординг, водные лыжи, виндсерфинг, серфинг, каякинг, аквабайк, сапсерфинг, скимборд, кайтсерфинг. Отметим, что часто данные виды водного экстремального туризма представлены одновременно в виде диверсифицированного предложения от одной фирмы. Среди наиболее весомых представителей данного рынка в Крыму функционируют такие фирмы, как KitePlanet, X-Traction, серф-станция «Семь Ветров», школы виндсерфинга «Свежий ветер» и «Дикий пляж».

Регионы развития экстремальных видов водного туризма тяготеют к побережью, при этом некоторые участки характеризуются как традиционные «споты водного экстрима», и появляются новые специализированные территории. Так, общепризнанным районом дайвинга в Крыму выступает Тарханкутский полуостров с центром дайвинга в п. Оленевка. Относительно новым центром выступает побережье от м. Луккул до м. Фиолент, районы м. Айя, Батилиман и Симеиз.

Виндсерфинг, представленный в Крыму еще с 80-х гг. прошлого столетия, развит вдоль побережья Севастополя и Ялты. Центром нового освоения выступает г. Щелкино, территория которого вместе с побережьем Азовского моря в Краснодарском крае образует единый спортивно-туристический кластер по линии Ейск-Керчь-Щелкино. Новые центры виндсерфинга формируются в г. Керчь и г. Евпатория. Отмеченные районы одновременно обладают значительным потенциалом для развития вейкбординга. Среди уникальных объектов данного вида экстремального водного туризма следует упомянуть тросовый вейк-

парк на озере возле Алсу и вейк-парк на оз. Донузлав, принципиально отличающиеся по принципу организации данного вида экстремального водного туризма.

Многие районы крымского побережья развивают кайт-серфинг. Помимо Приазовья, потенциалом для данного вида туризма располагают п. Поповка, акватория лимана Донузлав, с. Межводное; условия акватории моря на этих участках полностью подходят для экстремального кайтинга за счет больших постоянных скоростей ветра, а небольшая глубина моря у берегов обеспечивает необходимую волну.

Водные лыжи и аквабайк, являясь популярными видами водного экстремального туризма, представлены на побережье Ялты, Алушты, Партенита, Гурзуфа, Утеса. Староосвоенными центрами являются Никита и Массандровский пляж.

Каякинг и сапсерфинг в большинстве случаев представлены на водных станциях полуострова одновременно. Новый Свет и Гурзуф имеют максимальные объемы проката оборудования для сапсерфинга, а наиболее популярными центрами каякинга выступают Балаклава, Гурзуф, Севастополь, Партенит и Судак. Учитывая, что данные виды водного экстремального спорта не требуют длительного обучения, сложного оборудования и высококвалифицированных инструкторов, они заняли свою нишу и в целевой аудитории неподготовленных туристов.

Инновационным направлением для Крыма выступает скимбординг. Пока он не получил масштабного развития, однако, учитывая упрощенные требования к организации скимбординга, сравнительно простые навыки для «входа» в данный вид спорта, а, также относительную его безопасность, можно прогнозировать рост attractiveness данного направления в перспективе. На полуострове уже появилась группа активистов, осуществляющих продвижение скимбординга.

Рассматривая общий потенциал данных видов водного экстремального туризма в Крыму, отметим, что фактором его реализации выступает наличие спроса и потребность в диверсификации регионального туристского продукта во многих рекреационных районах полуострова. Создание центров развития данного специализированного направления (спотов) возможно не только в морских, но и озерных акваториях Крыма.

Сложной проблемой для развития непосредственно экстремальной составляющей данных видов водного туризма и привлечения спортсменов мирового уровня (что могло бы добавить привлекательности крымским спотам) выступает конкуренция со стороны зарубежных курортов, располагающих более развитой инфраструктурой, сопутствующими сервисами и привлекательной ценовой политикой.

Одним из возможных направлений развития водного экстремального туризма в Крыму, уже представленным в других регионах России, является разработка проектов комплексных парков на водоемах в пригороде крупных городов с предоставлением комплексного набора услуг, состоящего из различных по видам и уровню сложности программ водного туризма. Это позволит существенно расширить контингент участников, как за счет профессионалов, так и новичков.

Важнейшим фактором организации водного экстремального туризма профессионального уровня может стать привлечение крупных профильных чемпионатов и соревнований, например, этапов кубка Мира, Европы, Российской Федерации по данным видам спорта. Однако, для проведения данных мероприятий необходима инфраструктура определенного уровня, прежде всего, в части соответствия спортивным нормативам.

Заключение. В настоящее время в Республике Крым формируется два вектора развития водного экстремального туризма – непосредственно профессиональное и массовое, в котором задействованы элементы экстремального водного туризма. Каждое из этих направлений может быть перспективным и иметь свое место на рынке, а сами виды водного экстремального туризма позволят привлечь дополнительный туристический поток и диверсифицировать структуру рекреационных занятий.

АНАЛИЗ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ ПО ТЕГУ «КРЫМ» СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ «ЯНДЕКС»

Лобас К.В.

*ассистент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма
Таврической академии КФУ
lobas_kseniya@mail.ru*

Введение. С наступлением периода отпусков пользователи поисковой системы «Яндекс» чаще ищут в сети информацию про отдых в различных странах и регионах. В данном исследовании мы рассмотрели тенденцию запросов про Крым из разных регионов России за июль 2018 и 2019 гг. Кроме того, используя данный поисковик, можно определить, в сочетании с какими ключевыми словами производился поиск. Отсюда можно определить, что конкретно ищут пользователи: крымчане, например, ищут жилье/работу/погоду/новости, а потенциальные туристы – отели/достопримечательности и т.п.

Целью данной работы является анализ запросов по тегу «Крым» среди пользователей поисковой системы «Яндекс». Задачи исследования: рассмотреть структуру поисковых запросов по тегу «Крым», провести сравнительный анализ поисковых запросов по тегу «Крым» за июль 2018 г. и 2019 г. по регионам России, определить факторы большей популярности запросов в 2018 г., проанализировать запросы крымчан с данным тегом.

Результаты исследований. Пик поисковых запросов про Крым приходится на лето, а точнее - июль: 10,9 млн запросов в июле 2018 г. и 11,1 млн запросов в июле 2019 г. Наименьшее число запросов приходится на низкий сезон (с ноября по февраль) – около 5 млн запросов. Однако есть пик на новогодние праздники.

Рассмотрим структуру поисковых запросов по тегу «Крым» (рис. 1). 97 % (10,5 млн) запросов произведено жителями России, жителями СНГ – 2 % (0,3 млн), в т.ч. жителями Украины – 0,1 млн. На остальные регионы приходится 1 %. При этом запросов по слову «Crimea» не более 1000. Здесь необходимо учитывать, что Яндекс является российской поисковой системой и охватывает более половины доли рынка Рунета. Таким образом, иностранцы будут пользоваться другими поисковыми системами, зачастую Google.



Рис. 1. Структура поисковых запросов по тегу «Крым» среди всех пользователей системы за июль 2019 г.

Наибольшую популярность запрос имеет у жителей Центральной России и Республики Крым. Однако необходимо учитывать следующие особенности: крымчане сочетают «Крым» с погодой, новостями, жильем и работой, чего нельзя сказать о жителях Центральной России, которые чаще всего ищут информацию о достопримечательностях, отдыхе, отелях, погоде. В

силу близости региона и хорошей транспортной доступности Крым является популярным у жителей Центральной России, а также Поволжья (11 % запросов).

Рассматривая поисковые запросы по тегу «Крым» пользователями из регионов России за июль 2018 г. и июль 2019 г., необходимо отметить общий рост числа запросов с 10,5 млн. до 10,8 млн. за отмеченный период. Однако распределение по регионам не столь однозначно (рис. 2).

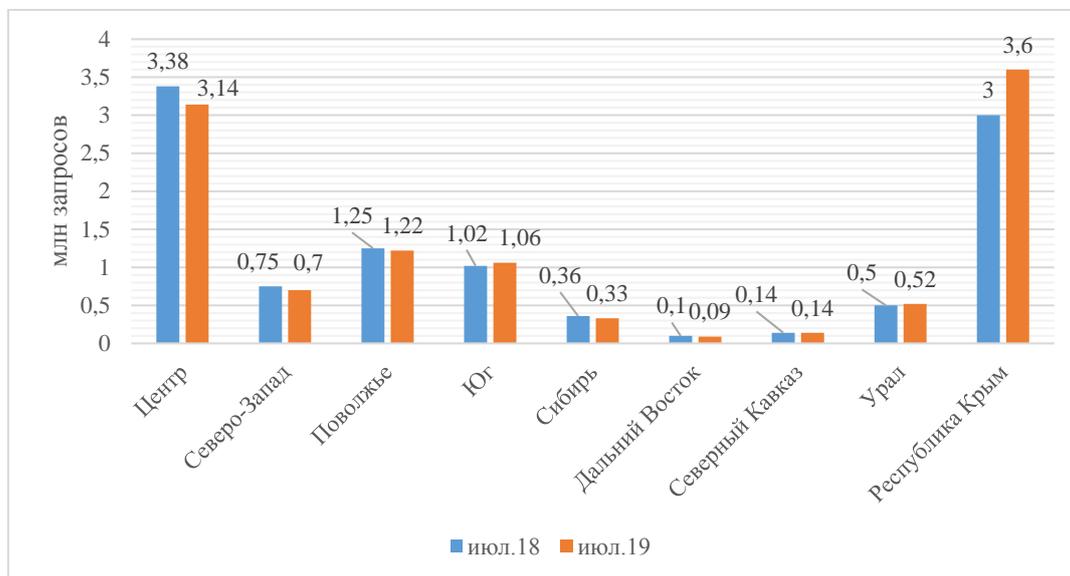


Рис. 2. Поисковые запросы по тегу «Крым» пользователями из регионов России

За 2018 г. запросов из каждого региона было больше в силу ряда факторов:

- открытие Крымского моста;
- открытие нового аэровокзального комплекса аэропорта «Симферополь»;
- активная реклама отдыха в Крыму на внутреннем российском рынке.

Все это поспособствовало привлечению внимания к полуострову и увеличению турпотока. В 2019 г. внимание к Крыму несколько ослабло. Количество запросов по странам СНГ снизилось на 0,1 млн. (33%) за июль, аналогичная тенденция характерна и для остальных месяцев. Небольшой спад наблюдается и в других регионах России, за исключением Уральского федерального округа.

Запросов по Крыму среди крымчан стало больше: с 3 млн. до 3,6 млн., но большинство из них соответствуют категориям «погода», «официальные сайты», «купить/продать, жилье», «авто», «новости». Запросов, касающихся отдыха, отелей и достопримечательностей практически нет, многих крымчан интересуют отдельные города, отели или достопримечательности лишь в контексте планирования кратковременного отдыха.

Заключение. Проанализировав поисковые запросы в системе «Яндекс» по категории «Крым», мы наблюдаем общую тенденцию роста числа запросов. Анализ структуры запросов по регионам позволяет отметить снижение числа запросов по федеральным округам Российской Федерации и рост числа запросов среди крымчан. Это является свидетельством снижения реального интереса потенциальных туристов из регионов России и роста спроса со стороны жителей полуострова.

ИСТОРИЯ И РАЗВИТИЕ КОННОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

Логвина Е.В.

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры туризма Таврической академии КФУ
vivat.log.1474@mail.ru*

Введение. Туризм является важным фактором оздоровления человека, повышения его творческой активности, расширения кругозора. Организация активного, содержательного отдыха стала важной социальной задачей, а туризм превратился в крупную отрасль обслуживания населения.

Спортивно-оздоровительный туризм становится одним из самых популярных и востребованных видов туризма, рост его популярности связан с модой на здоровый образ жизни в целом; в связи с этим все больше приобретает такой вид спортивно-оздоровительного туризма как конный туризм.

На сегодняшний день конный туризм, как один из видов туризма в Республике Крым, становится все популярнее среди любителей активного отдыха, количество конных туров и туристских компаний, предлагающих интересные конные маршруты в различных частях Крыма увеличивается. При этом развитие зачастую носит хаотический характер, отсутствует полная информация о существующих конных клубах и конефермах, планомерный и системный анализ существующих коммерческих предложений на этом сегменте рынка туристических продуктов Крыма.

Цель данной работы является изучение истории и организации конного туризма в Республике Крыму. Методической базой исследования явилось использование совокупности методов, среди которых описательный, историко-географический, сравнительно-географический, статистический и т.д.

Результаты исследований. Конный туризм - эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, знакомства с историей, культурой, обычаями народов, характеризующийся свободным выбором формы собственной активности всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста заканчивая пенсионерами.

Крым - это великолепное место для конных прогулок: в горах и лесах проложено множество удобных тропинок и дорог. Однако свое развитие конный туризм в Крыму получил только лишь в последнее десятилетие. Сейчас он уже довольно неплохо развит по всей территории Крыма, особенно на юго-восточном побережье и в горах.

Первые конные клубы появились на территории Крыма в 19 веке. В 1894г. при Крымском горном клубе в Ялте был создан специальный отдел, который занимался организацией экскурсий для публики (экскурсии были очень популярны). В советское время конный туризм в Крыму практически не

В первой половине 20 века данный вид туризма также не имел тенденции роста. И только в послевоенный период начали появляться конные базы, организующие конные прогулки. В период перестройки начался рост показателей, стали появляться конно-прогулочные базы, конные прогулки в данный период начинают приобретать популярность, что явилось привлечением потока туристов.

В период с 1900 по 2000 год в основном туристами в данной отрасли были жители Автономной Республики Крым (название Республики Крым до 2014 года) и Украины. В 2001–2018 годы стали периодом активного появления конно-туристических баз и в этот период конный туризм Крыма становится известен за пределами государства (рис. 1.).

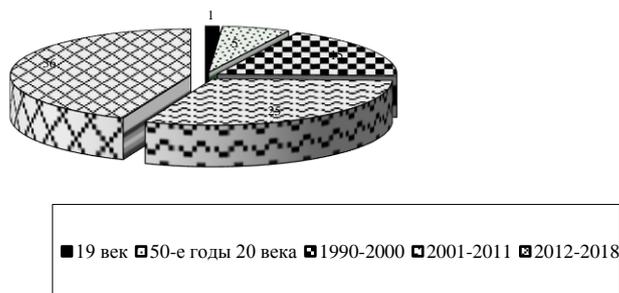


Рис. 1. Появления конных клубов

Сейчас вокруг каждого курортного города или поселка существуют небольшие конные центры предлагающие конные прогулки по окрестностям. На всех маршрутах туристов сопровождают экскурсоводы и инструкторы. Множество конных туров ориентированы на совмещение конных прогулок с посещением местных достопримечательностей.

Маршруты сформированы в зависимости от предпочтений и планов туристов. На сегодняшний день в наличии нет разработанной географической карты с обозначениями распространения конного туризма и карты с районированием конных клубов.

Следует отметить, что конный туризм развивается неравномерно на территории Крыма - есть регионы, которые обладают достаточно развитой сетью конных и конноспортивных клубов, образуя целые кластеры. Так, например, Симферополь и Симферопольский район зарегистрировано 18 конных клубов, Алушта и Алуштинский район - 10 конных клубов, Севастополь и Балаклава -13 конных клубов, Бахчисарай и Бахчисарайский район - 12 конных клубов, Большая Ялта - 9 конных клубов, Белогорск и Белогорский район - 4 конных клуба. Что касается северных районов Крыма и Керченского полуострова, то там ситуация выглядит гораздо хуже - Ленинский и Кировский районы - по 2 конных клуба, Керчь - 1 конный клуб. Улучшается ситуация в Черноморском районе, где уже появилось 3 конных клуба, Евпатории и Саках - по 2 конных клуба соответственно.

Начавшийся рост количества конных клубов и развитие конного туризма в Черноморском районе, Евпатории и Саках можно отнести к позитивным моментам развития этих регионов как курортов, создания туристического имиджа и привлекательности для гостей полуострова.

В сложившейся ситуации играет немаловажную роль то обстоятельство, что регионы - лидеры по развитию конного туризма и предложениям турпродукта являются традиционными центрами туризма, наиболее популярными у туристов, и туристический поток в сезон здесь весьма значительный. Также здесь довольно развитая инфраструктура и сформировавшийся имидж, хорошее транспортное сообщение и множество природных, исторических и культурных достопримечательностей куда организуются походы или поездки. Важную роль также играет близость Черного моря.

Заключение. Конный туризм является перспективным видом туризма в Республике Крым с неиссякаемым ресурсным потенциалом.

Несмотря на это в развитии конного туризма в Крыму имеется ряд сдерживающих факторов: отсутствие поддержки со стороны государства; недостаточное количество разработанных конных маршрутов; проблемы с их легализацией; дефицит квалифицированных специалистов; повышенная травмоопасность и некоторый риск для здоровья человека; недостаточное качество технологий снаряжения; сезонность; дороговизна содержания и обслуживания конных клубов и как следствие - высокая стоимость туров; проблемы с обеспечением страхования туристов от несчастных случаев; низкая информационная обеспеченность.

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Логвина Е.В.¹, Дрожжин И.А.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся второго курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. В системе мирового туристского развития особое и значительное место на сегодняшний день отводится молодежному туризму. Молодёжь - это особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переход от детства и юности, к социальной ответственности.

Термин «молодёжь», трактуется как - совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая их льготами, но ограничивая в возможности активного участия в определённых сферах жизни социума. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодёжи, различаются в зависимости от конкретной страны. Нижняя граница возрастного диапазона молодёжи от 14 до 16, верхняя - от 25 и 30 и более.

Целью данной работы является определение этапов и современных тенденций развития молодежного туризма в Российской Федерации.

Методической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области сферы услуг и экономики туризма, материалы научных семинаров и конференций, использованы научно-методические рекомендации Всемирной туристической организации. При их обработке использованы методы системного и факторного анализа, прогнозирования.

Результаты исследований. Прежде чем говорить об этапах развития «молодежного туризма», рассмотрим определения ведущих ученых разных стран: - «молодежный туризм» - особый вид путешествий, индивидуальный или коллективный по форме, когда молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания мира и проведения досуга. И в этой связи следует отметить, что в настоящее время молодые люди сталкиваются с проблемой доступности интересного и насыщенного досуга и туристской рекреации.

- Жолдак. В.И. «молодежный туризм» - это средство гармоничного развития подростков и юношей, реализуемое в форме отдыха и общественно полезной деятельности, характерным компонентом которого является путешествие (экскурсия, прогулка, поход, экспедиция).

- Всемирная организация студенческой молодежи, в молодежный туризм включает путешествия, молодежные общежития, рабочий отпуск программы, образование, студенческие рейсы, культурный обмен, приключенческие туры на добровольных началах, стажировки, языковые курсы.

Становление молодежного туризма в Российской Федерации представлено ниже:

С 1918 по 1928гг. – туристско-краеведческая деятельность сосредоточена во внешкольных учреждениях и проводилась в виде многодневных экскурсий, путешествий (до 10 дней). В 1918 году в Наркомпросе организуется специальное бюро школьных экскурсий.

В 20-е годы XX века создается Общество пролетарского туризма и экскурсий.

30-е годы XX века. в практике советских педагогов значительное место занимали туристские походы и экскурсии (А.С. Макаренко применял коллективные походы в целях воспитания). Издаётся приказ Наркома просвещения РСФСР «О детском туризме». В школах создаются клубы юных туристов (за 1940 год привлечена 261тыс. школьников). В годы Великой отечественной войны туристско-краеведческая деятельность школьников направлена на помощь фронту и тылу.

Начало 50-х годов – массовый туризм. Организовывались походы по местам боевой славы и подвигу народа.

В 1958 году в июне основано молодежное бюро Спутник, которое занималось вопросами обмена молодежными группами СССР с другими странами, но с 1960 по 1970 годы зарубежные поездки составляли лишь 0,4% граждан СССР.

В 60-е годы XX века, разрабатываются планы по туризму на длительные сроки (до 10 лет) и утверждались высшими органами по туризму. Нормативные показатели планов подлежали жесткому контролю.

В 1970-х годах проводятся всесоюзные походы и экспедиции школьников и молодежи.

Целью являлось воспитание патриотизма, спортивной тренировке и закалки. Внедряются новые формы отдыха: турбазы для родителей с детьми.

В период с 1980 по 1992 гг. рост материально-технической базы туризма в курортных городах страны, привело к новым видам обслуживания – семейный отдых и курсовое лечение.

Основные тенденции и социальные изменения, приведшие к развитию молодежного туризма в наше время рассмотрим ниже:

1. молодые туристы, являющиеся законодателями моды и пионерами в изучении границ туризма и открытии новых рынков;

2. кредиты, их наличие создает доступ к заемным средствам, что приводит к инвестированию в путешествия;

3. визы;

4. интернет – часть повседневной жизни (бронирование и планирование путешествий заранее);

5. социальные медиа – молодежные туристы делятся опытом посредством общения в соцсетях (продвижение, общение и влияние);

6. публикации: путеводители и журналы; «сарафанное радио», для будущих туристов;

7. устойчивость: молодежные туристы более устойчивы к экономическим спадам;

8. экономическое значение: молодежный туризм превращается в экономически значимый и высокий рынок информации. Молодые путешественники имеют возможность зарабатывать деньги, пока путешествуют.

Происходящие в России рыночные преобразования отразились на всех сферах жизнедеятельности общества и в т.ч. и молодежи. Но несмотря на это на сегодняшний день в России сложилась целая инфраструктура молодежного туризма.

Заключение. В государстве действует цепь молодежных хостелов, предоставляются значительные скидки для молодежи на предприятиях питания, на транспорте и т.д.

В настоящее время в России разработана Концепция развития молодежного туризма и утверждена Федеральным агентством по делам молодежи. Согласно данной стратегии создание инфраструктуры молодежного туризма поможет решить такие актуальные задачи:

- для личности: укрепление здоровья, возможность путешествовать; повысить воспитательно-образовательный и культурный уровень; профориентационная работа;

- для государства: развитие отрасли туризма; занятость населения; воспитание патриотов страны; повышение статуса государства на международном уровне.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРОВ ПО СЕЛЬСКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМУ

Логвина Е.В.¹, Рачковский В.А.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся первого курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Создание кластеров в области сельского зеленого туризма актуальны, т.к. изучают оригинальный аспект ресурсов региона. Исследования свидетельствуют о том, что сельский зеленый туризм способен обеспечить экономическую и демографическую стабильность в сельской местности, содействовать решению социально-экономических проблем села, стать весомым фактором перспективного развития сельских территорий.

Целью данной работы является анализ мирового опыта развития кластеров по сельскому зеленому туризму.

Методика исследований включала литературно-аналитический, сравнительно-исторический и сравнительно-географический методы.

Результаты исследований. История становления сельского туризма начинает свое развитие в Западной Европе (Франции) в 19 веке на базе фермерских хозяйств. Сельский туризм в Италии активно развивается после Второй мировой войны, и в 1985г. становится официальной частью ее экономики. В развитых западноевропейских странах, сельский туризм поощряется на национальном уровне и рассматривается как обязательная составляющая программы комплексного социально-экономического развития села. Сельский зеленый туризм был призван стимулировать внутренние тур- потоки, и только на определенном этапе развития агротуры становятся популярными и востребованными среди иностранцев. Во многих странах мира сельский зеленый туризм преобразился в сектор туристской индустрии, направленный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности для создания комплексного туристского продукта с целью реализации и получения прибыли. Одним из примеров развития зеленого туризма, является Ирландия. Правительство этой страны уделяет особое внимание на развитие зеленого туризма, запустив при этом программные проекты, нацелены на формирование инфраструктуры сельского туризма за счет развития отдельных его видов (экскурсии, события, туристская информация). Кроме использования государственных финансов и специальных программ ЕС, активно стимулировался приток частных инвестиций. (рис 1)

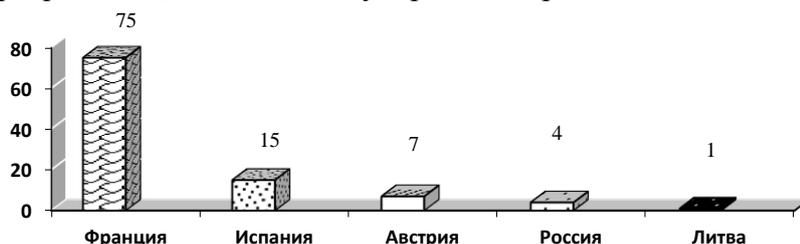


Рис. 1 Количество объектов сельского туризма в странах (в %)

Центральная Европа является центром зарождения европейского сельского туризма. Франция, Великобритания и Германия – это три страны, первыми начали продвигать данное направление туризма.

Важной чертой географии сельского зеленого туризма Франции является его большое развитие на востоке и юге и меньшее развитие - на западе страны.

На территории Германии высокий показатель развития сельского туризма также не равномерен и характерен преимущественно для западных и южных земель.

В целом закономерность такова, что зеленый туризм расположен в наиболее развитых и богатых районах.

На территории королевства активно финансируются разработанные проекты по стимулированию инновационных форм развития агротуризма, такие как гранты на улучшение инфраструктуры жителей сельской местности, соответствующих определенным требованиям.

Сельский туризм в Польше прогрессивно развивается уже несколько лет. По некоторым данным, ежегодно в этой стране услугами зеленого туризма пользуются более 700 тыс. человек, государство поощряет развитие сельского туризма, в том числе путем кредитования крестьянских хозяйств. После вступления в ЕС, на рынке сельскохозяйственной продукции происходит жесткая конкуренция, в связи с этим сельский зеленый туризм является залогом будущего процветания районов с аграрной специализацией.

Сельский туризм в Литве начинает свое развитие с 1996 года. В 1997 была основана Ассоциация Сельского Туризма (член Палаты Сельского хозяйства). Ассоциация продвигает продукт зеленого туризма и предоставляет техническую помощь сельским жителям, желающим работать в сфере сельского туризма. На данный момент в Ассоциацию входит более 710 членов. В начале 1999 г. работало 194 фермы, вовлеченные в бизнес сельского туризма в различных областях Литвы. Большое количество ферм расположено в Юго-восточных и Западных частях Литвы. Данные территории являются благоприятными для развития сельского туризма области, известные своими богатыми природными и культурными ресурсами.

Развитие агротуризма в Новой Зеландии. Наиболее интересны предложения по турам для специалистов-аграриев, которым предоставляется возможность изучения самых прогрессивных форм ведения сельского хозяйства и обмена опытом. Тенденции в развитии зеленого туризма оказали влияние на создание WWOOF – международные программы агротуризма, позволяющие совместить туризм с работой в органическом сельском хозяйстве. Суть таких программ заключается в обмене труда на жилье и питание. Ни турист, ни фермер не платят друг другу. Для участия в программе фермер платит ежегодной взнос организации WWOOF в своей стране, гарантировав, что его фермерское хозяйство соответствует определенным стандартам органического сельского хозяйства, и то что добровольцам, работающим на ферме, будет предоставлено жильё, соответствующее санитарным нормам. Доброволец должен заплатить годовой членский взнос организации WWOOF в той стране, где он хотел бы работать. Он получит каталог фермеров-участников программы в этой стране и сможет затем договариваться с любыми из них о периодах работы на них.

Заключение. В качестве условий успеха агротуризма в Европе следует отметить, политическую помощь агротуризма со стороны национальных государств и Евросоюза, т.к. данный вид деятельности изначально рассматривался в качестве общественного амортизатора при реструктуризации аграрного сектора экономики, позволяя перевести избыток трудовых ресурсов в альтернативный сектор производства услуг и создавать новые рабочие места в сельской местности.

Агротуристский продукт отвечал запросам нового потребителя со средним достатком, который составляет крупнейший сегмент платежеспособного спроса.

ТУРИСТСКИЙ ОБРАЗ СТРАН ЗАКАВКАЗЬЯ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Страчкова Н.В.¹, Акопян М.О.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающаяся первого курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Обеспечение конкурентоспособности туристских дестинаций становится одним из основных направлений региональной политики, особенно в регионах и странах, зависящих от туризма. Крымский регион, несмотря на выраженную туристскую специализацию и возможность реализовывать рекреационные потребности местного населения самостоятельно, обладает зарождающимся туристским рынком, вовлечение которого в межрегиональные и межстрановые туристские потоки представляется перспективным. Регион Закавказья в данном контексте относится к потенциальным направлениям благодаря самобытности, богатому культурному потенциалу, в связи с чем исследование стран Закавказья как выездной туристской дестинации крымчан является своевременным и актуальным.

Цель данной работы является формирования туристского образа стран Закавказья и ассоциаций, возникающих в сознании потребителей – жителей Крыма как потенциального сегмента туристского рынка стран данного региона.

Методической основой исследования выступает метод социологического исследования. Для выявления мнения основных целевых групп потенциальных потребителей туристского продукта стран Закавказья было опрошено 200 респондентов – жителей Крыма. Разработанная анкета включала вопросы, предусматривающие ассоциативный характер, что связано с низкой посещаемостью крымчанами данных стран – 62,9% опрошенных ни разу не посещали ни одну из стран Закавказья, в Армении были 24,7%, в Грузии – 16,9%, в Азербайджане – 4,5% респондентов. Для представления результатов исследования использовался графо-аналитический метод.

Результаты исследований. Анализ результатов ответов респондентов в целом показали недостаточную популярность и отсутствие необходимой информации о странах Закавказья как направления туристского потока из Крыма. Большинство респондентов отметили, что посещали данные страны с целью отдыха - 55,6%, среди других мотивов выделялось посещение родственников, друзей - 27,7%, деловые цели - 12%. При этом очевиден туристский интерес к данному региону: хотели бы побывать и выбрать Армению в качестве туристской дестинации 76,4% респондентов, Грузию- 83,1%, Азербайджан- 31,5%, и лишь 2,2% респондентов не выбрали ни одну из перечисленных стран.

Ассоциации, возникающие при упоминании Республик, были сгруппированы в 5 позиций: природа, культурное наследие, национальная кухня и гостеприимство, известные политические и культурные деятели, исторические и политические события. Более 30% респондентов ассоциируют все три республики, в первую очередь, с национальной кухней и гостеприимством, и лишь при ассоциации с Грузией возникает природная составляющая - 35%.

Система образов, связанных с историческими и политическими событиями, а также с известными политическими и культурными деятелями, больше всего проявилась в отношении Армении, что связано с ближайшими событиями в период Бархатной революции 2018 года.

Был выявлен рейтинг наиболее популярных достопримечательностей стран. В Армении это Ереванский коньячный завод, озеро Севан, Поющие фонтаны Еревана, храм Гарни и Гегард; в Грузии - Мост Мира, серные бани Абанотубани, Джвари, Казбек, скульптура Али и Нино; в Азербайджане: Гобустан, Девичья башня, дворец Ширваншахов, пламенные башни в Баку. Следует отметить, что около 30% респондентов на вопрос о достопримечательностях

Республик не указали ни один объект ввиду не информированности об объектах туристского интереса стран.

Среди факторов, препятствующих посещению стран Закавказья с туристскими целями, мнения респондентов распределились следующим образом (рис. 1).

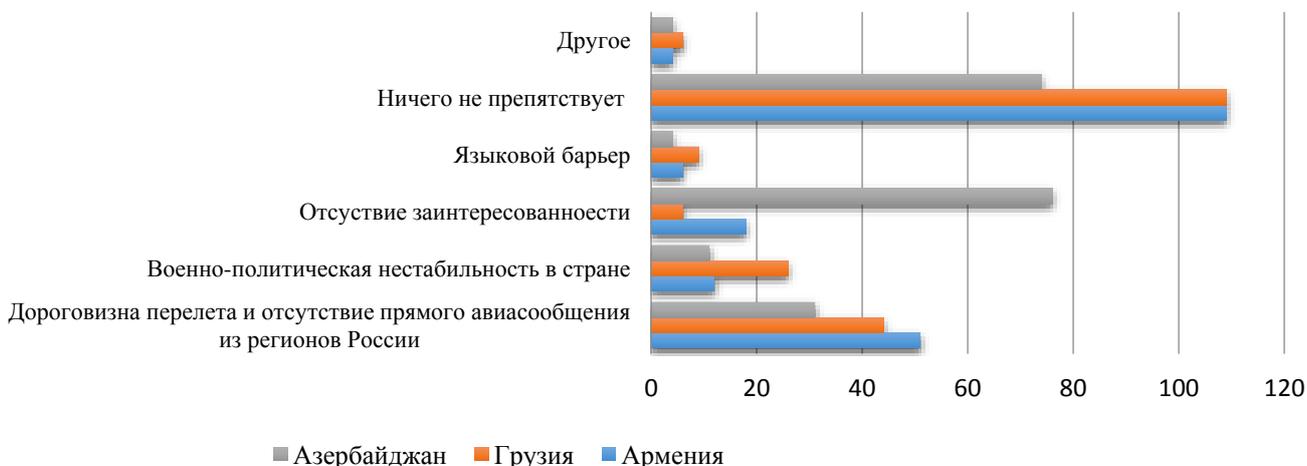


Рис. 1. Факторы, препятствующие посещению стран Закавказья.

Наиболее сдерживающим фактором является дороговизна перелета и отсутствие прямого авиасообщения из регионов России, а также сезонный характер активизации рейсов. Военно-политическая нестабильность является препятствующим фактором для посещения Армении и Азербайджана значима для 6% респондентов, а дипломатические отношения с Российской Федерацией являются сдерживающим фактором въезда в Грузию для 13%. Ничего не препятствует к посещению Армении и Грузии 54,4% респондентам, Азербайджана - 36,7%.

В целом рекреационный потенциал стран Закавказья по различным направлениям туристской деятельности был оценен респондентами как достаточно высокий. Наиболее низкие баллы характерны для Азербайджана (рис. 2.)

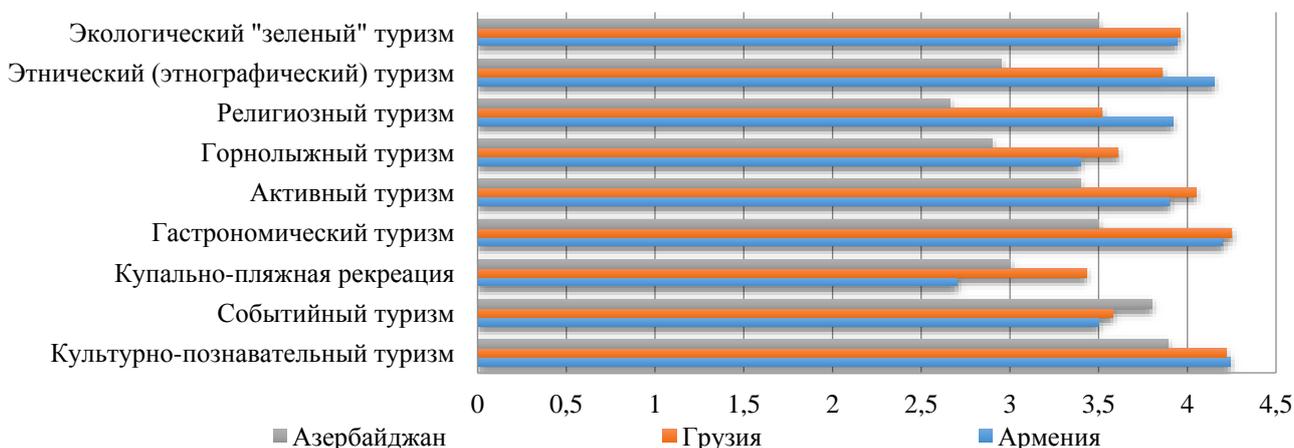


Рис. 2. Оценка рекреационного потенциала стран Закавказья, баллы.

Заключение. Туристский имидж стран Закавказья на крымском рынке туристских услуг в настоящее время не является сформированным. Это отражает незнание основных объектов туристского интереса; при этом основные туристские объекты, названные респондентами, сконцентрированы в столицах стран. Это говорит о неэффективности имиджмейкинга и плохой представленности на туристском рынке. Деятельность государственных структур республик по формированию и продвижению туристского имиджа стран региона можно оценить как недостаточно эффективную, несмотря на то, что в целом имидж каждой страны воспринимается более как позитивный. Для многих данное направление, несмотря на значительные препятствующие факторы, кажется привлекательным.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПАРКИ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Страчкова Н.В.¹, Курсаитова З.З.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся первого курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Современные тематические парки играют важную роль в развитии социального пространства. Парки получили всемирное признание и существенно повлияли на культуру населения, экономику, рост социальных процессов и на территориальное развитие.

Велика социально-экономическая значимость тематических парков. Многие из них являются крупными работодателями. Тематические парки играют важную роль в региональном развитии и нередко выступают как центры, вокруг которых образуются своеобразные курорты нового поколения. Сформировавшиеся в мировом парковом бизнесе мощные производственные структуры — транснациональные парковые операторы — являются одними из основных распространителей инноваций в туристской индустрии. Стратегия и тактика транснациональных парковых корпораций на мировом рынке, методы организации их производства, принципы размещения и функционирования — эти и другие вопросы представляют особый интерес.

В последние десятилетия тематические парки не только становятся важной составляющей индустрии туризма, но и приобретают всё большее значение в социально-экономической сфере регионов, способствуя повышению уровня качества жизни населения, создавая дополнительные рабочие места, обеспечивая стабильный экономический рост. Нередко они выступают в качестве кластерообразующих элементов, определяя инновационный путь развития регионов.

По сравнению с традиционными парками культуры и отдыха, современные тематические парки отличаются использованием передовых технологий и новейших научных достижений, высоким качеством обслуживания посетителей, разнообразием предложений и доступностью.

Тематические парки специализируются одновременно по нескольким направлениям, прежде всего, развлекательному, культурно-познавательному и образовательному. В процессе отдыха, человек получает возможность приобрести помимо ярких впечатлений новые знания об окружающем мире. Сочетая в себе познавательный и развлекательный элементы, они способны удовлетворить потребности туристов практически всех возрастов и интересов.

Целью работы является исследование тематических парков как многофункциональных объектов культурно-познавательного туризма, в том числе выделение региональных особенностей развития тематических парков мира.

Методической основой исследования выступают литературно-аналитический, метод обобщения и систематизации, метод моделирования, метод проектирования, графо-аналитический метод, метод SWOT – анализа, статистический метод, сравнительно-исторический и сравнительно-географический методы.

Результаты исследований. В 1970-х г. начали исследовать тематические парки, в то время было опубликовано значительное количество научных и практических материалов У. Диснея – этим «микрокосмам Запада» и их влиянию на социум. В них рассматривали вопросы дизайна и управления, проектирования тематического парка.

Тематические парки – это искусственно созданные познавательно-развлекательные парки, все структуры которых объединены общей темой. На первый взгляд, они имеют много схожих черт с другими видами парков, однако существенно отличаются от них

составными элементами, принципами организации и функционирования. Тематические парки занимают особенное место в парковой типологии.

В древние времена люди огораживали и приспособляли свои земельные участки для отдыха. Они высаживали растения, и образовывали комплексы аллей, обустроивали водоемы, цветники. Подобные участки стали называться парками (от лат. «parcus» – отгороженное место) – это территория, где существующая природная среда (рельеф, цветники, водоемы) преобразованы разными приемами ландшафтной архитектуры, зеленого строительства, где подходящая в экологическом и эстетическом уровне среда для отдыха населения. Существует несколько типов парков. Широкую известность в мире получили регулярные и ландшафтные или пейзажные парки, различающиеся принципами садово-паркового строительства. Парки разнятся не только планировкой. В зависимости от местонахождения выделяются парки городские и парки в сельской местности, обладающие определенной спецификой. Подробно разработана типология и структура городских парков А.Ю. Александровой. Они различаются:

- по местоположению — городские и пригородные;
- величине — малые (от 5 до 19 га), средние (от 20 до 100 га), большие (свыше 100 га).
- месту в архитектурно-планировочной структуре города и его водно-зеленой системе — общегородские, планировочных районов, жилых районов и микрорайонов.

Особенно разнообразны парки по функциональному назначению. Они подразделяются на многопрофильные парки культуры и отдыха и специализированные парки. Самый известный многопрофильный парк в России — Центральный парк культуры и отдыха имени М. Горького, расположенный в Москве.

Принципиальное отличие существует между тематическими парками и обычными парками развлечений. Тематические парки различаются от них многообразием функций. Они специализируются сразу по нескольким направлениям: развлекательному, культурно-познавательному и образовательному. Расширению направлений специализации способствует парковая анимация. Она совершает ряд обязательных для человека функций: адаптационную, компенсаторную, стабилизирующую, информационную, образовательную, совершенствующую, рекламную.

Вопрос о разделении понятий «тематический парк» и «парк развлечений» возник сразу после появления первого «Диснейленда». В них была представлена новейшая революционная концепция паркового дела.

Тематические парки имели достаточный уровень конкурентоспособности и хорошую репутацию по сравнению с парками развлечений, в связи с тем, что в них предлагали обновленные услуги и технологии, современные организации производства. Одно из самых важных конкурентных преимуществ тематического парка является прогрессивный технический уровень производства турпродукта, новые технологии и грамотная ценовая политика.

Заключение. В настоящее время тематические парки играют большую роль в формировании социального пространства. Они получили глобальное распространение и оказывают заметное влияние на культуру населения, динамику социальных процессов, региональное развитие, экономику. Современный этап развития характеризуется появлением цепей тематических парков, образованием транснациональных корпораций-операторов паркового дела, глобализацией паркового бизнеса. Парковая индустрия, перешагнув границы Северной Америки и Европы, стремительно развивается в Азиатско-Тихоокеанском регионе, набирает темпы в странах Латинской Америки, Ближнего Востока, Африки.

Глобальная тенденция к строительству тематических парков в последние годы начала проявляться и в России. На сегодняшний день, на территории нет крупных парков типа «Диснейленда», но есть другие не менее интересные, которые раскрывают культурную особенность страны, а именно этнографические парки «Моя Россия», «Атамань», «Этномир», «Сочи Парк».

ПЛЯЖНЫЕ РЕСУРСЫ ЮГО-ЗАПАДНОГО КРЫМА

Страчкова Н.В.¹, Кушнер А.Г.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся второго курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Вопросы исследования прибрежных территорий как комплексного, конфликтного при организации природопользования, в Крыму приобретают особую актуальность и требуют изучения как природных, так и социально-экономических процессов. Прибрежные зоны могут быть использованы не только в рекреационных, но и иных целях, например, для размещения ферм по разведению морепродуктов, для портовой инфраструктуры, размещения промышленных предприятий и пр. В связи с этим исследование береговых зон полуострова, определение состояния берегов и пляжей, проведение типологии и оценка состояния береговых территорий является весьма актуальным.

Целью данной работы является изучение пляжных ресурсов Юго-Западного Крыма. Основными задачами исследования явились исследования подходов к понятию «пляж» и показателей оценки пляжных ресурсов, выделение типов пляжей Юго-Западного Крыма с учетом характеристик береговой линии.

Методической основой исследования является сравнительно-географический, исторический, графо-аналитический и картографический методы.

Результаты исследований. В большинстве географических исследований пляж (от фр. *plage*, от лат. *Plaga* – полоса земли) рассматривается как отлогий намытый берег, сложенный наносами и образующийся в результате действия прибоа. Купально-пляжная рекреация организуется на берегах морей, озер, рек и искусственных водоемов (прудов, заполненных водой карьеров, водохранилищ). При оценке пляжных ресурсов принимаются во внимание ряд показателей, среди которых: литолого-механический состав пляжей (они могут быть карбонатно-кварцевые, кварцево-ракушечные, кварцево-известняковые, железисто-ракушечные, ракушечные, галечно-песчаные, песчано-галечниковые, песчаные, галечно-валунные и др.); ширина пляжной полосы (от 1 до 160 м); средняя высота берега; средняя ширина акватории до изобаты 1,5 м; скорость течения (для реки), штормовая деятельность, степень оборудованности пляжей.

Пляжные ресурсы в Крымском регионе играют ведущую роль в составе рекреационного потенциала, поскольку являются основой купально-пляжной рекреации и в значительной мере регулируют мощность туристического потока на полуострове. Из общей протяженности береговой линии Крыма 906 км - пляжи составляют 517 км, в том числе свыше 100 км – искусственные. Пляжи Юго-Западного Крыма пролегают от Сак до Севастополя. Пляжи неширокие, часто прислонены к крутым клифам, которые укрепляются железобетонными конструкциями либо с помощью озеленения. На некоторых участках пляжи подсыпают гравием и галькой, так, как море во время сильных штормов не только уносит теньевые навесы и грибки, но и разрушает набережные и даже курортные корпуса. Дальше на юг берег мало освоен почти до Севастополя. Только у сел Учкучевка и Любимовка, раскинулся довольно просторный песчано-гравийный пляж с пологим уклоном, хорошим и для детей, и для взрослых. Много хороших пляжей и в разных частях Севастополя: «Омега», парк Победы, «Песочный», «Солнечный», «Хрустальный». Севастопольский участок является исключительным на Черном море именно благодаря своему расчленению, образующему характерный «риасовый» тип берега. Река Черная, впадающая в Севастопольскую бухту, дренирует прибрежную часть широкой тектонической депрессии.

Анализ исследований береговых зон Юго-Западного Крыма позволил выделить ряд береговых районов, различных по протяженности и характеристикам.

1. Линия Мыс-Лукулл-Орловка расположена между мысом Лукулл и северной

частью пляжа Орловка. В нем преобладают абразионно-оползневые берега и сосредоточено 92% аккумулятивных берегов Юго-Западного Крыма. Берег представляет с собой полуостровную линию длиной 16,07 м, общая длина пляжей на участке составляет 4117,8 м. Самый протяженный пляж в Орловке, 1250 м.

2. **Северная линия** расположена между пляжем Орловка и Константиновским равелином. Здесь даже аккумулятивные участки берега могут отступать с крайне высокой средней скоростью, до 5 м в год. Длина линии составляет 16, 211 м, длина пляжей 6733 м. Особенности движения оползневых блоков таковы, что после нескольких лет или десятилетий стабилизации склона, происходят внезапные катастрофические подвижки со смещениями на десятки, а иногда и сотни метров. Есть участки береговых уступов, где отседания и обвалы небольших блоков происходят относительно равномерно. Учитывая продолжающуюся интенсивную застройку прибрежной зоны в популярных местах рекреации частными коммерческими объектами, а также многочисленные строения, возведённые в оползневых склонов, на побережье Северного района в ближайшие годы можно ожидать частых катастрофических ситуаций, связанных с обрушениями жилых зданий и рекреационных сооружений.

3. Наиболее протяженная линия - **Севастопольская бухта**, составляет 39,164 м, общая длина пляжей 795,5 м. Характерна интенсификация техногенной деятельности на берегах, перестройка устаревших сооружений, изменения структуры использования берегов, освоения немногих оставшихся участков естественного берега. Протяженные пляжи от 1000 м на этом участке отсутствуют.

4. Самая протяженная линия **Северо-Гераклейская линия** - 47,373 м, общая длина пляжей 2474 м. Важным отличием этих бухт является то, что они врезаны в низменную равнину, с более пологими уклонами и отмельными берегами, то есть, в случае повышения уровня моря, затоплениям здесь будут подвержены большие площади и большее количество хозяйственных объектов. Пляжи протяженностью более 1000 м на этом участке не наблюдалось.

5. **Южно-Гераклейская линия** расположена от Мыса Херсонес (крайняя западная точка Севастополя) до Яшмового пляжа на Фиоленте, протяженность 20, 818 м, длина пляжей 1139,7 м. При повышении уровня на 2.5 м имеется опасность затопления надводных частей бенчей и карманных пляжей, что сделает отдых на этих берегах достаточно опасным.

6. Протяженность линии **залива Мегало-Яло** составляет 32,873 м, длина пляжей составляет 1722,3. Локальные проявления динамики рельефа вызваны сейсмическими событиями, в том числе активизация обвально-осыпных процессов. В вершине залива, в районе пляжей Балаклавы возможны сходы селевых потоков.

7. Наименее протяженная - **Сарычско-Батильманская линия**, 15,098 м, длина пляжей 375, 6 м. Линия имеет высокие риски, связанные с активизацией береговых процессов. Подъем уровня моря может вызвать значительное увеличение темпов абразии в береговой зоне этого района. Абразия в свою очередь, приведет к серьезной активизации оползневых и других склоновых процессов. Местами максимальной вероятности катастроф являются крупные оползневые тела, из которых была застроена гостиница “Бухта Мечты” в бухте Ласпи.

Заключение. Из протяженных пляжей Юго-Западного Крыма было выявлено 4 пляжных района длиной более 1000 м - пляжи в Каче (с/т Маяк-Кача, Центральный, Дикий), Орловке, с/т Берег, в Любимовке (Гарнизонный, Центральный) и Учкеевке. В перспективе развития Юго-Западного Крыма как рекреационного региона наиболее привлекательными являются берега Северной стороны, берега Дикой Омеги и Фиолента, так как большинство рекреантов привлекает непосредственный отдых на пляжах. Тут расположены самые широкие детритовые песчаные пляжи Крыма, которые имеют максимальную оценку для развития пляжной рекреации. Абразионный берег мыса Фиолент – представляет собой интерес с точки зрения эстетического восприятия рельефа и благоприятен для развития активных видов отдыха (кайтсерфинг, обзорательные прогулки вдоль берега).

УСАДЕБНЫЕ КОМПЛЕКСЫ КАК РЕСУРС КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА: ПОДХОДЫ К ТИПОЛОГИИ

Страчкова Н.В.¹, Страчкова З.С.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Важнейшим конкурентным преимуществом туристской отрасли Российской Федерации является историко-культурное наследие. На поездки с культурно-познавательными целями приходится около 20% внутреннего туристского потока. При этом для провинциальных территорий ориентация на ресурсы наследия истории и культуры становится одной из реальных возможностей улучшения их социально-экономического положения. Культурно-познавательный тур, предполагающий знакомство с культурой, обычаями и нравами разных народов можно одновременно считать и экскурсионным, и этнографическим. При этом в настоящее время становится все более популярен отдых в усадьбах - памятниках архитектуры, ознакомление с традициями и укладом жизни высших слоев общества прошлых веков. Подобные тенденции сформировали в последние годы отдельный вид туристской деятельности культурно-познавательного характера - усадебный туризм, имеющий огромное значение не только в области развития туризма и продвижения Российской Федерации на мировом туристском рынке, но и в области охраны, сохранения и восстановления объектов историко-культурного наследия страны.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является анализ потенциала усадебного туризма в Российской Федерации, в том числе выявление основных типов усадебных комплексов.

Методика исследований. Методической основой исследования выступают литературно-аналитический, графо-аналитический, сравнительно-географический методы, а также методы систематизации, в том числе типологии и классификации. При выявлении типов усадебных комплексов и их характеристики были использованы материалы Национального фонда «Возрождение русской усадьбы», Ассоциации владельцев исторических усадеб России, а также федерального проекта «Русские усадьбы».

Результаты исследований. Усадебная культура насчитывает 400 летнюю историю от 17 до начала 20 века, и данный период был ознаменован европейской ориентацией России, когда знания в архитектуре, агрокультуре и ландшафтном дизайне обрели форму не только функциональную, но и репрезентативную.

Усадьба (от «садить», «сажать») — в русской архитектуре отдельное поселение, комплекс жилых, хозяйственных, парковых и иных построек, а также, как правило, усадебный парк, составляющих единое целое. Как правило, термин «усадьба» относят к владениям русских дворян и зажиточных представителей других сословий, относящихся к XVII — началу XX веков. Хотя термин «усадьба» применяется также и к крестьянским хозяйствам. Большинство понятий «усадьба» понимаются как постоянные, прочные, неподвижные жилые комплексы, имеющие территориальную масштабность, элементы которой во взаимосвязи устанавливают определенную иерархическую зависимость, объединены функциональным и стилевым единством. Беловинский Л.В. выделяет ряд элементов усадьбы, среди которых жилой дом, иногда с флигелями, людская изба для дворовых, мастерские, конюшни, каретник, скотный двор, амбары и погреба, оранжерею, грунтовой сарай, сад, огород, иногда парк, церковь.

В целом оценка подходов к понятию усадьбы позволил выделить ряд синонимов, среди которых - поместье, имение, мыза, фольварк, дача, дворец, что подтверждает многофункциональность усадебного комплекса, являющегося пространством культуры в природном ландшафте.

Анализ исторических особенностей развития усадебной культуры в Российской Федерации позволил сформировать ряд подходов к их типологии:

- по расположению – городские, среди которых боярские, дворянские, купеческие, мещанские, храмовые; сельские, среди которых помещичьи, крестьянские; загородные.

- по статусу владельца – дворянские, императорские, разновидностью каждого вида выступают дворцово-парковые комплексы.

- по архитектурному стилю – античность, барокко, классицизм, а также смешанные стили.

- по функциям – аристократические, патриархальные, культурные усадьбы.

Наиболее распространенными были городские и загородные усадьбы, отражающие особенности уклада различных исторических периодов, влияющих на внешний облик и совокупность усадебных элементов. Боярская усадьба XVII в. характеризуется преобладанием старообрядческого уклада, это первые укрепленные усадьбы, обособленные от окружающих их простых жилищ, центральным элементом которой являлся теремной дворец с постройками. Дворянские усадьбы возникли позже, и в данный период это наиболее распространенный тип усадебного комплекса, сохранившегося до наших дней и представляющего самодостаточный хозяйственный и культурный организм, ячейку культурного мира России. Особое место среди городских усадеб занимают храмовые комплексы, имеющие в своем пространстве школы, культурные центры, погосты.

Городские усадьбы были характерны для губернских городов. По внутренней структуре они были схожи с сельскими и загородными, однако занимали меньшую площадь при наличии нескольких этажей, имели ограниченное количество хозяйственных построек, а также зону рекреации в виде садика или фонтана.

В целом организация усадебных комплексов имела разнообразный характер, но вне зависимости от масштаба, родовитости и состоятельности владельца, численности ее обитателей и т.д., каждая усадьба выполняла несколько важнейших функций:

- социально-экономическую – усадьба являлась пространством жизненной организации представителей дворянства и производственной деятельности крестьянской общины, составлявшей условие существования усадьбы;

- духовно-эстетическую – культурно-эстетическое наполнение усадьбы, в котором единство природы и искусства носили определенный эмоционально-чувственный характер, способствовали развитию определенных душевных качеств, художественного вкуса, философского мышления ее обитателей;

- воспитательно-коммуникативную – усадьба представляла собой «мир в миниатюре», где сочетались присутствие примеров для подражания в лице старших представителей родовой династии, в том числе и давно ушедших, непосредственное общение всех обитателей усадебного дома с крестьянским миром, с проживающими в усадьбе представителями творческой интеллигенции, с учителями и воспитателями, тесные контакты с соседями и пр.;

- рекреационно-гостевую – усадьба как место летнего отдыха и творческого вдохновения владельцев.

Заключение. Историко-культурное наследие является специфическим ресурсом территории, способным обеспечить многоплановый и качественный туристский продукт. В нем сочетаются материальные и нематериальные свойства, уникальность, возможность один и тот же объект по-разному использовать. Вовлечение усадебных комплексов в туристскую деятельность при растущем спросе в сегменте культурного туризма позволяет расширить туристское предложение региона, усилить интерес к культуре и истории, сформировать межсезонные виды туризма, среди которых событийный, развлекательный, литературный и пр., а в отдельных случаях и определить будущую туристскую специализацию.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Страчкова Н.В.¹, Цветков С.А.²

¹доцент кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

²обучающийся второго курса магистратуры кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

Введение. Конкуренция является движущей силой рыночных процессов, устойчивые конкурентные позиции помимо возможности увеличения каналов сбыта позволяют детально изучить потребности потенциальных потребителей и занять более высокую ступень в рыночной нише. Вопросы исследования конкурентоспособности регионов на рынке туристских услуг весьма актуальны для Крыма, туристская отрасль которого признана в качестве приоритетной и демонстрирует за последние годы успешную динамику развития. При этом не все регионы Крыма в полной мере вовлечены в рекреационную деятельность, и при обладании всеми факторами для полноценного развития туризма являются слабо освоенными и неэффективными на рынке рекреационных услуг. В связи с чем вопросы, связанные с поиском направлений повышения конкурентоспособности туристских регионов нового освоения, являются актуальными и требуют научно обоснованных решений.

Целью данной работы является формирование методики оценки конкурентоспособности туристской дестинации.

Методической основой исследования выступает совокупность методов, среди которых сравнительно-географический, описательный, методы систематизации. Общей методологической базой формирования методики оценки конкурентоспособности явился системно-структурный подход.

Результаты исследований. К понятию «конкуренция» в специализированной литературе традиционно сформировалось три основных подхода: классический подход, рассматривающий данный процесс как элемент рыночного механизма, позволяющий уравновесить спрос и предложение; конкуренция как процесс состязательности на рынке, наиболее характерный для отечественных авторов; конкуренция как критерий для определения типа отраслевого рынка, основанный на теории морфологии рынка.

Среди функций конкуренции традиционно выделяются регулирующая (воздействие на установление соответствия предложения спросу), аллокационная (размещение факторов производства в местах, где их применение обеспечит наибольшую отдачу), инновационная (стимулирование использования нововведений), адаптационная (приспособление к условиям внешней и внутренней среды), а также распределительная и контролирующая. В связи с этим конкурентоспособность субъекта рыночного механизма складывается из целого ряда конкурентных преимуществ, возникающих при реализации данных функций.

Анализ подходов к определению конкурентоспособности дает основание под конкурентоспособностью туристского региона понимать определяемую конкурентными преимуществами реальную и потенциальную способность региона соперничать с другими регионами при решении задач формирования и удержания туристского потока учитывая современный уровень использования рекреационного потенциала с целью улучшения положения на региональном (национальном) рынке туристских услуг, а также повышения общего уровня социально-экономического развития и уровня жизни населения.

Изучение различных подходов к выделению факторов конкурентоспособности туристских регионов подтвердило многогранность понятия конкурентоспособности. Опираясь на методики определения конкурентоспособности Европейского форума (10 факторов, 200 показателей), Всемирного экономического форума (индекс глобальной конкурентоспособности, 12 категорий, 113 переменных, а также индекс конкурентоспособности путешествий и туризма, 14 компонентов, 80 показателей), Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г., а также работы отдельных исследователей конкурентоспособности в туризме,

позволила сформировать авторский методический подход к определению конкурентоспособности туристского региона на мезоуровне.

Предлагаемая методика оценки конкурентоспособности туристского региона включает следующие этапы:

1. Подготовительный этап.

Он включает определение цели, задач исследования, выбор методов и инструментов, информационной базы оценки конкурентоспособности туристского региона.

2. Выбор оценочных параметров.

В рамках данного исследования считаем целесообразным выделить следующие группы параметров:

- физико-географические параметры, отражающие природно-ресурсную составляющую рекреационного потенциала туристского региона - климатические, ландшафтные, медико-биологические ресурсы, наличие и характеристику особо-охраняемых природных территорий и пр.;

- социо-экономгеографические параметры, анализируемые в контексте оценки общественно-географического положения и транспортной доступности, антропогенную составляющую рекреационного потенциала региона, уровень развития рекреационной инфраструктуры, трудоресурсный потенциал туристской отрасли;

- экономические параметры, характеризующие состояние рынка туристских услуг региона - общий уровень экономического развития, ценовое предложение, уровень и географию спроса на туристские услуги региона, территориально-функциональное предложение туристского региона, его разнообразие и полноту и пр.

- прочие параметры, выступающие в качестве лимитирующих - уровень политической стабильности, эколого-санитарное состояние территории, уровень криминогенной ситуации и иные показатели, косвенно влияющие на формирование конкурентных позиций региона.

Учитывая разнородность показателей и параметров в качестве метода, обеспечивающего их сопоставимость, предлагается использовать метод балльной оценки на основе первичных показателей, а также методы экспертной оценки и социологического опроса при формировании конкретных оценочных показателей, которые отсутствуют в статистических данных официальной отчетности.

3. Определение интегрального индекса конкурентоспособности туристского региона.

Интегральный индекс конкурентоспособности определяется как сумма баллов по каждой группе параметров.

4. Выделение сильных и слабых сторон туристского региона с использованием метода SWOT-анализа. Графическим результатом оценки является построение многоугольников конкурентоспособности по каждой группе параметров, что не только дополняет SWOT-анализ, но и может быть использовано при построении карт конкурентоспособности регионов и сравнений при применении методов бенчмаркинга.

5. Разработка предложений по усилению конкурентных позиций туристского региона.

Заключение. Предлагаемая методика оценки конкурентоспособности туристской дестинации необходима для анализа возможных путей развития сферы рекреации и туризма, а также разработки стратегий, учитывающих имеющиеся потенциальные возможности и угрозы для целей развития региона от макро- до локального уровней. Методика позволяет комплексно оценить конкурентные позиции туристской дестинации, сильные и слабые стороны по отдельным направлениям рекреационного потенциала, метод балльной оценки предоставляет возможность объединения и сопоставления разнородных показателей, всесторонне характеризующих уровень и качество развития туристской дестинации. Методические разработки исследования конкурентоспособности туристской дестинации могут быть использованы органами власти и управления для разработки соответствующего инструментария контроля и анализа туристской деятельности, а также оценки результативности реализуемых региональных программ и стратегий развития туризма.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ КРЫМА

Яковенко И.М.¹, Войтеховский Д.В.²

¹ д.г.н., профессор, заведующая кафедрой туризма факультета географии, геоэкологии и туризма Таврической академии КФУ

² аспирант кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма Таврической академии КФУ

научный руководитель: д.г.н., профессор Яковенко И.М.

voitehovskymitry@mail.ru

Введение. Рекреационная специализация предъявляет высокие требования к состоянию природной среды, как к ключевой составляющей рекреационного потенциала территории, однако, в результате интенсивных хозяйственных нагрузок экологическая ситуация в главных курортных центрах полуострова приобрела ряд характерных проблем.

Цель работы – анализ ключевых экологических проблем развития рекреационных населенных пунктов Крыма.

Результаты исследований. Серьезной экологической проблемой полуострова является *негативная динамика выбросов вредных веществ в атмосферный воздух*. Согласно данным Министерства экологии и природных ресурсов Р. Крым, если в 2000 г. суммарные выбросы составляли 123,39 тыс. т, то в 2018 г. они увеличились до 156,797 тыс. т. При этом на протяжении 18 лет отмечались снижение выбросов от стационарных источников, связанное с сокращением промышленного производства и переводом котельных на газ, и значительный рост объемов вредных веществ, поступающих от передвижных источников (рис. 1).

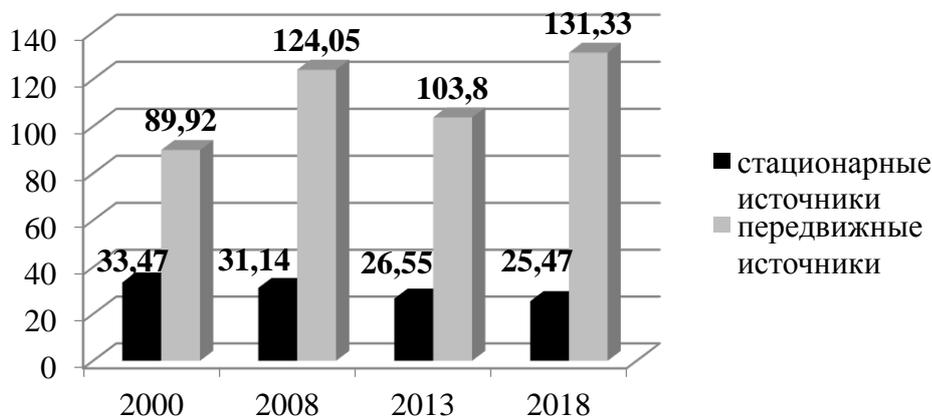


Рисунок 1. Динамика выбросов загрязняющих веществ в атмосферу Крыма стационарными и передвижными источниками загрязнения, 2000-2018 гг., тыс. т

Рост автомобилизации населения в сочетании с преобладанием автомобильного транспорта в внутрирегиональных перевозках туристов определили тенденцию к ухудшению качества воздушной среды во многих курортных поселениях Крыма. Проблема усугубляется отсутствием у большинства рекреационных населенных пунктов полноценных объездных дорог (поселения Б. Ялты, Феодосия, Судак, пос. Приморский, пос. Береговое и др.). Выхлопные газы автомобилей составляют 75-95% вредных веществ, поступающих в воздух курортов Крыма. Наиболее неблагоприятная ситуация сложилась в городах Алушта, Керчь и Евпатория, где в 2018 г. отмечалось превышение ПДК по оксиду углерода, взвешенным веществам и диоксиду азота. Максимальные разовые концентрации фиксируются в курортный сезон, в частности, в Ялте превышение норм по диоксиду азота в июле 2018 г. составило 4,3 ПДК, по взвешенным веществам в августе – 2,8 ПДК.

Качество морской воды в прибрежных поселениях Крыма определяется многими факторами, в т.ч. объемами сброса сточных вод, состоянием канализационных систем и

очистных сооружений, интенсивностью купально-пляжной рекреации. В 2018 г. несоответствие санитарным нормам отмечалось по группе бактериологических показателей (1,1% проб). Нарушения выявлены на 27 пляжах, в т.ч. на 14 пляжах г. Алушта, на 3 пляжах г. Керчь, на 2 пляжах г. Ялта, на 7 пляжах поселений Бахчисарайского района и на 1 пляже Симферопольского района.

Результатом стихийной рекреации и низкой экологической культуры местного населения является *нарастающее замусоривание рекреационных населенных пунктов Крыма*, их рекреационных угодий (пляжных, садово-парковых, лесных) и соединяющих поселения автомобильных трасс. В 2016 г. на территории Р. Крым было зарегистрировано 100 несанкционированных свалок общей площадью 425133,9 кв. м. Большая концентрация свалок характерна для населенных пунктов Б. Ялты (из 10 объектов 7 расположено близ пгт Гурзуф), Б. Алушты (автодороги Алушта-Ялта, Алушта-Судак, Алушта-Симферополь), Бахчисарайского района (с. Табачное) и Симферопольского района (самая крупная свалка – у Мирновского сельского поселения). Данное экологическое нарушение, безусловно, негативно сказывается на качестве рекреационной среды Крыма и имеет деструктивный имиджеформирующий эффект.

Заключение. Рекреационная специализация населенных пунктов Крыма определила ряд характерных экологических проблем в развитии поселений. Комплексное развитие транспортной инфраструктуры в Крыму может благотворно сказаться на оздоровлении природной среды курортов. Среди действенных мер отмечаются: строительство скоростной трассы «Таврида»; активное использование экологически чистых видов общественного транспорта (троллейбусы, трамваи); создание условий для уменьшения транзитного потока личного транспорта в пользу общественного; внедрение научных разработок в области улучшения экологических свойств используемого топлива (присадки к топливу); развитие сети придорожных зеленых насаждений.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННЫХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ КРЫМА

Войтеховский Д.В.

*аспирант кафедры туризма факультета географии, геоэкологии и туризма
Таврической академии КФУ*

научный руководитель: д.г.н., профессор Яковенко И.М.
voitehovskymitry@mail.ru

Введение. Рекреационная специализация оказывает весомое влияние на демографическую ситуацию в системе расселения Крыма, и обуславливает ряд специфических закономерностей демографического развития, связанных с рекреационной специализацией региона.

Цель работы – анализ особенностей демографической ситуации системы расселения в Крымском рекреационном районе.

Результаты исследований. На протяжении последних десятилетий в Крыму отмечались такие негативные тенденции, как снижение темпов роста численности населения, сокращение естественного прироста населения, уменьшение доли детей и населения в трудоспособном возрасте в общей численности населения, рост удельного веса лиц в пожилом возрасте, дисбаланс структуры населения по полу.

Темпы роста населения большинства городских округов и муниципальных районов Крыма за 2000-2017 гг. не достигали 100%. Исключение составили города Алушта (100,6%), Судак (115,6%), Севастополь (113,0%) и Симферопольский муниципальный район (106,3%). Относительная стабильность демографической ситуации в этих районах объясняется

сочетанием более низкого уровня естественной убыли населения по сравнению со среднерегionalными значениями и устойчивым механическим приростом населения. Так, в г. Алушта естественный прирост населения снизился с $-3,4\%$ в 2012 г. до $-5,2\%$ в 2016 г., а коэффициент миграционного прироста за тот же период вырос с $2,1\%$ до $11,6\%$ соответственно. Таким образом, процесс депопуляции отдельных рекреационных районов Крыма компенсируется их привлекательностью для мигрантов.

Современная возрастная структура населения Крыма сформировалась под влиянием как общенациональных, так и региональных демографических изменений. Численность лиц старше трудоспособного возраста (мужчины 60 лет и старше, женщины 55 лет и старше) начала расти с первой половины XX в. (рис. 1);

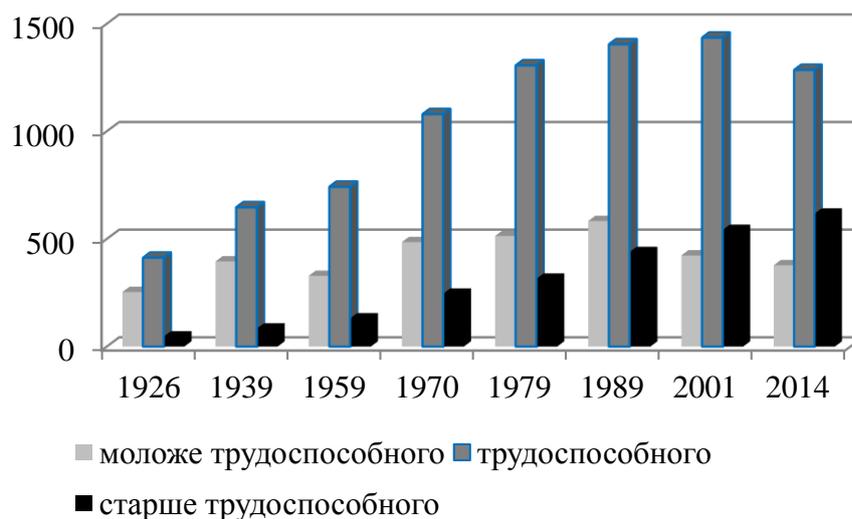


Рисунок 1. Динамика возрастной структуры населения Крыма в 1926-2014 гг., тыс. чел. в 2016 г. доля пожилых лиц в среднем по Крыму составила $27,8\%$. В группе рекреационных населенных пунктов процесс старения населения особо заметен в г. Алушта ($29,8\%$), г. Ялта ($29,9\%$), г. Саки ($30,5\%$), г. Феодосия ($32,1\%$). Самая высокая демографическая нагрузка на население трудоспособного возраста (число пенсионеров на 1000 чел. трудоспособного возраста) зафиксирована в г. Саки (903) и г. Феодосия (926), наименьшая – в г. Симферополь (745) и г. Севастополь (786).

Структура населения по полу в муниципальных образованиях с рекреационной специализацией соответствует пропорции между мужчинами и женщинами в среднем по Р. Крым (46% – мужчины, 54% – женщины). Доля мужчин ниже 46% отмечается в округах Алушта, Ялта, Евпатория, Саки и Феодосия.

Заключение. Рекреационная специализация населенных пунктов Крыма определила ряд особенностей демографического развития поселений. Так, основные курортные центры полуострова, на фоне общекрымских тенденций, характеризуются более положительными демографическими сдвигами. Сложившаяся ситуация объясняется высокой миграционной привлекательностью курортов. Относительно многочисленные миграционные потоки, направленные в рекреационные населенные пункты Крыма, однако, не отменяют ряд ключевых проблем, сложившихся в системе расселения Крыма в течении последних десятилетий (снижение естественного прироста населения, дисбаланс в половозрастной структуре и др.).

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА МЕЖДУ РЕСПУБЛИКОЙ КРЫМ И ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ ИРАН

Перфилова А.Р.

Студентка группы ФЛВ-б-о-191П

факультета крымскотатарской и восточной филологии Таврической академии

КФУ им.В.И.Вернадского

научный руководитель: ст. преп. кафедры восточной филологии

Сухоруков А.Н.

crashsash@list.ru

Введение. В Крыму имеется богатый опыт развития зарубежного туризма, у многих в памяти сохранились воспоминания о заходах больших круизных кораблей в Крымские порты, приезд многочисленных иностранных делегаций, проведение различных международных конференций в Крыму, но за последние 5 лет наша республика попала под жесткий пресс международных санкций, что привело практически к прекращению зарубежного туризма. Исламская республика Иран много лет была под международными санкциями и имеет богатый опыт работы в условиях политической, экономической и информационной блокады. Поэтому, когда мы говорим о перспективах развития туризма между Республикой Крым и Исламской Республикой Иран мы должны опираться на тот опыт, который накопился у наших иранских коллег.

Целью данной работы явилась оценка перспектив развития туристского обмена между Республикой Крым и Исламской республикой Иран.

Результаты исследований. В последние годы Россия и Иран вступили в новый этап отношений, который характеризуется установлением тесного взаимодействия для противодействия общим угрозам и вызовам, развитием взаимовыгодного торгово-экономического сотрудничества и расширения контактов в культурно-гуманитарной и туристической сферах. Наблюдается повышение интереса у представителей наших стран к познанию друг друга. Крым и Иран объединяет тот факт, что на наших территориях размещаются представители разных этносов и культур, имеется положительный опыт сосуществования различных религиозных групп и религий.

В этом отношении большую роль играет познавательный туризм. Учитывая богатую историю Ирана и Крыма, есть возможность организации туристических групп из Ирана в Крым и из Крыма в Иран для осмотра достопримечательных мест, памятников, истории архитектуры, посещения музеев и художественных галерей.

Большой интерес в Иране проявляют к развитию библиотековедения, изучению архивов, музейному делу, опыту реконструкции исторических объектов, создания этнических деревень и пр. Наши народы имеют огромный цивилизационный потенциал, который может быть эффективно задействован для развития туристического диалога. Первые туристические группы могли бы быть сформированы из учёных историков, преподавателей общеобразовательных школ, студентов Крымских вузов и г. Севастополя, членов Малой Академии Наук Республики Крым и др.

Учитывая богатый опыт в развитии медицины и оздоровления населения в Иране и Республике Крым, большое развитие может получить оздоровительный туризм, связанный с отдыхом в санаториях и на курортах с лечением водой, грязью, чистым воздухом.

Не менее интересным могут быть программы по сельскому туризму и участию в совместных сельскохозяйственных мероприятиях по производству растениеводческой, животноводческой и птицеводческой продукции. По переработке отходов сельского хозяйства. С этой целью можно подготовить несколько целевых туристических групп по обмену опытом.

В перспективе развития туристических отношений между Крымом и Ираном не стоит забывать о религиозном и паломническом туризме. В Крыму, как и в Иране, находится масса

Святых мест интересных для посещения не только религиозных активистов, но и для туристов с различными интересами и вкусами.

Много возможностей в развитии активного и рекреационного туризма, туристических центров торговли. Опыт Гонконга, Сингапура, Турции показал, что приток туристов и посещение свободных торговых зон являются примечательной особенностью таких туристических центров.

Для успешного решения проблем развития туризма между Республикой Крым и Исламской Республикой Иран необходимо широкое развитие информационного поля для популяризации туристического продукта Республики Крым в Иране и Иранского в Крыму.

С этой целью необходимо приглашать туроператоров Ирана на обучающие семинары в Крым, добиться перевода туристического портала полуострова на «Фарси» и шире рекламировать Иранский туристический продукт в Крыму. В этом отношении большую помощь может оказать кафедра персидского языка Крымского Федерального Университета имени В. И. Вернадского.

Туризм – сфера, в которой обе страны имеют очень широкие возможности для взаимодействия. Контакты в этой области пока напоминают улицу с односторонним движением, так как поток туристов из Ирана в Россию значительно превышает количество россиян, посещающих Иран при том, что эта страна обладает широчайшими возможностями для привлечения туристов, особенно в сфере культурного, познавательного, экологического и рекреационного туризма. В последние два года в Иране принимаются меры по развитию индустрии туризма, обеспечению туристических групп хорошо подготовленными гидами и переводчиками, разрабатываются специальные туры для российских туристов. Иран обладает широчайшими возможностями для развития экотуризма и проведения «экстремальных туров». Крымская туриндустрия должна обратить на эту страну больше внимания.

Заключение. Обе стороны должны искать новые формы сотрудничества, определять точки соприкосновения, укреплять толерантное отношение друг к другу. Важное место в системе туристического взаимодействия надо отводить молодёжным контактам и развивать отношения между структурами гражданского общества, общественными организациями, т. е. включить механизмы народной дипломатии. Широкие межличностные туристические связи формируют понимание друг друга, выстраивают атмосферу доверия и расширяют потенциал развития двухсторонних отношений. И в заключении предлагаю в резолюцию нашей конференции внести предложение: Министерству образования и науки Республики Крым при формировании Бюджета на 2020 год предусмотреть финансирование делегации в Исламскую Республику Иран для организации деловых связей между Министерством образования Республики Крым и Министерством образования Ирана и налаживания туристических связей между нашими народами

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

А

Акопян М.О., 16

В

Войтеховский Д.В., 26, 28

Г

Гулакова И.А., 3, 5

Д

Деньга В.И., 3

Дрожжин И.А., 12

Е

Ермаков Г.В., 5

З

Заславский Г. А., 7

К

Курсаитова З.З., 18

Кушнер А.Г., 20

Л

Лобас К.В., 9

Логвина Е.В., 10, 12, 14

П

Перфилова А.Р., 29

Р

Рачковский В.А., 14

С

Страчкова З.С., 22

Страчкова Н.В., 16, 18, 20, 22, 24

Ц

Цветков С.А., 24

Я

Яковенко И.М., 26