

Министерство образования и науки Российской Федерации
КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИЗМЕ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ:
ПЕРВЫЕ 20 ЛЕТ В НАУКЕ – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ**

Монография

*Посвящается 20-летию со дня основания
кафедры международного туризма и менеджмента
Кубанского государственного университета*

Краснодар
2017

УДК 338.48 : 332.1 (470.620)

ББК 65.04 (2Рос-4Кр)

П 768

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор

Е.О. Горецкая

Доктор географических наук, профессор

В.Н. Тюрин

Авторский коллектив:

д-р геогр. наук, проф. М.Ю. Беликов, канд. геогр. наук, доц. Т.А. Волкова,
канд. геогр. наук, доц. Э.А. Рыжволова, канд. геогр. наук, доц. В.В. Миненкова,
д-р геогр. наук, доц. М.Л. Некрасова, д-р филос. наук, доц. Т.А. Рововая,
канд. геогр. наук, доц. В.В. Анисимова, канд. соц. наук, доц. Д.В. Жаворонков,
канд. геогр. наук, доц. Ю.И. Карпова, канд. геогр. наук, доц. Н.А. Комаревцева,
канд. филол. наук, доц. И.Ф. Макарем, канд. геогр. наук, доц. А.Г. Максименко,
канд. геогр. наук, доц. Д.В. Максимов, канд. геогр. наук, доц. И.А. Романова,
канд. геогр. наук, доц. А.А. Филобок, А.Ю. Баядян, Е.В. Куделя, И.К. Кузнецов,
И.М. Пунько, М.Ф. Ходыкина

П 768 Приоритетные направления исследований в туризме Краснодарского края: первые 20 лет в науке – взгляд в будущее: монография / М.Ю. Беликов, Т.А. Волкова, Э.А. Рыжволова и др.; отв. ред. А.Г. Максименко. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. – 165 с. – 500 экз.

ISBN 978-5-8209-1300-6

Данная монография включает актуальные результаты отраслевых исследований, проведенных учеными кафедры международного туризма и менеджмента географического факультета Кубанского государственного университета.

Адресуется ученым и практикам, работающим в сфере туризма.

Монография размещена на сайте научной электронной библиотеки www.eLibrary.ru

УДК 338.48 : 332.1 (470.620)

ББК 65.04 (2Рос-4Кр)

ISBN 978-5-8209-1300-6

© Кубанский государственный университет, 2017

ПРЕДИСЛОВИЕ

В соответствии с Уставом Кубанского государственного университета и на основании решения ученого совета КубГУ приказом от 7 октября 1996 г. №322 была организована кафедра международного туризма и менеджмента. Обязанности заведующего кафедрой были возложены на доцента кафедры экономической географии Михаила Юрьевича Беликова. Декан географического факультета, профессор В.Н. Тюрин и заведующий кафедрой экономической географии, профессор Г.С. Гужин провели необходимые мероприятия по формированию штатного расписания и объема учебных поручений для новой кафедры.

Первый набор студентов состоялся в 1994 г. и до 2013 г. успешно осуществлялась подготовка специалистов по программе высшего профессионального образования «Менеджмент организации» со специализацией «Международный туризм». В период с 2005 г. до 2015 г. велась подготовка специалистов по программе «Социально-культурный сервис и туризм». Начиная с 2009 г. ведется подготовка бакалавров по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело» и «Сервис», с 2013 г. – магистров по направлению «География» со специализацией «Рекреационная география и туризм». С 2015 г. действует программа дополнительного профессионального образования «Экскурсионное обслуживание: методика и технология организации».

Профессорско-преподавательский состав кафедры, представленный 3 докторами наук, 12 кандидатами наук, ежегодно организует Международную научно-практическую конференцию «Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы», в рамках которой ученые и практики участвуют в формировании новых векторов развития туристской отрасли.

Сотрудники кафедры ведут активную преподавательскую деятельность и непрерывную научно-исследовательскую работу, которая выражается в исполнении грантов, а также муниципальных и краевых проектов по развитию туризма. В представленной монографии использованы данные реализуемых

в настоящее время грантов и проектов. За прошедшие годы коллективом кафедры выполнено несколько десятков исследовательских проектов, опубликованы монографии, статьи, учебно-методические разработки. Сфера научных интересов сконцентрирована на вопросах развития туризма в функциональном, региональном аспектах в границах Юга Европейской части России и Краснодарского края, в частности.

Современные количественные тенденции туристского рынка Краснодарского края создают условия для повышенного интереса к туристской отрасли со стороны инвесторов, что определяет необходимость систематизации знаний и исследования возможностей. С учетом цикличности спроса важным является ведение постоянного мониторинга диверсифицированности суботраслей туризма и эффективности функционирования региональных рынков и отдельных предприятий. Причинно-следственные и хронологические аспекты исследования туризма в Краснодарском крае предложены в данной монографии к рассмотрению и анализу отраслевых специалистов.

Предлагаемое издание включает актуальные результаты исследований, проведенных учеными кафедры международного туризма и менеджмента географического факультета Кубанского государственного университета. В материалах монографии представлены результаты теоретических и прикладных исследований, отображающих профиль научных интересов сотрудников.

Авторами предлагаемого издания являются: предисловие – А.Г. Максименко, Н.А. Комаревцева; гл. 1, 9 – М.Ю. Беликов, И.А. Романова, В.В. Анисимова, М.Л. Некрасова, А.Ю. Баядян; гл. 2 – Т.А. Волкова; гл. 3 – Д.В. Жаворонков; гл. 4 – Ю.И. Карпова; гл. 5 – Н.А. Комаревцева, П.Л. Карпенко, И.М. Пунько; гл. 6 – А.Г. Максименко; гл. 7, 8 – Д.В. Максимов, И.К. Кузнецов, Е.В. Куделя, В.В. Миненкова, А.А. Филобок; гл. 10 – Т.А. Рововая; гл. 11 – Э.А. Рыживолова; гл. 12 – М.Ф. Ходыкина.

Научное руководство авторским коллективом осуществлял М.Ю. Беликов.

Уважаемый Михаил Юрьевич!

Сердечно поздравляем Вас и в Вашем лице весь профессорско-преподавательский состав, сотрудников и выпускников кафедры международного туризма и менеджмента с замечательным юбилеем!

Двадцать лет дружный, активный и талантливый коллектив кафедры под Вашим мудрым руководством служит просвещению Кубани и России, укрепляя международный авторитет нашего государства и дух дружбы и сотрудничества с народами других стран.

За эти годы кафедра международного туризма и менеджмента была инициатором подписания договора о дружбе и сотрудничестве между Кубанским государственным университетом и университетом города Алеппо в Сирийской Арабской Республике, кафедра ежегодно проводит Международную конференцию по вопросам туризма, куда приезжают гости из различных регионов нашей страны и из зарубежных государств, обсуждаются многогранные вопросы, связанные с проблемами и развитием туристской отрасли.

Кафедра международного туризма и менеджмента дала основу деловой жизни сотням своих выпускников и несколько поколений молодых и талантливых специалистов сейчас успешно работают в отрасли туризма и гостеприимства, а также в смежных отраслях. Именно в их руках будущее туризма.

Коллективу двадцать лет – это значит, что достигнуто совершеннолетие, за плечами немалый опыт, а впереди – значительные горизонты, которые ждут открытия...

Пройден сложный путь, однако благодаря талантливому руководству, трудолюбию и сплоченности коллектива, удалось сохранить приоритеты образования и достичь значительных успехов в научной и учебной деятельности.

С Юбилеем!

ДВАДЦАТЬ ЛЕТ

Немалый, в общем, срок,
Когда нам двадцать лет.
Выпускников имеем впрок –
Повсюду кафедральный след.

За двадцать славных лет
В науке школа создана.
Партнерам нашим шлем привет –
Поддержка в кризисе важна.

Настал чудесный, долгожданный юбилей.
Он отражает сложный путь.
За двадцать лет мы смотримся смелей –
Работать на благо России – вот наша суть!

2017 г.

И.Ф. Макарем

ПОСВЯЩЕНИЕ КАФЕДРЕ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И МЕНЕДЖМЕНТА

Вперед, друзья, вперед –
Успехов ректор просит!
Летит за грантом грант...
И каждый миг уносит
Частичку бытия.

Несемся мы к свершеньям,
И жажде знаний нашей
Нет в жизни утоленья!

Все в мире этом есть –
В нем есть покой и воля...
Но счастье принесет совсем иная доля.
Ведь счастье бытия –
В развития процессе.
Желаю Кафедре таких вот интересов!

2016 г.

Т.А. Волкова

ОСНОВАТЕЛЮ КАФЕДРЫ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И МЕНЕДЖМЕНТА,
МИХАИЛУ ЮРЬЕВИЧУ БЕЛИКОВУ

В море буйном, беспокойном,
Полном всяческих там бед,
Мчится курсом неизвестных,
Но так нужных нам побед
Небольшой, но так любимый
Нашей кафедры корвет.

На корме – команда в сборе,
У руля – наш капитан,
Он – моряк, танкист бывалый,
Точно знает, где Афган!

К цели плыть далёко, право,
Нужно в море не плутать.
И на айсберг не нарваться,
Как какой-то там «Титан».

Посему решили братцы
Подарить ему трубу,
Чтоб смотреть на звёзды ночью,
Видеть берега пелену...

А в свободные минуты,
Плавно рвущие часы,
Можно разглядеть от скуки
Даже дамские тр...!

02.01.2012 г.

Д.В. Максимов

К 90-ЛЕТНЕМУ ЮБИЛЕЮ
ИДЕЙНОГО ВДОХНОВИТЕЛЯ СОЗДАНИЯ КАФЕДРЫ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И МЕНЕДЖМЕНТА,
ГЕОРГИЯ СЕМЕНОВИЧА ГУЖИНА

Есть немного людей
На планете Земля,
Кому доверяем
Ты и я.

Среди них есть отец
Для географов всех –
Гужин Георгий Семенович,
Простой ЧЕЛОВЕК!

20.02.2012 г.

Д.В Максимов

К ЮБИЛЕЮ МИХАИЛА ЮРЬЕВИЧА БЕЛИКОВА

Юпитер светом озаряет
Бразды правления его,
И нимфы радостно венчают
Лавровой ветвью чело.
Ярки, свежи его деянья.
Рыдает враг – он посрамлен.
Узрел науку мирозданья.

Велик, могуч и восхвален.

Юнона глядя – улыбнется
Благим деяниям твоим.
И Хирш твой радостно взовьется
Любовью к знаньям возносим.
Единодушно солидарны желанья наши в этот миг:
Идей, побед и вдохновений
чтоб ты не раз еще достиг!

2015 г.

Т.А. Волкова

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ВОПРОС

Есть в демографии страны
Большие пятна белы...
Пропал Амур, в продаже лук и стрелы,
И хочется у вас спросить:
Как быть и что нам делать?

Куда-то подевались журавли –
На семьи все их не хватает, право,
И не помогут «зелени» пучки –
Их может оказаться мало.

Но, слава Богу, есть в России мужики,
Способные решать проблемы эти!
Чтоб женщине любимой подарить
Всего себя и чудо величайшее на свете!

Товарищи и господа!
Ученые, рабочие, буржуи!
Вперед на женщин – и тогда
Россия вечной будет!

2008 г.

Д.В. Максимов

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

*М.Ю. Беликов, И.А. Романова,
В.В. Анисимова, М.Л. Некрасова*

Summary: Now the resort and tourist complex of Krasnodar territory is the largest in Russia, but 20 years ago it was the provincial region with a good potential for tourism development.

Key words: Krasnodar territory, tourism development, retrospective analysis, tourist and recreational complex.

В 1996 г. число путешествующих в мире достигло 550 млн чел., а в 2016 г. количество туристов превысило 1,2 млрд [Отдых и туризм..., 2016]! То есть, за последние 20 лет, количество туристов удвоилось. Следует сказать, что общемировая тенденция увеличения туристского потока в геометрической прогрессии справедлива и для Краснодарского края.

В настоящее время курортно-туристский комплекс региона является крупнейшим в России. Однако в 1996 г. это была скорее площадка с хорошим потенциалом для развития туризма. Из таблиц 1 и 2 видно, как сильно разнятся с современными показатели развития регионального туристского комплекса. Количество отдыхающих на курортах Краснодарского края в 1996 г. составляло всего 4 млн чел., а рост численности туристов за семь последующих лет не превысил 50% и составил в 2004 г. около 6 млн чел. [Туризм в России, 2000; Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

Можно сказать, что в 1990-е гг. туристские ресурсы региона использовались по инерции, государственная поддержка отсутствовала, так как были более важные задачи, которые должна была решать экономическая система страны. Даже кризис 1998 г. практически не повлиял на количество отдыхающих.

В первой половине 2000-х гг. государство осознало значимость «Кубанской Ривьеры» и уже в 2003 г. выделило на приобретение путевок населению и на модернизацию здравниц почти 5 млн руб. Отдельно государственную дотацию получает

г. Сочи. Однако введение в стране единого социального налога привело к тому, что сотни тысяч российских граждан лишились возможности получать санаторные путевки за счет общественных фондов, что приводит к снижению этого показателя (Табл. 1).

Табл. 1 – Показатели развития курортно-туристского комплекса Краснодарского края в 1996–2006 гг. (сост. авторами по [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016])

№ п/п	Наименование показателей	Годы					
		1996	1998	2000	2002	2004	2006
1.	Количество отдыхающих, млн чел.	4,0	4,2	4,8	5,0	5,9	9,9
	Из них прибывших по путевкам, млн чел.	1,5	1,7	2,8	2,3	2,2	1,9
2.	Количество койко-мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс.ед.	23,8	24,2	24,2	24,9	25,3	27,5
3.	Средняя заполняемость в период с 01.06. по 01.09, %	75	79	82	76	74	83
4.	Налоговые поступления от санаторно-курортной отрасли и учреждений туристской отрасли, млн руб.	467	483	677	865	921	2,5 млрд руб.

Табл. 2 – Курортно-туристский комплекс Краснодарского края в 2008–2016 гг. (сост. авторами по [Курортно-туристический комплекс..., 2007–2016])

№ п/п	Наименование показателей	годы				
		2008	2010	2012	2014	2016
1.	Количество отдыхающих, млн чел.	8,5	10,8	11,3	14,1	14,9
2.	Количество койко-мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс. ед.	40,1	43,9	51,6	100,8	107,2
3.	Средняя заполняемость в период с 01.06. по 01.09, %	75	85	100	100	100
4.	Налоговые поступления от санаторно-курортной отрасли от учреждений туристской отрасли, млрд руб.	3,4	4,0	4,3	5,6	5,8

Так с 1996 по 2004 гг. количество отдыхающих по путевкам растет и составляет в среднем 35–50% от общего числа прибывших туристов, а в 2006 г. только 20% [Отдых и туризм..., 2005].

Интересным является динамика показателя заполняемости средств размещения Краснодарского края в высокий сезон с 1996 по 2010 гг., который не поднимался выше 85%. Это объясняется, прежде всего, низкими доходами населения России в рассматриваемый период, особенно в посткризисные 1998 и 2008 гг., и предпочтением россиян отдыхать в съемных квартирах и комнатах, нежели в гостиницах.

Следует учитывать и тот факт, что до 2005 г. гостиницы и санаторно-курортные предприятия Краснодарского края, можно было условно разделить на две «категории» – постсоветские средства размещения с устаревшей инфраструктурой и отсутствием сервиса с большим номерным фондом, который не мог окупить себя в условиях рынка, и новые частные, преимущественно небольшие гостиницы, предлагающие более высокий уровень обслуживания, за очень высокую цену. На территории края в этот период функционировал единственный сетевой отель, построенный в 1994 г. в г. Сочи «Рэдиссон САС Лазурная».

Однако уже в 2004 г. интерес к краевым курортам резко возрос, о чем свидетельствует увеличение количества туристов с 6 до 10 млн чел. за два последующих года, затем было кризисное снижение турпотока в 2008 г., но к 2010 г. край снова принял 10 млн отдыхающих, несмотря на повышение цен на транспорт и проживание [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

В период с 1996 по 2006 гг. наибольшее количество туристов прибывало в Краснодарский край из Москвы – 31%, Санкт-Петербурга – 21%, Краснодарского края – 24%, из городов Урала – 12% и Сибири – 4%, из других регионов РФ – 8%. Нужно отметить, что в настоящее время география внутренних туристских потоков выглядит практически также [Беликов и др., 1999; Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

Однако, благодаря проведению Олимпийских Игр 2014 г. в г. Сочи, география туристских потоков расширилась. Примерно

2% отдыхающих составляют жители стран ЕС. Наибольший процент среди них занимают немцы 62,6 и греки – 17% [Доклад..., 2016]. Низкая востребованность услуг коллективных средств размещения на юге России со стороны иностранных туристов объясняется рядом причин, среди которых: отсутствие прямых чартерных рейсов, проблемы с получением виз, не всегда качественное обслуживание, неуверенность в обеспечении полной безопасности туристов в период нахождения на территории России и др.

Количество россиян, желающих отдохнуть на курортах Краснодарского края, также ограничивает высокий уровень цен на коллективные средства размещения и организаций общественного питания, также существенной проблемой представляется постоянный рост тарифов на услуги железнодорожного и авиатранспорта.

После объявления в 2007 г. о проведении Олимпийских Игр в г. Сочи, в Краснодарском крае началась комплексная реструктуризация всего курортного комплекса, что повлекло за собой и модернизацию устаревшего номерного фонда средств размещения и строительство новых гостиничных комплексов, с привлечением отечественных (Azimut Hotels, Heliopark Group) и зарубежных (Hilton Hotels, Marriott International, Hyatt Hotels Corporation и т.д.) гостиничных операторов и частных инвесторов.

В таблице 2 видно двукратное увеличение количества мест в средствах размещения Краснодарского края с 2012 по 2014 гг., с 50 до 100 тыс. Следует отметить, что почти 40 тыс. этих мест прибавилось в Большом Сочи [Социально-экономическое положение..., 2015].

В 2009 г. на территории Краснодарского края функционировали 1 334 коллективных средств размещения, по данным Крайстата, в 2016 г. в регионе прием отдыхающих осуществляли 3 372 коллективных средства размещения с общей емкостью 356,6 тыс. койко-мест [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

Более 70% коллективных средств размещения расположены на Черноморском побережье, на территории городов-курортов Сочи, Анапа, Геленджик и Туапсинского района, пользующихся

особой популярностью у россиян. На них приходится 84,8% от общего числа мест во всех коллективных средствах размещения и 77,4% от общей численности обслуженных лиц.

В 2006 г. на территории края функционировало 595 гостиниц и аналогичных средств размещения, в 2010 г. уже 665, а в 2016 г. – 1 179. В 2009 г. подавляющее большинство гостиниц и аналогичных средств размещения (92%) относились к частной собственности, 3% – к государственной, 2% – к муниципальной, 1,5% – к смешанной российской и зарубежной, 1,5% – к другим видам собственности.

Структура гостиниц и аналогичных средств размещения в 2009 и 2015 гг. представлена на рисунках 1 и 2.

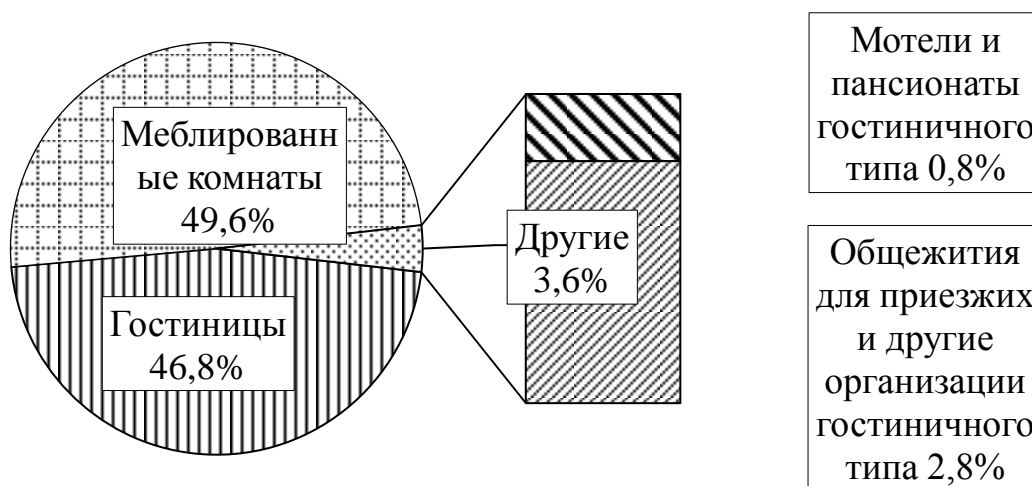


Рисунок 1 – Структура гостиниц и аналогичных средств размещения Краснодарского края по видам в 2009 г., %
[Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016]

Как видно на рисунках, с 2009 по 2015 гг. процент гостиниц в структуре средств размещения увеличился почти на 8%, а количество меблированных комнат уменьшилось на 18%, но выросло количество мотелей и пансионатов гостиничного типа.

В последние годы наблюдается рост частных «мини-гостиниц», которые составляют достойную конкуренцию сетевым и прочим крупным гостиницам за счет привлекательных цен и хорошего сервиса.

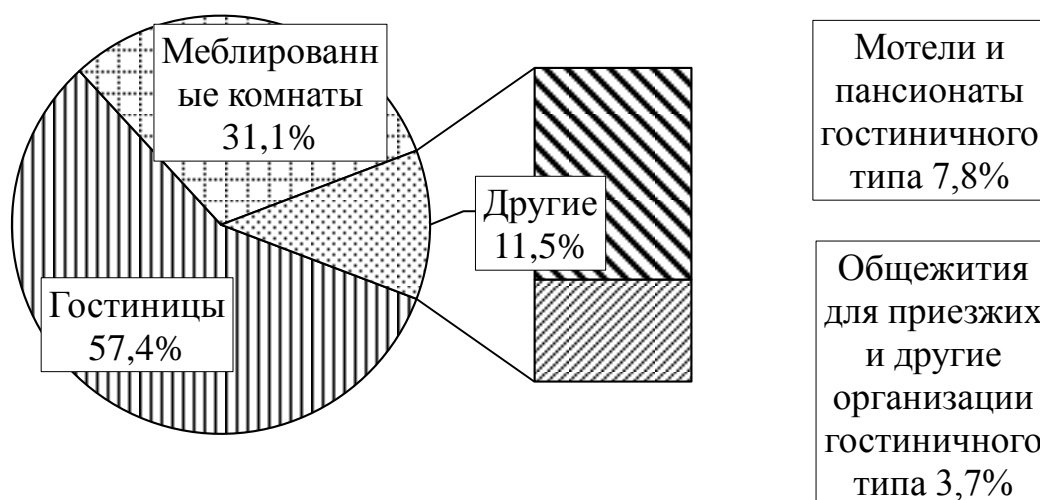


Рисунок 2 – Структура гостиниц и аналогичных средств размещения по видам в 2015 г., % [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016]

Число гостиниц, имеющих категорию 3, 4 и 5 «звезд» с 2005 по 2009 гг. увеличилось в 1,7 раза и достигло 275 ед. Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016]. Однако по состоянию на начало 2010 г. только 24% гостиниц (включая курортные) прошли добровольную классификацию на соответствие установленным требованиям и аттестацию их на соответствующую категорию. По данным на 1 июля 2016 г. количество классифицированных средств размещения составило 2 750 ед. Из них 105 коллективных средств размещения или 20% относятся к категории 4 и 5 «звезд», 43% коллективных средств размещения классифицированы как трехзвездочные [Доклад..., 2016].

В Краснодарском крае в 2006 г. функционировала 221 санаторно-курортная организация, на которые приходилось 54,9% коечного фонда специализированных средств размещения, Их номерной фонд в 2006 г. превысил 69,7 тыс. номеров, из них 7,9% – высшей категории, 35,2% – первой (Табл. 3).

Как видно из таблицы, за 10 лет количество санаториев и пансионатов существенно уменьшилось – на 37 ед. Также вдвое уменьшилось количество санаториев-профилакториев.

Таблица 3 – Специализированные средства размещения Краснодарского края по типам организаций (сост. авторами по [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016])

	2006	2008	2010	2012	2014	2016
Число организаций – всего	633	642	609	460	720	747
количество койко-мест, тыс.	148	144,9	172,2	119,9	149,9	152,3
Из общего числа организаций:						
санатории и пансионаты с лечением (включая детские),	221	227	219	205	186	184
в них койко-мест, тыс.	99,1	96,7	97,5	90,5	89,5	89,2
санатории-профилактории	10	10	9	7	5	5
в них мест, тыс.	2,4	2,4	2,2	1,7	1,2	1,2
базы отдыха и кемпинги	402	405	381	248	529	558
в них мест, тыс.	46,5	45,8	43,5	27,7	59,2	61,9

Во-первых, это связано с тем, что часть постсоветского номерного фонда перевели в разряд гостиниц, из-за недостатка средств для переоборудования и покупки медицинской техники, без которой санаторно-курортное лечение сегодня не может существовать на конкурентном уровне. Во-вторых, практически все современные курортные отели располагают СПА-комплексами, в которых предоставляют большинство профилактических процедур.

Однако к 2014 г. наблюдается резкое увеличение количества баз отдыха и кемпингов до 558 ед., что и повлияло на общее увеличение количества специализированных средств размещения в Краснодарском крае. [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016]. Это связано с модернизацией транспортной инфраструктуры региона и повышенным спросом у россиян добираться к месту отдыха на собственном автомобиле, что в свою очередь практически вдвое удешевляет отдых.

По числу койко-мест и численности обслуженных туристов и 10 лет назад и сейчас лидируют специализированные средства размещения в городах-курортах Сочи, Анапа, Геленджик и Туапсинском районе, принимающих порядка 90% от общей численности лечившихся и отдохнувших в Краснодарском крае.

Объем доходов санаторно-курортного и туристского комплекса в 2006 г. составил 26,1 млрд руб., из них основную

часть составили доходы специализированных средств размещения 20,4 млрд руб., а в 2016 г. общий доход туристской и гостиничной индустрии составил 100,8 млрд руб. Из них доходы гостиниц и специализированных средств размещения составили 45 и 40 млрд руб. соответственно. Увеличение доходности в целом по отрасли закономерно, но в 2016 г. прослеживается явное повышение доходов гостиниц и аналогичных средств размещения, в отличие от показателя десятилетней давности. Это объясняется, прежде всего, возможностью выбора категории отеля и вида питания, которой не было 10 лет назад, что позволяет удешевить отдых, в то время как путевка в санаторий обязательно включает оплату за лечение и питание [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

В 2006 г. численность туристов, размещавшихся в индивидуальных средствах размещения курортной зоны региона, составила 5,1 млн чел., что немного превысило 50% от общего числа отдыхающих. В 2016 г. численность самостоятельных туристов достигла 9,3 млн чел., то есть 60% от общего числа отдыхающих. Увеличение числа самостоятельных туристов говорит о востребованности частного сектора в курортных зонах края, и его конкурентоспособном положении на рынке размещения.

По численности самостоятельных туристов в 2006 г. лидирующее положение занимали черноморские курорты, среди них наибольший приток (92%) традиционно приходится на индивидуальные средства размещения городов Сочи, Геленджик, Анапа и Туапсинского района (Рис. 3).

Максимальная заполняемость индивидуальных средств размещения с 2006 по 2010 гг. приходилась на июль и август месяцы (25,1 и 39,4% туристов, соответственно). В 2009 г. возросла доля туристов, отдохнувших в сентябре – с 10,7 до 19,8%.

По данным статистики общее число индивидуальных средств размещения в курортной зоне края в 2006 г. не превышало 102 тыс. ед. Примерный объем доходов индивидуальных средств размещения от предоставления туристам мест для временного проживания превысил 18 млрд руб. [Туризм в России..., 2000].

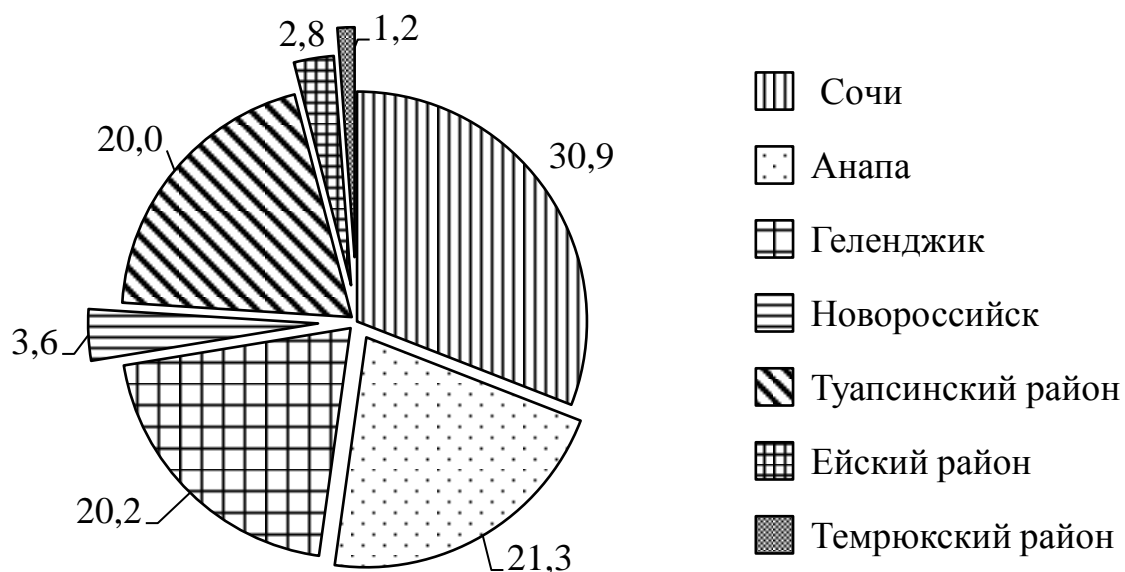


Рисунок 3 – Распределение самодеятельных туристов в Краснодарском крае, 2006 г. (в %) [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016]

В 2016 г. распределение самодеятельных туристов в Краснодарском крае по курортным территориям выглядит примерно также, а доходы индивидуальных средств размещения выросли на 10 млрд руб. Высокая доходность индивидуальных средств размещения говорит об интересе к этому сегменту размещения региональных и муниципальных властей, которые на должном уровне организовали их налоговый учет в курортной зоне края.

В сравнительном анализе показателей развития курортно-туристического комплекса Краснодарского края нельзя обойти деятельность туристских компаний. В 2006 г. на рынке края действовало порядка 300 туристских компаний. Немногим больше половины турфирм (52,7%) работали круглый год, деятельность остальных носила сезонный характер. Формированием, продвижением и продажей туров занимались 20 туроператоров (7,3% от общего числа турфирм) [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

В 2006 г. турфирмами края было обслужено около 400 тыс. однодневных посетителей, 2 тыс. из которых – иностранные граждане. Услугами турфирм для более продолжительной поездки воспользовались 160 тыс. туристов, которым было продано 65,5 тыс. путевок на общую сумму 1,8 млрд руб. Из них

на внутренний туризм пришлось 73,1% путевок, а за пределы РФ выехало 26,7% туристов. Иностранцам, было продано только 0,2% туров по России. Наиболее посещаемыми странами в 2006 г. были Египет и Турция (39,9 и 28,7% от всех выехавших за границу туристов). Среди иностранных туристов – клиентов турфирм края, в 2006 г. преобладали граждане из стран Балтии – 129 чел. (90,2% от всех принятых турфирмами в крае иностранных туристов) [Курортно-туристический комплекс..., 2000–2016].

В 2015 г. в соответствии с Реестром в Краснодарском крае функционировало 553 туристские организации, в том числе 102 туроператора. Наряду с этим в крае работали 175 организаций предоставляющих услуги экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов. Еще до недавних событий, которые повлекли за собой закрытие Турции и Египта как туристских дестинаций, большинство отдыхающих выбирали именно эти направления как самые оптимальные с точки зрения цены и качества. Соответственно выездной поток только в эти страны с целью туризма в 2014 г. составлял около 150 тыс. чел., но в 2016 г. выезд жителей края в Турцию снизился почти на 85%, в Египет на 98%, при общем снижении числа жителей края, выезжающих на отдых в другие страны всего на 35%. Сейчас приоритетными направлениями зарубежного пляжного отдыха в зимний сезон являются Таиланд и Вьетнам, а в летний сезон Испания, Израиль, Болгария, Кипр. Для горнолыжного отдыха чаще всего выбирают Австрию [Доклад..., 2016].

В целом 50% туристов (жителей края) в 2016 г. предпочли курорты России, и 35% азиатские туристские дестинации. Во внутреннем туризме жители края предпочли собственные курортные зоны (80%), курорты Республики Крым (8%), курорты Кавказских минеральных вод посетили 4% туристов, по 2% досталось обеим столицам, и оставшиеся 4% приходятся на прочие курортные зоны РФ.

Политическая напряженность в последнее время повлияла и на прибытия иностранцев в Краснодарский край. Особенно это коснулось прибывающих в край с целью туризма, в 2014 г. их было 46 009 чел., а в 2016 г. их количество снизилось на 7% [Государственная программа..., 2015]. Однако, снижение

внешнего турпотока совсем небольшое, так как девальвация рубля сделала отдых в нашем регионе более привлекательным для иностранцев.

Было бы не совсем корректно сравнивать доходы туристских фирм 2006 и 2016 гг., так как между ними два экономических кризиса и беспрецедентное падение рубля. Однако стоит сказать, что доходы туристских фирм в 2016 г. по сравнению с 2014 г. заметно снизились с 2,9 до 2,6 млрд руб.

Нельзя не отметить увеличение доли туризма в ВРП Краснодарского края за последние 10 лет. В 2006 г. она составляла 8%, а в 2015 г. почти 15% [Доклад..., 2016]. Это говорит о верном направлении развития регионального туристского комплекса.

В целом ретроспективный анализ показал, что курортно-туристский комплекс Краснодарского края за 20 лет интенсивного развития стал самым популярным в России. В крае оказывают пятую часть всех туристских услуг страны. Не удивительно, что край обладает наибольшим показателем занятости в туризме (первое место в России). В 2006 г. в санаторно-курортных и туристских организациях Краснодарского края было занято около 70 тыс. чел. Среднесписочная численность работников, занятых в организациях отдыха и туризма в 2015 г. составила 107 430 чел., что на 28,3% выше, чем в предыдущем году. Из них численность персонала специализированных средств размещения – 58 962 чел., причем наибольшее количество занятых – 44 062 – представлено в секторе санаторно-курортных организаций [Государственная программа..., 2015].

Бурный рост отрасли туризма в регионе потребовал увеличения обслуживающего персонала, причем в первую очередь с высокой квалификацией. Поскольку развитие туристской и гостиничной инфраструктуры невозможно без грамотного управления и высокого качества предоставляемых услуг. Весомый вклад в увеличение количества квалифицированных кадров в туристской отрасли Краснодарского края внесли и продолжают вносить высшие и средние учебные заведения региона. Основными поставщиками высококвалифицированных кадров в отрасль являются

следующие государственные образовательные учреждения: Кубанский государственный университет (географический факультет); Сочинский государственный университет (факультет туризма сервиса и спорта); Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма (факультет сервиса и туризма); Краснодарский государственный институт культуры (факультет социально-культурной деятельности и туризма) и Институт среднего профессионального образования (специальности – туризм, гостиничный сервис и организация общественного питания).

Однако, именно в Кубанском госуниверситете на географическом факультете впервые в Краснодарском крае в 1996 г. основали кафедру международного туризма и менеджмента, которая на протяжении 20 лет готовит высококлассных специалистов для туристской и гостиничной индустрии региона.

Список использованных источников

1. *Беликов М.Ю., Гужин Г.С., Клименко Е.В.* Туризм и региональная экономика // Вестн. Южно-Российского отд. Междунар. акад. наук. №1. 1999.
2. Государственная программа Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» от 5 ноября 2015 г. №1007.
3. Доклад о результатах за 2015 г. и основных направлениях деятельности министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края на 2016–2019 гг. от 1 июля 2016 г. №193.
4. Курортно-туристический комплекс Краснодарского края 2000–2016: стат. сб. URL: <http://www.krsdstat.gks.ru>.
5. Отдых и туризм. стат. данные по регионам РФ. URL: <http://www.russiatourism.ru>.
6. Социально-экономическое положение городских округов и муниципальных районов Краснодарского края: стат. сб. Краснодар, 2015.
7. Туризм в России: стат. сб. Госкомстат РФ. М., 2000.

КОСА ДОЛГАЯ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТРК ЕЙСКОГО РАЙОНА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Т.А. Волкова

Summary: Geographically, the development of tourist recreational complex of the Azov-black sea coast is uneven. Of all the resorts of Yeysk district, village Dolzhanskaya is one of the areas most promising and favorable for the development of sanatorium-resort complex, it has a number of competitive advantages. The current state of the resort Dolzhansky is characterized by significant improvements in the infrastructure plan. A significant place in the development of the resort plays a Dolgaya spit, a particularly protected area, the natural monument of regional significance. The development of the recreational component of the economic use Dolgaya spit associated with a number of problems, the resolution of which requires consolidated efforts of administrations of various levels and stakeholders. Given the administrative policy of redistribution of flows of tourists we can expect a significant increase in the number of tourists and increase the burden on the beaches of Dolgaya spit, which can lead to the degradation of natural systems.

Key words: Dolgaya spit, Dolzhanskaya, Azov recreation area, tourist and recreational complex and tourism of the Krasnodar Region.

Материалы подготовлены в рамках выполнения гранта РФФИ №16-45-230321.

Основными показателями, способными дать объективную оценку современной освоенности и перспектив освоения территории с туристско-рекреационными целями могут послужить некоторые индикативные показатели развития территориального туристско-рекреационного комплекса (ТТРК). Большинство ученых рассматривают ТТРК как открытую систему, состоящую из множества элементов. Система эта обладает всеми свойствами сложных систем и находится в процессе постоянного развития, являясь элементом хозяйственного комплекса территории. Тесное взаимодействие

всех подсистем, а также эффективное самостоятельное развитие каждой в отдельности содействуют образованию ТТРК как единого целого. Азово-Черноморское побережье Краснодарского края является одним из крупнейших в Российской Федерации. Количество туристов, посещающих различные районы Краснодарского края, неуклонно растет. Эта ситуация вызвана различными причинами как геоэкономического так и геополитического характера.

Если исходить из экстраполяционного прогнозирования, основанного на данных Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края устойчивая тенденция роста может сохраниться в дальнейшем (Рис. 1), и к 2020 г. количество туристов, принимаемых в крае может достигнуть 15,4 млн чел. С учетом наметившейся тенденции особо злободневными становятся вопросы психологической комфортности отдыха на территории края, допустимой нагрузки на природную среду, обеспеченности инфраструктурой и т.п.

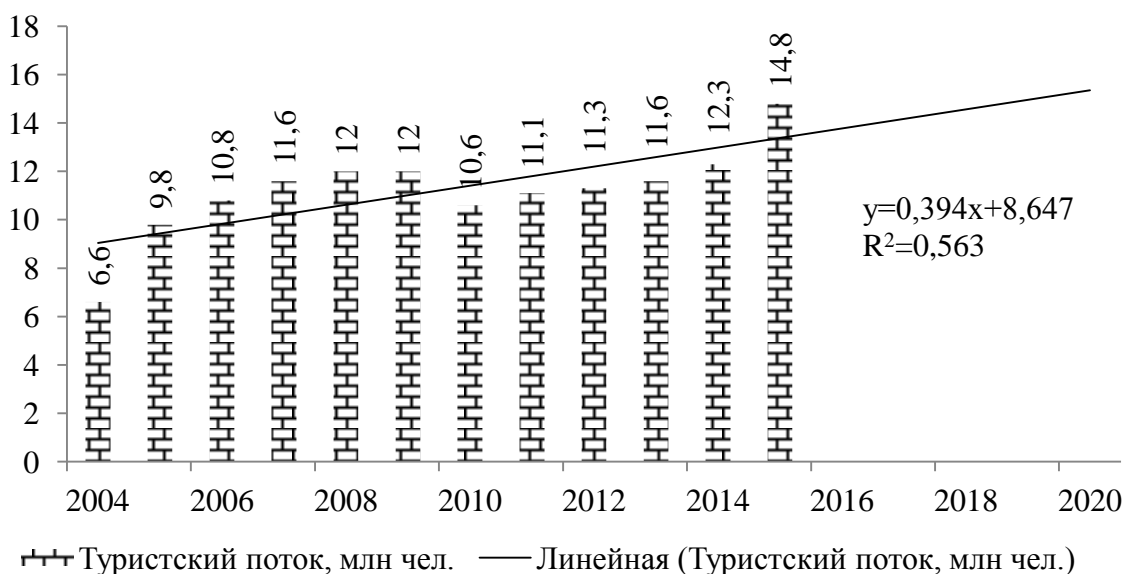


Рисунок 1 – Туристский поток в Краснодарский край, млн чел.
 Прогноз на 2020 г. – 15,4 млн. чел. (сост. автором по данным Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края)

Территориально развитие туристско-рекреационного комплекса Азово-Черноморского побережья характеризуется неравномерностью. Азовское побережье Краснодарского края всегда уступало по популярности Черноморскому побережью. Такая ситуация вызвана в первую очередь субъективной оценкой

туристами таких характеристик Азовского морского побережья как чистота, соленость воды, пляжи и т.п. Согласно иерархии значимости составляющих субъективной оценки потребителями пляжно-купального отдыха в Краснодарском крае наибольшее значение туристы придают такому показателю как «качество морской воды», куда они в большинстве своем включают такие характеристики как визуальная чистота, цвет, температура, соленость. Приазовскую зону можно рассматривать как «молодую» зарождающуюся рекреационную территорию лечебно-оздоровительного направления. Хотя еще в античные времена здесь существовала культура лечения лечебными грязями и минеральными водами (Темрюкский район). Физико-географические ресурсы района способствуют развитию мощной курортной отрасли на его территории [Литвинская, 2008]. В средние века к ним прибавились грязелечебницы близ оз. Ханского. В дальнейшем, при освоении территории, жалованной Екатериной II, казачество возродило лечебницы в Темрюкском и Ейском отделах. В настоящее время эти МО являются наиболее развитыми в рекреационном плане в структуре ТРК побережья Азовского моря в пределах Краснодарского края.

С точки зрения природной составляющей рекреационного потенциала Приазовской рекреационной зоны можно отметить следующие особенности:

- в береговой зоне получили развитие оползни, осыпи, обвалы, сформировались крупные аккумулятивные образования - косы Камышеватская, Долгая, Ейская, Глафиоровская, Сазальникская, пересыпь Ханского озера;

- проведенные исследования фитоценотического разнообразия показали, что на значительной части Азово-Черноморского рекреационного региона естественные местообитания преобразованы и существование отдельных фитоценозов находится под угрозой исчезновения. Как отмечает С.А. Литвинская, на Азовском побережье были широко представлены экосистемы степей, лесостепей, плавней, литоральной растительности, галофильных лугов, солончаков и др. Длительное антропогенное воздействие привело не только к трансформации всех экосистем, но и уничтожению многих зональных степных и лесостепных сообществ, что неизменно

приводит к снижению рекреационной привлекательности территории. С другой стороны, повышение рекреационной нагрузки на песчано-ракушечные косы и пляжи, нерегулируемый поток отдыхающих, загрязнения и другие виды деятельности негативно сказываются на состоянии фитоценозов территории. В результате прямого и косвенного антропогенного воздействия происходит сокращение многих эндемичных и реликтовых видов растений [Литвинская, 2008];

– здесь отсутствуют курорты общероссийского значения.

В состав рекреационной зоны входят курорты Азовского побережья: г. Ейск, ст. Должанская, г. Темрюк, ст. Голубицкая, п. Кучугуры, г. Приморско-Ахтарск и пр. Санаторно-курортная база зоны развита на основе термальных и холодных минеральных вод с высокими бальнеологическими свойствами (хлоридные натриевые воды и йодо-бромные), а также озерных, лиманных лечебных грязей [Литвинская, 2008]. Большое значение в развитии Приазовской ТТРК приобретает МО Ейский район. Особое внимание уделяется развитию ст. Должанская, в частности туристско-рекреационному использованию косы Долгая. Должанское сельское поселение находится в СЗ части муниципального образования Ейский район. Станица Должанская расположена в 36 км от районного центра г. Ейск, в 290 км от г. Краснодара. Ближайшая железнодорожная станция расположена в г. Ейске, ближайший аэропорт – в г. Ростов-на-Дону (179 км) и в г. Краснодар (290 км) [Косьян, 2014].

Из всех курортов Ейского района ст. Должанская является одной из территорий наиболее перспективных и благоприятных для развития санаторно-курортного комплекса, она обладает рядом конкурентных преимуществ, главными из которых являются: уникальный ландшафт морского побережья; благоприятный климат; протяженные ракушечные пляжи двух побережий; гидроминеральные и грязевые лечебные ресурсы; уникальный памятник природы «Коса Долгая»; наличие территориальных ресурсов для освоения; наличие транспортных связей.

Курорт «Должанская» начал свое развитие на основании «Районной планировки Азовского побережья», выполненной «Гипрогором» в 1973 г. В 1976 г. ст. Должанская получила статус

курорта местного значения. В 1997 г. Постановлением главы администрации Краснодарского был подтвержден статус ст. Должанской – курорт местного значения. Площадь санаторно-курортной зоны в станице Должанской составляет 143 га, протяженность курортной зоны 5,9 км. Существующая курортная зона размещается на побережье Азовского моря от границы памятника природы «Коса Долгая» до южной стороны жилой застройки станицы, а на берегу Таганрогского залива между территорией Косы Долгой и оз. Солёное [Косьян, 2014].

В 2016 г. на территории Краснодарского края были оборудованы пляжи, площадь которых составила 526 тыс. м², протяжённость около 6400 м². Не стала исключением и коса Долгая, пляжи которой оборудованы душевыми, туалетами, раздевалками, урнами. Здесь своевременно проводится уборка мусора, дежурят спасатели и медики. На косе, расположено несколько баз отдыха. Кроме того, туристам будет удобно остановиться в ст. Должанской или в Ейске. Кроме традиционного пляжного отдыха инфраструктура Долгой предлагает неплохие условия для занятий водными видами спорта. Открытая поверхность воды и роза ветров позволяют заниматься винд- и кайт-сёрфингом в течение всего курортного сезона, который длится с мая по сентябрь. В планы Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края входит перераспределение потоков отдыхающих с учетом Азовского побережья. Для того чтобы оценить уровень, динамику и перспективы развития локального туристско-рекреационного комплекса (ТРК) ст. Должанская в 2015 г. было проведено обследование территории курорта и непосредственно территории косы Долгая полевыми методами в период высокого сезона, также была предпринята попытка статистического анализа индикативных показателей развития ТРК в динамике. При отсутствии официальных статистических наблюдений непосредственно по ст. Должанская был проведен анализ показателей МО Ейский район в сравнении с общекраевыми показателями развития туристско-рекреационной отрасли края. Это дало возможность оценить уровень и перспективы современного состояния ТРК станицы и ООП коса Долгая [Волкова, Мищенко, 2016].

Современное состояние курорта Должанская характеризуется значительными улучшениями в инфраструктурном плане. Большая часть пляжей береговой зоны ст. Должанской оборудована под автокемпинги. Пляжи подготовлены к приему большого количества туристов: здесь действительно оборудованы навесы, беседки, места для игры в волейбол, надувные горки для детской анимации, медпункты, есть туалеты (качество пока далеко от евростандартов, да и уровень языка местного персонала не позволяет пока говорить о выходе курорта Должанская на международный туристский рынок) (Рис. 2, 3). За въезд на оборудованную территорию на автомобиле необходимо заплатить, проход беспрепятственный.



Рисунок 2 – Пляжная инфраструктура ст. Должанской, август 2016 г. (фото автора)

На конец 2016 г., по данным сайта «Booking.com» на территории ст. Должанская функционирует 81 средство размещения, большей частью гостевые дома малой вместимости. При всех положительных моментах, характеризующих развитие туризма в ст. Должанская, посещая курорт нельзя не обратить внимание на наличие в прибрежной зоне объектов «замороженных», находящихся на разных стадиях строительства (Рис. 4).



Рисунок 3 – Туристская инфраструктура пляжной зоны ст. Должанская, август 2016 г. (фото автора)



Рисунок 4 – Недостроенная гостиница на побережье курорта Должанская, август 2016 г. (фото автора)

Значительное место в развитии курорта Должанская играет коса Долгая, являющаяся особо охраняемой территорией, памятником природы регионального значения. Коса Долгая омывается с северо-востока водами Таганрогского залива, с юго-запада водами Азовского моря. Уникальное сочетание ветрового режима с преобладанием свежих ветров, погодных условий двух побережий, различающихся ветроволновым режимом, благоприятно для организации активного отдыха с элементами экстремальных видов спорта – виндсёрфинга и кайтинга. В

ветреную погоду с одной стороны косы (берег открытого Азовского моря) тихая вода, а с другой (Таганрогский залив) – волны, со сменой ветра ситуации изменяется на обратную. На оконечности косы Долгой это уникальное явление существует в нескольких метрах друг от друга. Сезон виндсерфинга открывается в мае и заканчивается осенью, тут проводятся несколько международных соревнований и фестивалей [Волкова, Мищенко, 2016].

Посещаемость косы Долгая отдыхающими в 2016 г. возросла и имеет перспективы к дальнейшему росту. Туристско-рекреационное использование территории косы Долгая сопряжено с некоторыми проблемами, разрешение которых требует консолидированных усилий администраций различного уровня и стейкхолдеров. На сегодняшний день туристско-рекреационное использование территории характеризуется стихийностью. Территория косы Долгая обладает особой привлекательностью для туристов, предпочитающих бюджетный, зачастую не организованный отдых, любителей активного отдыха. Во второй половине дня в небо над оконечностью косы могут подниматься до 20 кайтов одновременно, что сопряжено с определенным риском для отдыхающих (Рис. 5).



Рисунок 5 – Кайтинг у оконечности косы Долгая (фото 2015 г., http://luckykites.com/trip_all)

На территорию оконечности косы туристы могут добраться на личном автотранспорте, либо на такси из ст. Должанская. На территорию косы запрещен въезд автотранспорта, который скапливается на стихийной парковке (Рис. 6).



Рисунок 6 – Парковка у границ ООП косы Долгая, август 2016 г. (фото автора)

Надо отметить, что оконечность косы Долгой, несмотря на наличие обширных пляжей, не рекомендуется использовать для купания. Это связано с активным гидродинамическим режимом этой акватории, с формированием мощных течений и водоворотов. Эти явления служат причиной множества несчастных случаев с купальщиками, что вынудило местную администрацию запретить купание в этой зоне. Местным отделением МЧС организовано дежурство на оконечности косы, проводятся беседы с отдыхающими. По наблюдениям беседы эти имеют временное действие, потому как к середине дня количество туристов, посещающих территорию, значительно

возрастает и провести беседу с каждым из них не представляется возможным (Рис. 7).



Рисунок 7 – Количество отдыхающих на пляже косы Долгая, август 2016 г. (вверху – 9 часов утра, внизу – 12 часов дня), (фото автора)

По мнению опрошенных сотрудников местного отделения МЧС количество отдыхающих посещающих пляжи косы Долгая по сравнению с прошлым возросло как минимум в два раза. В основном курорт Должанская посещается туристами из соседних регионов и центральной части России, что связано с особенностями географического расположения курорта. Предостережение об опасности природных явлений присутствует на информационном стенде у границы ООП (Рис. 8).

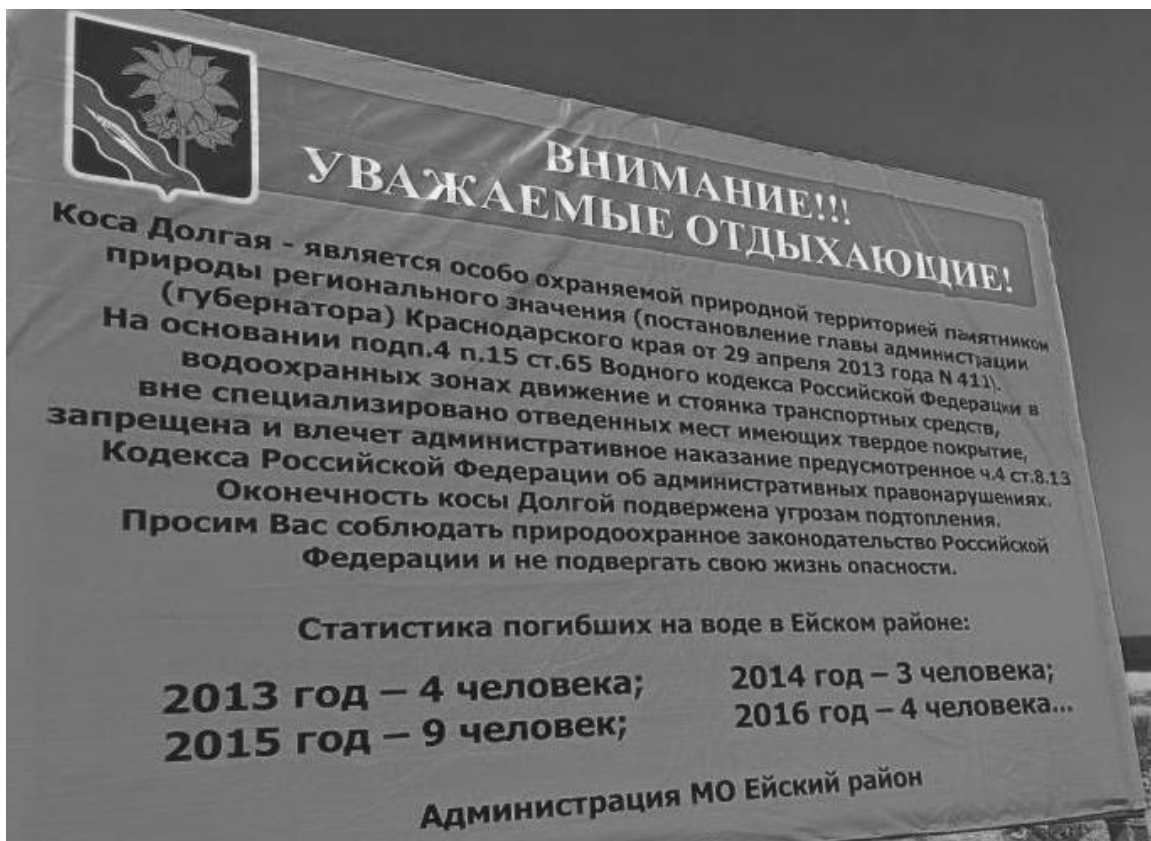


Рисунок 8 – Информационный стенд у границы ООП коса Долгая, август 2016 г., (фото автора)

С учетом административной политики перераспределения потоков отдыхающих можно ожидать значительный рост количества отдыхающих и увеличение нагрузки на пляжи косы Долгой, что может привести к деградации природных комплексов (в том числе, утрата эндемичных и обычных видов растительности) [Волкова, Мищенко, 2016].

На 31 августа 2016 г. по данным администрации Ейского района рост числа туристов, приехавших в Ейский район, составил 125% к уровню прошлого года. На ейских базах отдыха и в пансионатах отдохнуло на 31% больше, чем в 2015 г. В детских здравницах отдохнуло – 4417 чел., из них 88 % – дети из Краснодарского края. Количество неорганизованных отдыхающих превысило 570 тыс. чел. При этом, в процессе полевых наблюдений отмечается, что пляжи курорта Должанская достаточно свободны, и могут принять гораздо большее количество отдыхающих (Рис. 9).

По данным администрации Ейского района за 6 месяцев 2016 г. от предприятий санаторно-курортного комплекса района в консолидированный бюджет Краснодарского края поступило 11900 тыс. руб. Темп роста по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. составил 103,15%. Планируемый общий объем поступлений от санаторно-курортного и туристского комплекса в 2016 г. – свыше 37800 тыс. руб. В текущем курортном сезоне в Ейском районе были открыты новые средства размещения: гостиница «Ейск-Винд» (г. Ейск), вторая очередь базы отдыха «Парус» (г. Ейск) и гостиница «Оптимист» (ст. Должанская).



Рисунок 9 – Заполняемость пляжной зоны курорта Должанская в утреннее время, август 2016 г. (фото автора)

В этом году в Ейском районе было открыто 23 пляжных территорий (8 – в г. Ейске, 15 – в ст. Должанской), что на 35% больше чем в 2015 г. Мониторинг функционирования пляжных территорий осуществляла межведомственная рабочая группа. Проведение событийных мероприятий один из способов популяризации курортных территорий Ейского района и привлечения дополнительного количества отдыхающих. При поддержке администрации МО Ейский район в летний сезон были проведены такие мероприятия как: соревнования по виндсерфингу «Серфомай», «Ейский кубок–2016»; музыкальный фестиваль «DUB RAW», 4-й кинофестиваль «Провинциальная

Россия» и т.п. На территории курорта Должанская проводятся проекты модернизации села, территория активно продвигается как площадка для инновационных проектов [Комментарий..., 2016]. На международном инвестиционном форуме, проходившем 30 сентября 2016 г в г. Сочи было отмечено, что на территории Краснодарского края планируется размещение 8 ветроэлектростанций. Наиболее крупный объект предлагается реализовать в ст. Должанской Ейского района. Реализация подобных проектов может послужить катализатором развития территории.

Экстраполяционное прогнозирование развития туристско-рекреационного комплекса с помощью расчета прогноза на основе временного ряда позволяет предположить к каким результатам отрасль может прийти в будущем, при условии сохранения динамики развития. Основой прогнозирования в данном случае послужили статистические данные по основным индикативным показателям развития туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края в целом и Ейского района в частности за период 2008–2015 гг. Результаты такого прогноза позволяют сделать выводы о динамике развития ТРК курорта Должанская, являющегося одним из основных курортов Ейского района, что в свою очередь говорит о динамике нагрузки на территорию ООП коса Долгая.

Динамика роста численности самодеятельных туристов, проживавших в индивидуальных средствах размещения положительная как в целом по краю, так и в Ейском районе. Наблюдается устойчивая тенденция к росту, что может привести к увеличению к 2020 г. количества туристов до значений 5396 и 409 тыс. чел. в Краснодарском крае в целом и в Ейском районе соответственно. Что характерно, статистическая информация по количеству самодеятельных туристов в официальных источниках представлена только до 2012 г. В то же время количество коллективных средств размещения в Ейском районе, имеет тенденцию к снижению, что связано с особенностями функционирования отрасли в данном районе: крупным гостиничным предприятиям сложнее конкурировать с индивидуальными средствами размещения, получившими широкое распространение в Ейском районе. (Рис. 10, 11).

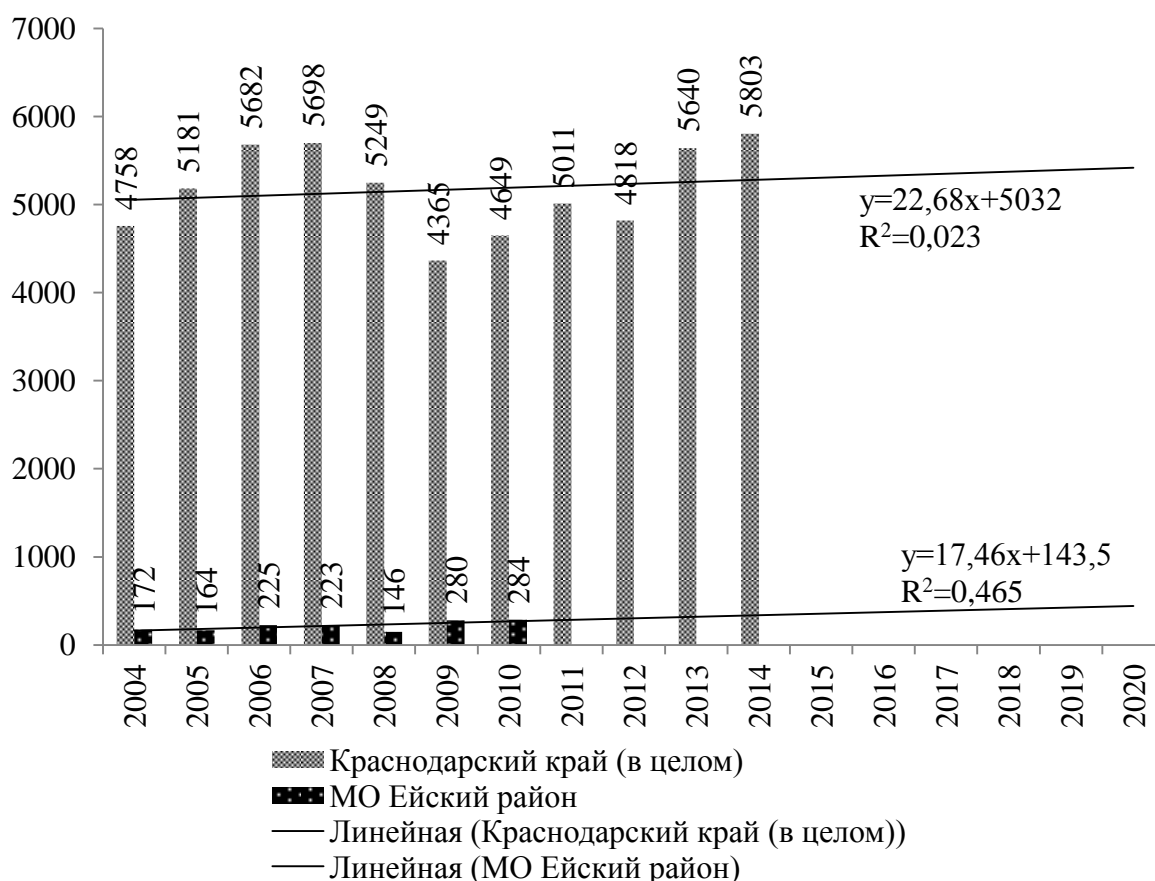


Рисунок 10 – Численность самодеятельных туристов, проживавших в индивидуальных средствах размещения курортной зоны края (тыс. чел.). Прогнозное значение на 2020 г. – 5417,6 тыс. чел. по Краснодарскому краю и 440,3 тыс. чел. по Ейскому району (сост. автором на основе данных Краснодарстата)

Номерной фонд коллективных средств размещения в Ейском районе на фоне устойчивого роста этого показателя в целом по Краснодарскому краю показывает отрицательную динамику (Рис.12).

С особенностями динамики показателей по коллективным средствам размещения (количество, номерной фонд) связаны изменения показателя численности лиц, обслуженных коллективными средствами размещения – этот показатель имеет устойчивую тенденцию к росту в целом по Краснодарскому краю, и в то же время на территории Ейского района изменяется незначительно. Прогнозные значения по данному показателю на 2020 г. составляют по Краснодарскому краю – 4,9 млн чел., по Ейскому району – 0,064 млн чел. (рис.13).

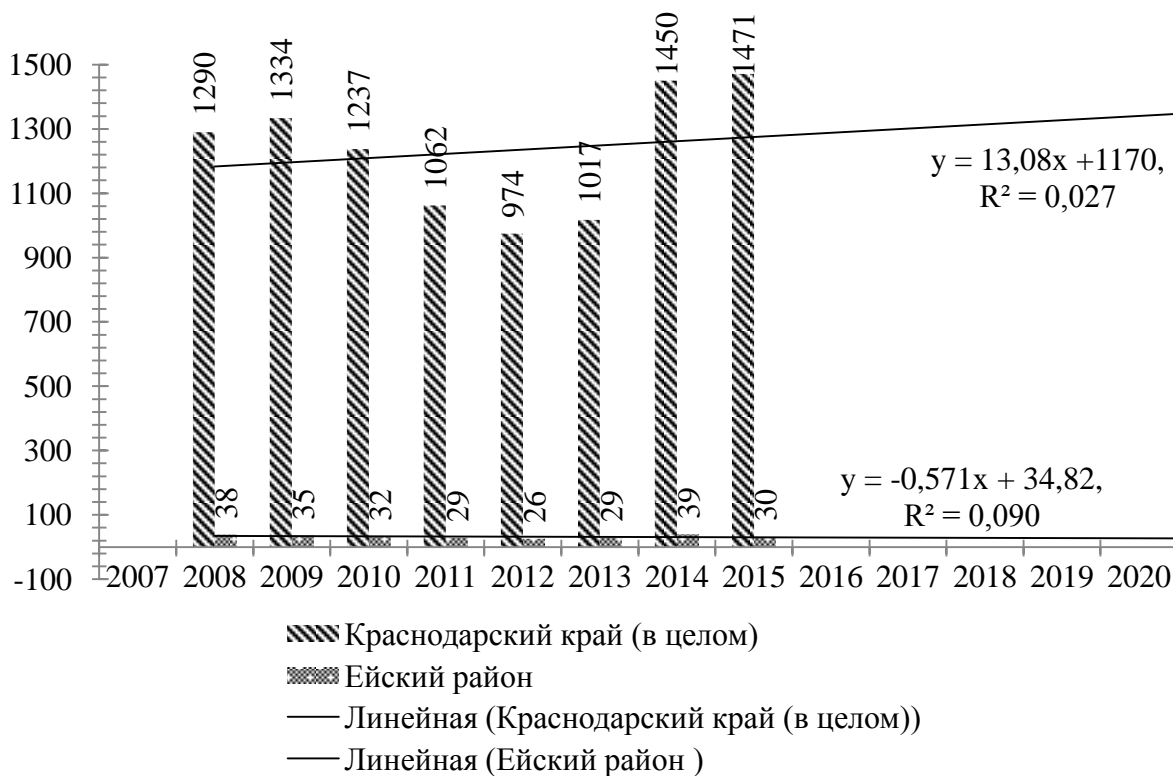


Рисунок 11 – Число коллективных средств размещения (ед.).
 Прогнозирование на 2020 г. – Краснодарский край – 1340 ед., Ейский район – 27,4 ед. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

По данным Краснодарстата число гостиниц и аналогичных средств размещения по сравнению с 2008 г. на территории Краснодарского края возросло почти в два раза: показатель составил в 2008 г 544 ед. и 1056 ед в 2015 г.

Что касается Ейского района, здесь данный показатель имеет куда более скромную динамику: количество гостиниц и аналогичных средств размещения выросло с 13 ед (в 2008 г.) до 16 ед. (в 2015 г.). Если условия функционирования гостиниц и аналогичных средств размещения на территории Краснодарского края останутся неизменными можно прогнозировать значительный рост показателя в целом по краю (1212 ед. в 2020 г.) и по Ейскому району (27 ед. в 2020 г.) (Рис. 14).

Соответствующим изменениям подвергаются показатели, характеризующие номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения, а также численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения.

По сравнению с 2008 г. номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения в целом по краю значительно увеличился с 16606 ед. до 58653 ед. и согласно прогнозу в 2020 г. достигнет значения 78371 ед. На территории Ейского района данный показатели вырос с 522 ед. в 2008 г. до 910 ед. в 2015 г. и может вырасти до 1342 ед. к 2020 г. Количество размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения также имеет тенденцию к росту и к 2020 г. может составить по Краснодарскому краю – 4,0 млн чел., по Ейскому район – 0,05 млн чел. (рис.15, 16).

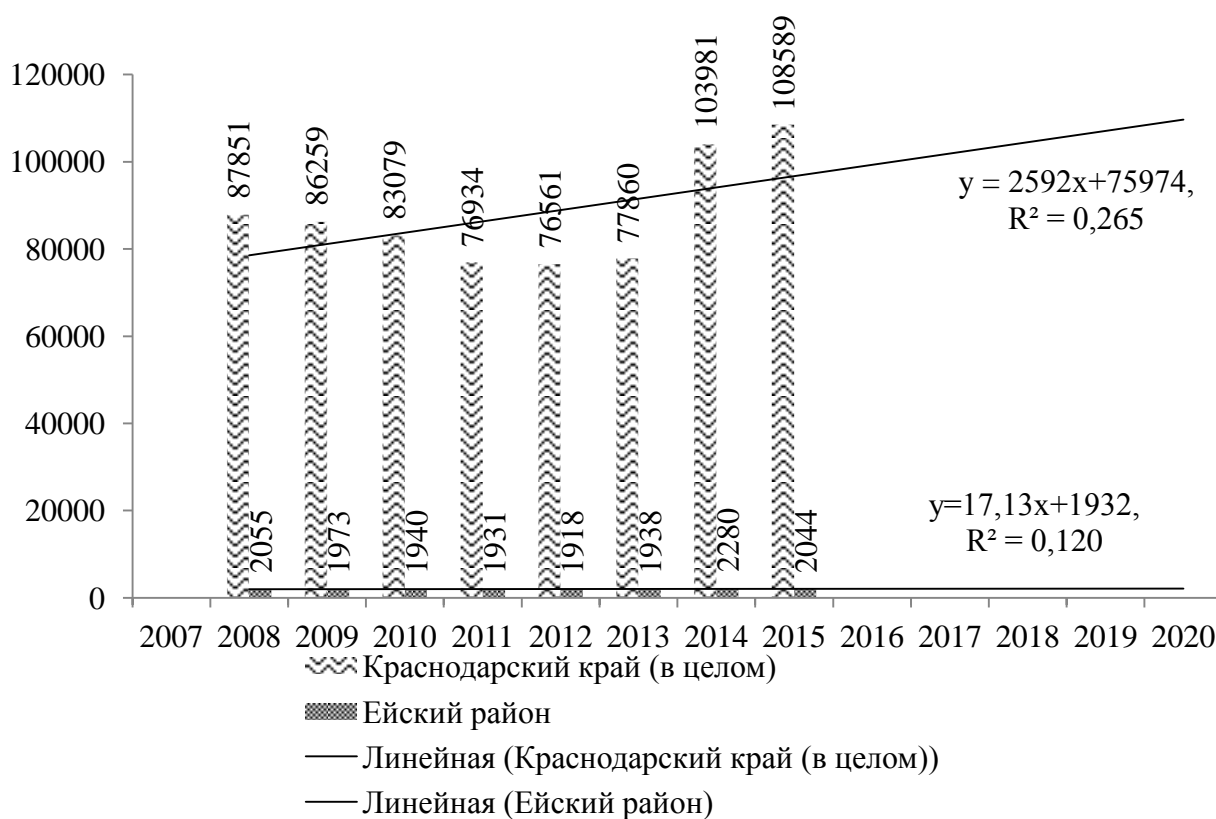


Рисунок 12 – Номерной фонд коллективных средств размещения (ед.).
 Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 109670 ед., по Ейскому району – 2155 ед. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

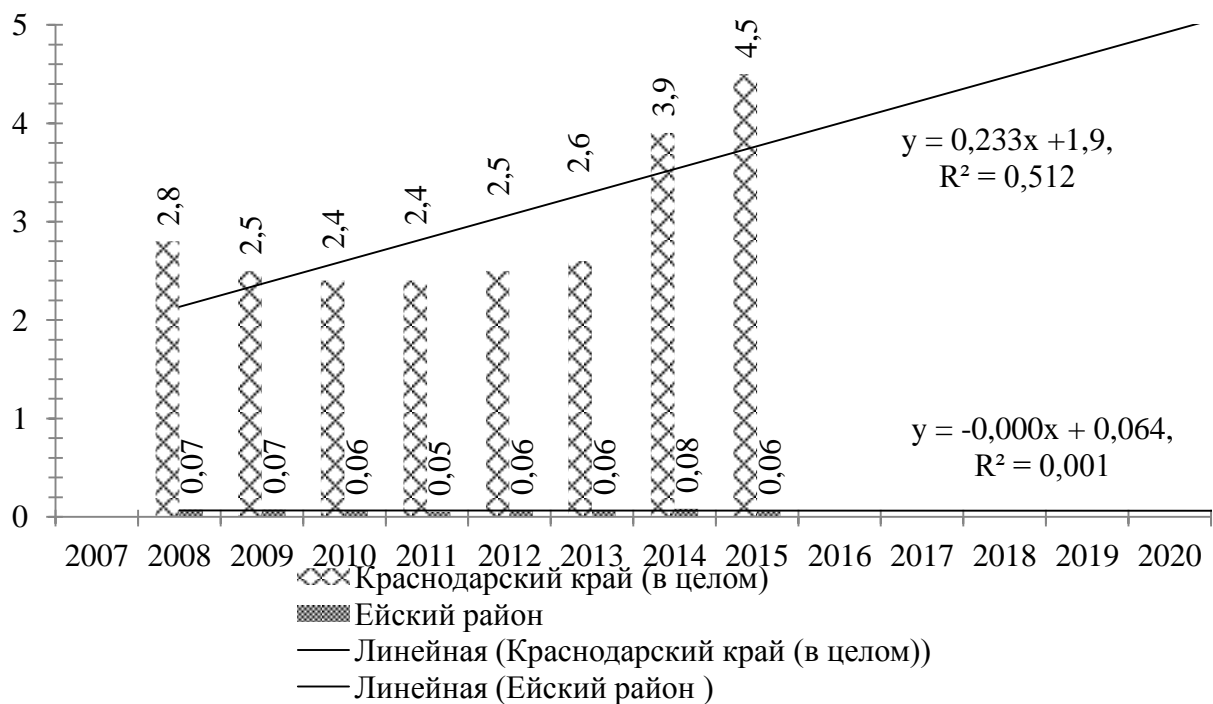


Рисунок 13 – Численность лиц, обслуженных коллективными средствами размещения (млн чел.). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 4,9 млн чел., по Ейскому району – 0,064 млн чел. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

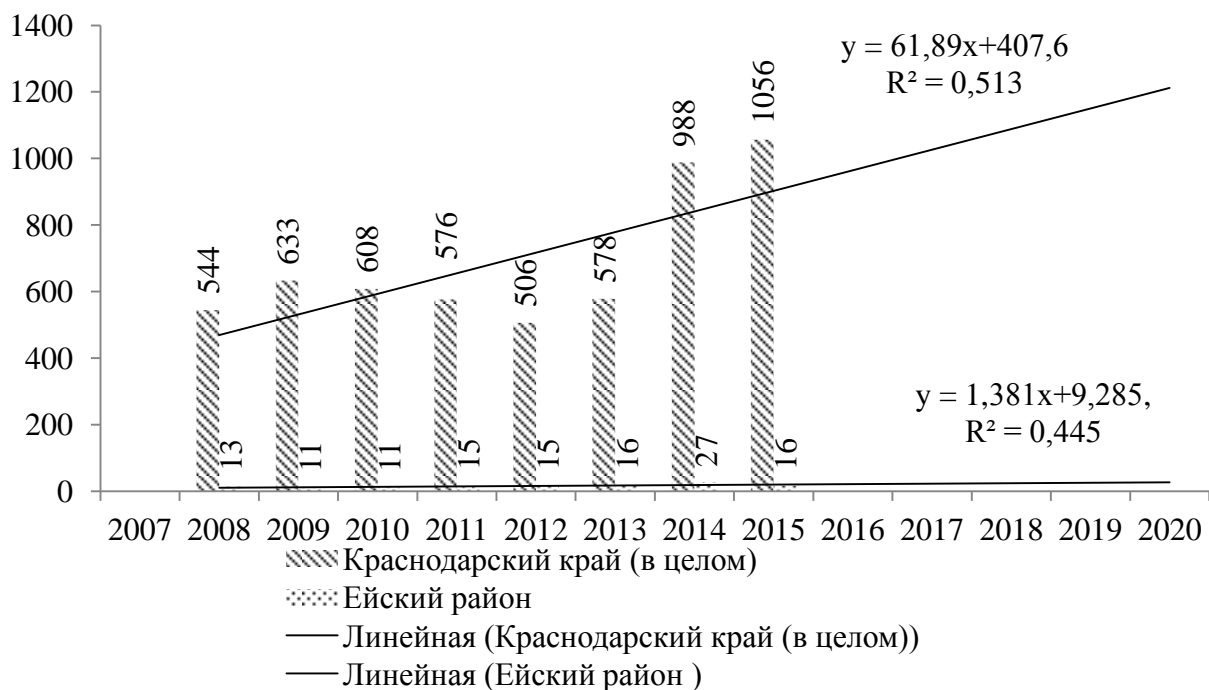


Рисунок 14 – Число гостиниц и аналогичных средств размещения (ед.). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 1212 ед., по Ейскому району – 27 ед. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

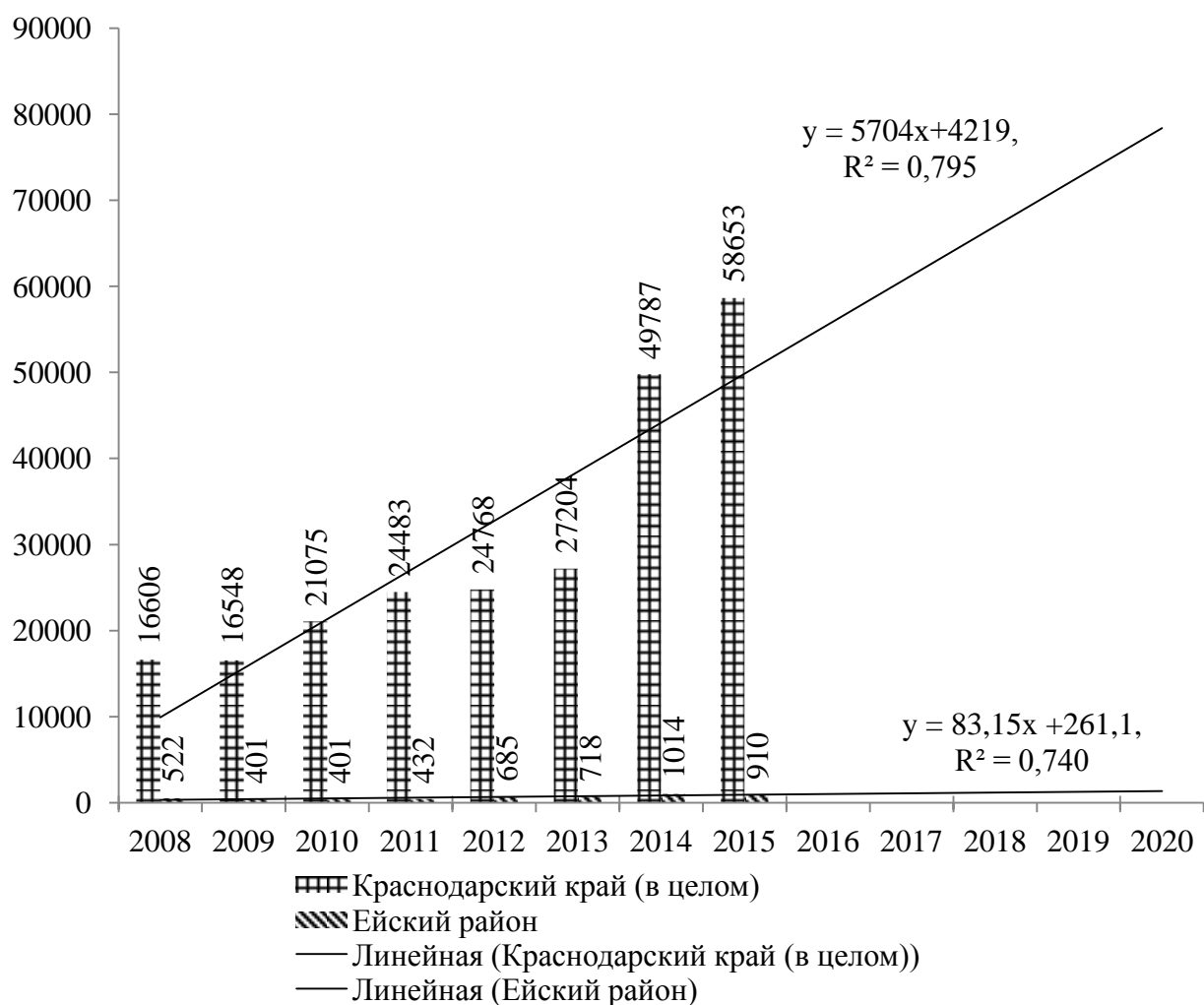


Рисунок 15 – Номерной фонд гостиниц и аналогичных средств размещения (ед). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 78371, по Ейскому району – 1342 (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

Сектор специализированных средств размещения – единственный в ТРК края, показывающий общую отрицательную динамику за исследуемый период (Рис. 17). Такое положение вещей может быть связано как с последствиями экономического кризиса, так и с изменениями нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность сектора.

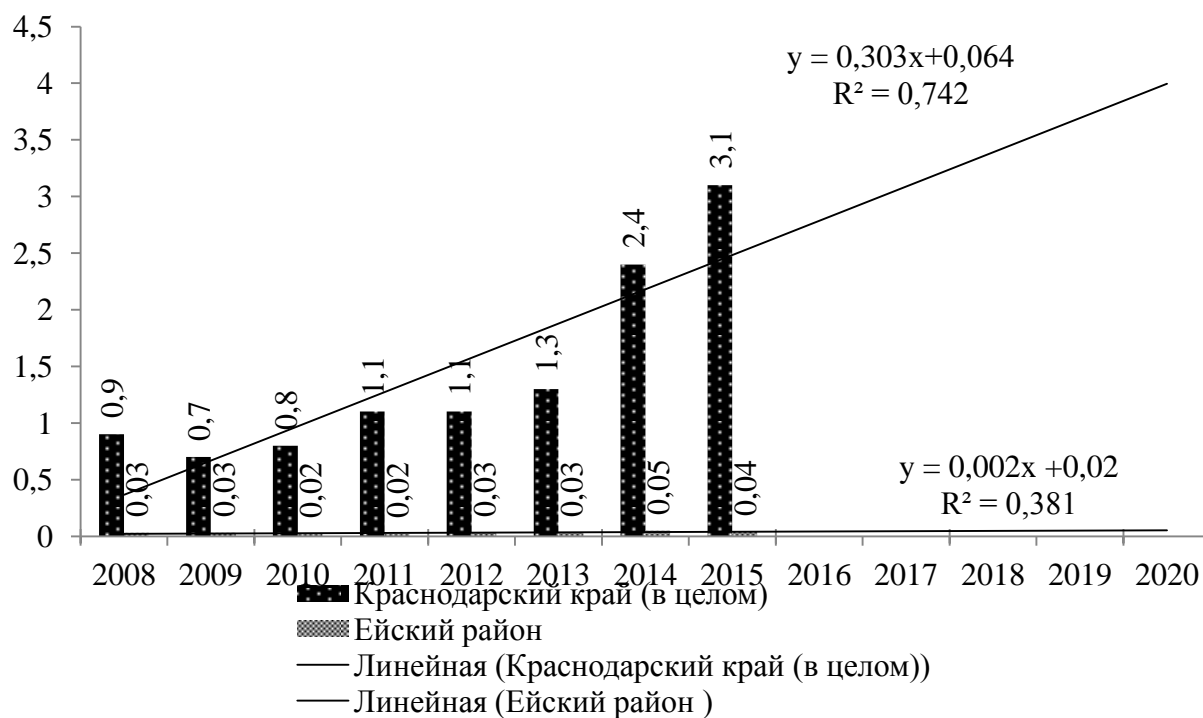


Рисунок 16 – Численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения (млн чел.). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 4,0 млн чел., по Ейскому району – 0,05 млн чел. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

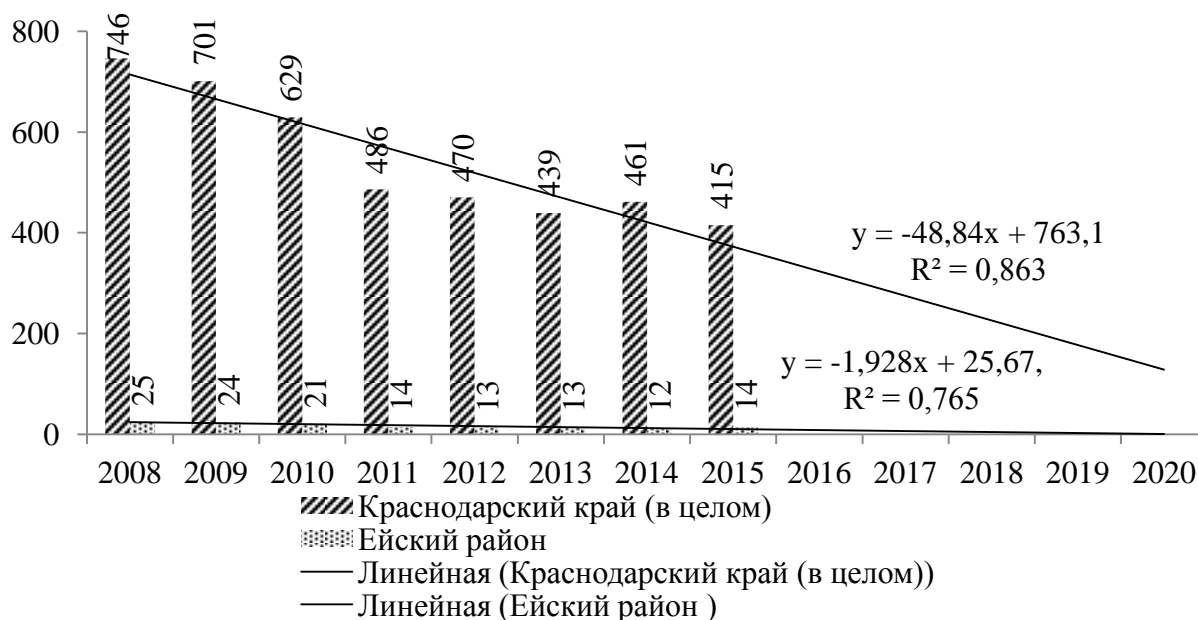


Рисунок 17 – Специализированные средства размещения (ед.). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 128 ед., по Ейскому району – 1 ед. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

Такая динамика обусловлена рядом факторов:

– подготовкой к Олимпийским играм в Сочи в 2014 г., в связи с чем специализированные средства размещения проводили в предолимпийский период реконструкцию, переоснащение для прохождения классификации;

– оптимизацией налоговых режимов крупных и средних средств размещения, а также уклонением от требований Минздрава РФ к санаторно-курортным учреждениям, что повлекло за собой:

а) разукрупнением специализированных средств размещения (фактически дроблением бизнеса) для перехода в категорию малого бизнеса (возможность перехода на упрощенную систему налогообложения или уплату единого налога на вмененный доход),

б) специализированные средства размещения вместо оказания санаторно-курортных услуг (требующих лицензирования) стали оказывать *СПА-услуги*, т.е. фактически те же услуги по оздоровлению отдыхающих, но без контроля со стороны Минздрава);

– удачными маркетинговыми ходами конкурентов из-за рубежа (Турция, Египет, Болгария, Греция и проч.), нацеленными на одну и ту же целевую группу российских туристов (рекреанты-посетители санаторно-курортных, крупных и средних гостиничных учреждений в России стали предпочитать услуги зарубежных КСР) [Волкова, Максимов, 2016].

Прогнозные значения данного сектора с учетом сложившихся тенденций на 2020 г. будут следующими: число средств размещения в целом по Краснодарскому краю – 128 ед., по Ейскому району – 1 ед.; Численность обслуженных лиц за год в целом по краю – 1063,3 тыс. чел., в Ейском районе – 24,4 тыс. чел. (Рис.17, 18).

Как можно заметить развитие локального ТРК на территории Ейского района показывает достаточно скромную динамику на фоне общекраевой. Это во многом связано с особенностями маркетинговой политики туристкой администрации региона.

Основными факторами, сдерживающими развитие курорта Должанская как курортной территории, являются: несоблюдение режима особой охраны; высокая автотранспортная и рекреационная нагрузка; интенсивное развитие комплекса инфраструктуры, несоответствующего курортно-рекреационному статусу; отсутствие механизма планирования и управления прибрежными зонами.

Как выявили результаты социологических исследований, самым привлекательным фактором и побудительным мотивом в выборе ст. Должанской в качестве места летнего отдыха – это привлекательность моря и его пляжей, их целебные свойства, а также возможности для занятий экстремальными видами спорта – виндсерфингом и кайтингом.

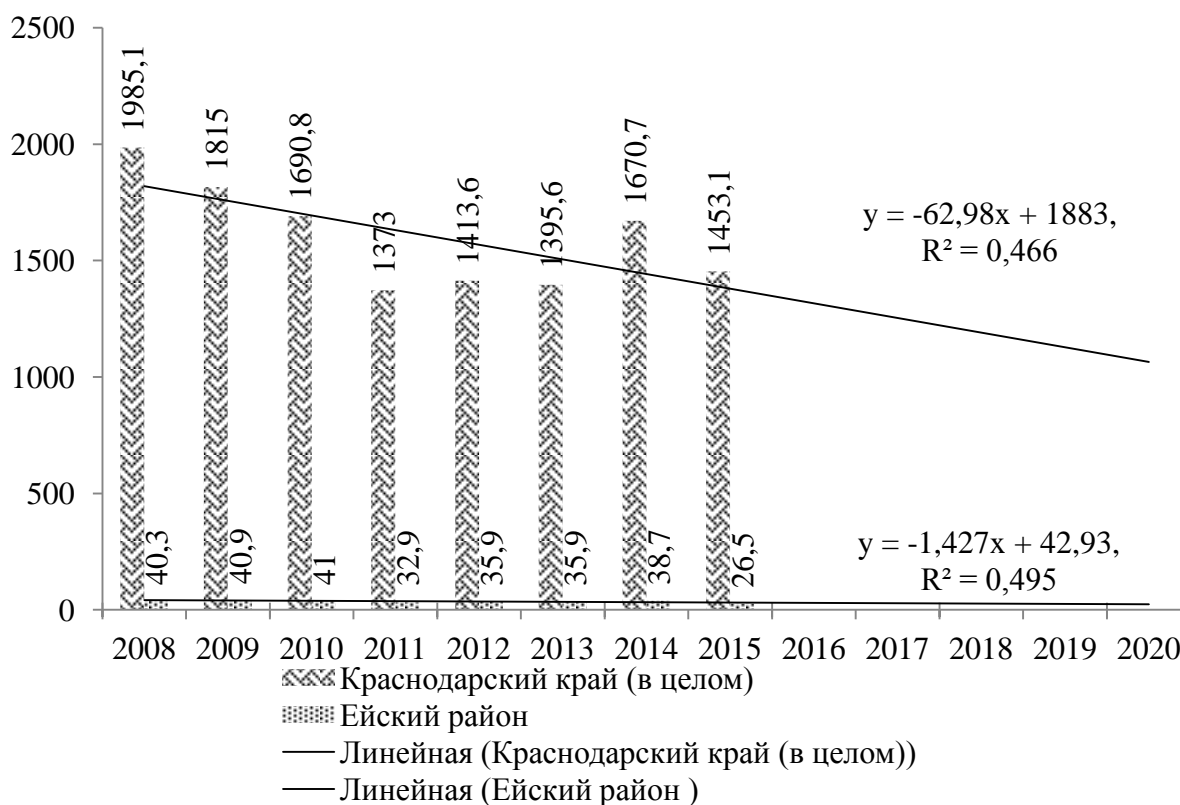


Рисунок 18 – Численность обслуженных лиц в специализированных средствах размещения (за год, тыс. чел.). Прогноз на 2020 г. – по Краснодарскому краю – 1064,3 тыс. чел., по Ейскому району – 24,4 тыс. чел. (составлен автором на основе данных Краснодарстата)

Безопасное и целесообразное использование Азовского побережья может быть связано с отдыхом в малоизмененной

природной среде, активным отдыхом с элементами экстремального туризма, охотничье-рыболовным туризмом и другими видами рекреационных занятий. Ландшафтный подход к оценке реальных функциональных возможностей отдельных морфологических частей позволит объективно определить, какие рекреационные функции являются для них оптимальными.

Список использованных источников

1. *Астапов М.Б., Беликов М.Ю., Куделя Е.В., Салеева Т.В., Миненкова В.В., Максимов Д.В., Волкова Т.А., Карпова Ю.И., Жаворонков Д.В.* Исследование удовлетворенности туристов и экскурсантов организацией отдыха в некоторых районах Краснодарского края и расчет оценки вклада туристов в экономику региона: монография. Краснодар, 2015.

2. *Волкова Т.А., Максимов Д.В., Миненкова В.В., Ходыкина М.Ф.* Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края: основные показатели и прогноз развития / Вестн. Национальной академии туризма. №3(39), 2016.

3. *Волкова Т.А., Мищенко А.А.* Коса Долгая в структуре хозяйственного потенциала ТРК Ейского района Краснодарского края // Естественные и технические науки: науч. журнал. 2016. №12(102).

4. *Карпова Ю.И., Ходыкина А.Ф.* Подходы к содержанию понятий «организованный туризм», «неорганизованный туризм» и «самодеятельный туризм» / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар, 2016.

5. Комментарий. 2016. Необходим симбиоз сельского предпринимательства и кооперации. // Крестьянские ведомости: газета агробизнеса URL: <http://kvedomosti.ru/news/kommentarij-neobxodim-simbioz-selskogo-predprinimatelstva-i-kooperacii.html>.

6. *Косьян Р.Д., Крыленко В.В.* Современное состояние аккумулятивных морских берегов Краснодарского края и их использование: монография. М., 2014.

7. *Литвинская С.А.* Приоритетные растительные объекты Азовского побережья, подлежащие охране / Человек и природа.

Проблемы экологии Юга России: сб. науч. докл. 2-ой Междунар. конф. Краснодар, 2008.

8. *Литвинская С.А.* Современное состояние ландшафтов азовского побережья / Человек и природа. Проблемы экологии Юга России: сб. науч. докл. 2-ой Междунар. конф.: Краснодар, 2008.

9. *Мищенко А.А., Волкова Т.А.* Влияние структуры ландшафтов Кубанского Приазовья на рекреационное природопользование / Туризм и рекреация: инновация и ГИС-технологии: матер. IV Междунар. науч.-практ. конф. Астрахань, 2011.

10. *Сажнев Е.В., Карпова Ю.И.* Ресурсы развития пляжного туризма в Краснодарском Крае / Технологический форсайт 2.0: сб. ст. Всеросс. науч.-практ. конфер. студентов, аспирантов и молодых учёных. Краснодар, 2016.

11. *Смолякова Ю.И.* Развитие туристско-рекреационного комплекса / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2008.

КОРПОРАТИВНЫЙ КОДЕКС ОТЕЛЯ: ФУНКЦИИ И ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ

Д.В. Жаворонков

Summary: Many modern hotels have corporate codes. Codes play a significant role in maintaining the corporate culture of hotels. However, for the effective performance of their functions necessary management and staff to create codes of hotels to be creative. Code of the hotel must clearly explain to the employee the most important aspects of his work and philosophy of the organization.

Key words: hotel, corporate code, corporate culture, management, organization, code of conduct.

Многие современные гостиничные предприятия, как и предприятия других отраслей, имеют корпоративные кодексы. Корпоративный кодекс – это официальный свод правил, содержащий основополагающие принципы поведения, деятельности сотрудников предприятия. Таким образом, кодекс рассматривается руководством компании, как основа формальной подсистемы организации. По мнению Г. Минцберга, корпоративный кодекс является одним из трех способов формализации поведения сотрудников в организации – это формализация «по правилам» (другие способы, выделяемые Минцбергом – по должности и по рабочему потоку) [Минцберг, 2004]. Таким образом, кодекс необходимо рассматривать как набор разнообразных правил, предписывающих работнику определенное поведение в самых разных сферах организационной жизни.

Можно выделить 3 функции, выполняемых корпоративным кодексом:

- 1) нормативная – подробное и четкое описание формальных норм деятельности сотрудников;
- 2) идеологическая – общее описание базовой идеологии компании;

3) учебная (имеется не во всех кодексах) – содержит правила выполнения сотрудниками своих должностных обязанностей.

Содержание кодексов различных отелей отличается большим разнообразием. Очевидно, на то, чем будет наполнен кодекс, влияет философия и идеология владельцев компании и высшего руководства, практика менеджмента в той или иной стране, содержание образцов, которое заимствуется при написании конкретного кодекса. Самым широким содержанием отличается, вероятно, Кодекс деловой этики гостиничной цепи Хилтон – там есть такие пункты, как «Участие в политике. Выборы в Соединенных Штатах» и «Выборы за пределами США» [Кодекс Хилтон]. Но более-менее стандартное содержание гостиничных кодексов включает в себя следующие пункты: миссия и история компании; организационная структура и функции; права и должностные обязанности персонала; правила безопасности; деловая этика и внешний вид сотрудников.

Большим разнообразием отличается название кодекса у разных отелей. Здесь можно встретить такие варианты: «Корпоративный кодекс», «Кодекс работника», «Кодекс корпоративной культуры», «Кодекс этики», «Кодекс деловой этики», «Кодекс корпоративного поведения», «Кодекс делового поведения».

В настоящее время большинство российских средств размещения имеют свои кодексы. С какой целью создаются эти документы? Ведь в советское время у гостиниц и санаториев корпоративных кодексов не было. Массовое создание корпоративных кодексов в российских средствах размещения началось в 2000-х гг. В это время в отрасли происходили два процесса – активное проникновение в Россию международных гостиничных цепей и заимствование основных достижений и методов западного менеджмента. Естественно, международные цепи принесли в свои российские отели принятую практику управления и используемые документы, в том числе и корпоративные кодексы. А независимые российские средства размещения, осваивая западные стандарты управления, познакомились с понятием корпоративной культуры и корпоративным кодексом, как одним из ее элементов.

Распространение практики создания корпоративных кодексов можно объяснить модой. Как утверждают институциональные социологические теории, обычаи экономической деятельности наделяются смыслами и распространяются в хозяйственной сфере как модные тенденции.

Насколько эффективно применение корпоративных кодексов? В дискурсах западного менеджмента и этики гостеприимства ведущая роль в обеспечении успешности гостиничного предприятия придается корпоративной культуре. Таким образом, корпоративный кодекс, как официальный свод норм корпоративной культуры занял ведущее место в формальной подсистеме предприятия. Формальная подсистема организации – костяк организационной структуры – представляет собой систему узаконенных безличных требований и стандартов поведения, формально заданных и жёстко закреплённых ролевых предписаний. Цель её – сделать управление работниками эффективным, а их поведение контролируемым и предсказуемым, поэтому в основе формальной подсистемы лежит принцип максимальной стандартизации, а значит, упрощения отношений. Это достигается формализацией ролевых предписаний, введением безличных стандартов и норм, регламентирующих поведение в организации [Жаворонков, 2008].

Формальный подход к содержанию и задачам корпоративного кодекса можно проиллюстрировать тем, что в них часто содержатся тривиальные положения, естественные для любого социализированного индивида, типа «встречайте гостя с дружелюбной улыбкой» или «работник должен заботиться о своей гигиене, ежедневно чистить зубы и принимать ванну». Другой крайностью является стремление максимально регламентировать мельчайшие аспекты поведения сотрудника отеля или его внешнего вида: «если есть баки, то они должны быть средней длины – на уровне уха».

Однако разработанная и спланированная формальная подсистема неизбежно схематична – она всегда игнорирует существенные черты любой реальности, любого функционирующего социального порядка. Этот факт легче всего проиллюстрировать забастовкой того типа, которая называется

«соблюдать правила»: просто скрупулёзно придерживаясь формальных правил, рабочие могут фактически остановить производство. В реальности на любом предприятии любой процесс производства зависит от неформальных методов и импровизаций, которые никогда не могут быть формализованы.

Таким образом, кодексы играют значительную роль в поддержании корпоративной культуры гостиничных предприятий. Однако для эффективного выполнения ими своих функций необходимо руководству и персоналу отелей к созданию кодексов подходить творчески. Многие из проанализированных кодексов отличаются схематичностью, формализованностью, мелочностью или бездумным копированием. Кодекс гостиничного предприятия должен внятно объяснять сотруднику самые важные аспекты его работы и философии организации. Здесь важны все элементы – и используемый язык, дизайн и даже качественная полиграфия кодекса. Если в начале 2000-х гг. часто встречались корпоративные кодексы в виде пачки листов формата А4, распечатанных на принтере, то сейчас кодексы многих российских отелей отличаются талантливym красочным дизайном и хорошей полиграфией. И это помогает решать задачу создания у работника, чувства приверженности, ощущения «солидности» отеля и престижности работы в нем.

Список использованных источников

1. *Жаворонков Д.В.* Теория организации. Краснодар, 2008.
2. Кодекс деловой этики. Нормы и стандарты работы компании Хилтон. URL: www.hiltonworldwide.com/assets/pdfs/code_of_conduct/HW_COC_2011_RUS.pdf.
3. *Мицберг Г.* Структура в кулаке. СПб., 2004.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ВИДОВ АКТИВНОГО ОТДЫХА

Ю.И. Карпова

Summary: In this article the author examines the different approaches to the definition of «active rest», exploring its development, new species, as well as explores the concept of «active tourism» and his views as part of an active rest.

Key words: active rest, active tourism

Активный отдых – больше, чем просто отдых. Это способ проведения свободного времени, в процессе которого отдыхающий занимается активными видами деятельности.

Активный отдых – это особый вид туристской деятельности. Его специфика определяется не только особым контингентом клиентов, но и наличием набора условий, объективно представляющих опасность для здоровья и жизни туристов.

Активный отдых – перемещением на значительные расстояния, за пределы своего основного места жительства. Проживание на новом месте (в гостинице, кемпинге, палатке и т.п.).

Активный отдых – это такой вид отдыха, который выражается в выполнении какой-либо деятельности, не связанной с утомлением. Так, например, для работников умственного труда активным отдыхом является выполнением любой деятельности, которая несет в себе физическую нагрузку: это может быть даже физическая работа (например, ремонт), а может быть что-то подвижное и развлекающее. К слову сказать, тем, кто много работает, физически активный отдых тоже не повредит. Большая часть физической работы утомительна и однообразна, поэтому активный отдых помогает избежать негативных последствий малоподвижного образа жизни.

Некоторые авторы относят к активному отдыху посещение театра, концерта или цирка. Здесь мнения расходятся, но можно сказать однозначно, что у любого человека должен быть

разнообразный отдых. Огромным плюсом активного отдыха является то, что после него нет необходимости настраиваться на работу, потому что происходит лишь смена тематики, а тело и ум уже находятся в тонусе. Не исключая важность пассивного отдыха, все же не хотим все сводить к тому, что отдых должен быть только активным.

Не стоит бояться активного отдыха и думать, что после такого отдыха потребуется еще время. Организм человека восстанавливает силы после отдыха гораздо быстрее, чем от работы. Активный отдых отлично способствует восстановлению эмоций и поднятию настроения. Происходит это за счет естественных процессов в организме, когда к мозгу человека подходит больше крови обогащенной кислородом. И это в любом случае не вредно.

Если человек испытывает усталость или стресс, ему требуется сменить обстановку или просто нужно отдохнуть, и именно активный, а не пассивный отдых поможет в этом больше всего. Пассивный отдых подойдет, например, если в свободное время человек делает ремонт на даче. Тут и так разнообразная деятельность, поэтому требуется пассивный отдых. Активным же отдыхом в данном случае будет являться само строительство дачи. Единственным недостатком активного отдыха является то, что появляется риск получения травмы.

Какие виды отдыха являются активными:

– катание на роликах и велосипеде – даже если вы едите на работу на велосипеде, вы уже отдыхаете и получаете удовольствие; приезжая на работу после катания, вы будете лучше выполнять свою работу;

– командные игры или игры в коллективах – никто не надо рассказывать о пользе футбола, баскетбола или любой иной командной игры, главное соблюдать аккуратность;

– танцы – все виды танцев являются отличным примером активного отдыха;

– картинг – достаточно интересный вид активного отдыха; со стороны кажется, что катание на машинках не представляет из себя ничего сложного, но попробовав раз, станет понятно, что это достаточно тяжелое упражнение;

– пейнтбол – не вызывает никакого сомнения, что бег и передвижения по земле – это не только развлечение, но и отличный вид активного отдыха;

– аэротруба – новый вид активного отдыха, который задействует многие группы мышц; новый вид развлечений и активного отдыха;

– веревочные парки – весьма популярный вид активного отдыха, набирающий популярность в настоящее время;

– кёрлинг – на первый взгляд достаточно простой, но увлекательный и интересный вид спортивной игры на льду, которая предусматривает интерес и пользу;

– скаладром – сложно, вот что можно сказать про этот отдых, но очень полезно и интересно, конечно, если вы не боитесь высоты;

– прыжки с парашютом – это действительно активный вид отдыха, граничащий с экстримом, но все же таковым не являющийся.

Активный отдых развивается, появляются новые его виды.

Для того чтобы добиться желаемого результата (рекреации) мероприятия активного отдыха должны характеризоваться рядом обязательных признаков (условий), а именно:

– при осуществлении мероприятия используются средства активного туризма (прогулка, поход, соревнование);

– при осуществлении мероприятия используются технологии видов спорта (горнолыжного, водного слалома, подводного плавания, конного спорта, игровых видов спорта и т.д.);

– мероприятия основаны на использовании двигательной активности участников или их двигательная активность оставляет существенную часть программы;

– мероприятия, за редким исключением, включают культурно-познавательные аспекты и содержат интеллектуальные и эмоциональные компоненты;

– носят преимущественно развлекательный (гедонистический) характер;

– осуществляются в природных условиях;

– имеют определенную научно-методическую базу [Самойленко, 2006].

Активный отдых включает в себя множество занятий – от похода с палатками до непрофессиональных занятий экстремальными видами спорта.

Активные виды отдыха принято подразделять на водные (дайвинг, кайт- и виндсерфинг, сноркелинг, вейкбординг, каякинг, рафтинг, водные лыжи и т.д.), наземные (трекинг, «палаточные» походы, велотуры, конные туры, рыбалка, охота и т.д), горные (скалолазание, альпинизм, маунтибайкинг, горные лыжи, сноубординг и т.д.), воздушные (парашютный спорт, дельтапланеризм и т.д.).

Все эти занятия объединяют не только интенсивная работа мышц, необходимость применять спортивные умения и навыки, но и богатейшая палитра уникальных ощущений, впечатлений и эмоций [Кугушева, 2010].

В СССР туризм рассматривался как один из видов активного отдыха. Многие виды активного отдыха можно отнести к категории экстремальных с высоким уровнем сложности и сопряженные с опасностью и риском, а потому требующих не просто хорошей психологической и физической подготовки, но и длительных специальных тренировок.

Прежде чем перейти к понятию «активный туризм», необходимо ознакомиться с определением понятия «туризм».

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-оздоровительных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [Федеральный..., 2007].

Долгое время в официальных источниках определение активного туризма отсутствовало, в связи с чем, появилось множество определений понятия «активный туризм». Различные источники дают разные определения, однако все они сходятся в том, что активный туризм предусматривает виды отдыха и путешествий, развлечений, спорта (пешие походы, лазание по скалам, спортивные игры, плавание на плотках по бурным рекам, подводный туризм, сафари и др.), требующие значительного

физического напряжения и доступные далеко не всем категориям туристов. Еще более выделяется в этом смысле экстремальный туризм (однако не все развлечения экстремального туризма можно отнести к активным видам туризма, например, тур, предполагающий пребывание в известной тюрьме, с трудом можно отнести к активному отдыху).

Согласно определению ГОСТ Р 54601-2011 «Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения» (далее ГОСТ Р 54601-2011) к активные виды туризма относятся путешествия, походы и экскурсии в природной среде с активными способами передвижения, для которых требуются специальная физическая подготовка и владение определенными навыками и умениями, в том числе по использованию снаряжения и средств передвижения.

По определению журнала «Туристический вестник», под активным туризмом понимается вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях, также здесь приведено определение понятия пассивный туризм – это вид путешествия, ориентированный на более спокойную и менее напряженную в отношении физических нагрузок, программу тура, предполагающий физический покой организма [Кугушева, 2010].

Еще одной попыткой дать определение активного туризма является законопроект об обязательной аттестации экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников согласно которому «туризм активный – туризм с использованием активных способов передвижения в природной среде», что на наш взгляд, также не полностью раскрывает суть данного вида туризма.

Следовательно, туризм является разновидностью рекреации, отличающейся активными формами отдыха, и может дифференцироваться, в свою очередь, по степени активности, а именно как: спортивный туризм, активный туризм и пассивный туризм. Спортивный туризм необходимо выделить из активного туризма, так как он имеет специфику в организации, обслуживании и т.п.

Спортивный туризм – это туризм соревновательный, нацеленный на соперничество его основных участников, основанный на стремлении к победе. Это особая сфера деятельности главным образом спортивных клубных, профессиональных организаций, которая направлена не на отдых (не имея в виду туристов – болельщиков на больших спортивных мероприятиях), как в массовом активном туризме, а на достижение спортивных результатов. По существу это профессиональная деятельность, кстати, нередко высоко оплачиваемая, которая после определённых циклов требует отдыха, рекреации.

В аспекте рассмотрения сущности активного туризма, отличающегося от пассивного туризма деятельным, энергичным участием в передвижении с места на место с применением и развитием физических сил, следует отделить туризм с участием таких средств передвижения как автомобильный, железнодорожный, воздушный (кроме спортивных летательных аппаратов), и водный (за исключением вёсельного, на плотах и т.п.). Они будут относиться к пассивному туризму.

Важной особенностью активного туризма является то, что достижение спортивных результатов здесь не является главной целью, и потому он может быть более массовым, доступным для широких слоев населения.

Согласно ГОСТ Р 54601-2011 по способу организации активные виды туризма подразделяют:

- организованные (организуемые туристскими, спортивными, общественными и другими организациями);
- самодеятельные (неорганизованные).

В зависимости от целей путешествия активные туры подразделяют на следующие разновидности:

- оздоровительный тур;
- познавательный тур;
- спортивный тур;
- прочие туры (экспедиционные, событийные, экологические, сельские, экстремальные, приключенческие и т.д.).

В зависимости от степени сложности и трудности преодолеваемых препятствий туристские маршруты подразделяют:

– на некатегорийные маршруты; маршруты средней категории сложности (1, 2, 3 категории); маршруты высокой категории сложности (4, 5, 6 категории). В разных видах активного туризма число категорий сложности различно: в пешеходном, горном, водном, лыжном, велосипедном и спелеотуризме – шесть категорий сложности; в автмототуризме и парусном туризме – пять; в конном – три.

Активные виды туризма в зависимости от места и способа передвижения подразделяют на следующие основные группы:

- пешеходный туризм, в том числе треккинг;
- лыжный туризм, в том числе горнолыжный;
- горный туризм;
- водный туризм, в том числе рафтинг, каякинг;
- парусный туризм;
- велосипедный туризм, в том числе маунтинбайкинг;
- автмототуризм (автомобильный и мотоциклетный);
- спелеотуризм, в том числе спелеология и спелестология;
- конный туризм;
- комбинированный туризм;
- другие виды активного туризма.

Деление на виды зависит от характера маршрута, местности и способа передвижения туристов.

Основными видами являются: горный, пешеходный, водный, лыжный, велосипедный и др.

Деление на формы зависит от категории сложности преодолеваемых препятствий (некатегорийные и категорийные походы), от организационных основ туризма (походы выходного дня, организованный, самодеятельный и коммерческий туризм).

По возрастному и социальному признаку активные виды туризма подразделяют на детский, молодежный, взрослый, семейный, для туристов с ограниченными физическими возможностями [Биржаков, 2007].

Данная классификация является неполной и требует уточнения и дополнения: автмототуризм, относится к пассивному туризму, также в классификации не учтен такой

немаловажный показатель как сезонность, не учтены продолжительность и охват территории и т.д.

Более полная классификация активного туризма, с разделением его на две большие группы: летний и зимний дает В. Ивановский (Табл. 1).

Таблица 1 – Классификация активных видов туризма [Кугушева, 2016]

Сезонность	Виды	Разновидности	Формы
Летний	горный	трекинг	некатегорийный категорийный походы выходного дня
		альпинизм и хайкинг	
		скалолазание	
		скайранинг	
		легкоходство	
	водный	сплав	организованный
		рафтинг	самодетельный коммерческий
		парусный	
		каякинг	
	пешеходный	–	
велосипедный	маунтинбайк		
спелеотуризм	–	некатегорийный	
Зимний	горнолыжный	сноубординг	категорийный походы выходного дня организованный
		фрирайд	
		ски-тур и бэккантри	
		хели-ски	
	горнолыжный	сноукэтскиинг	самодетельный коммерческий
		сноумотобординг	
	лыжный	–	

Данная классификация все еще не является полной и не отражает всю классификацию видов активного туризма.

Предлагаем рассмотреть наиболее полную классификацию активного туризма представленную в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация активных видов туризма (сост. автором)

Классификационный признак	Вид активного туризма						
	Способ передвижения и вид местности	пеший	горный	водный	лыжный	велосипедный	спелео
Способ организации	организованный			неорганизованный			
Охват местности	международный		межрегиональный		региональный		
Продолжительность	краткосрочный			среднесрочный			
Сезонность	зимний		летний	межсезонный		круглогодичный	
Вид транспорта	пешеходный	велосипедный	водный	лыжный	комбинированный	другие	
Форма участия	индивидуальный		групповой		семейный		
Возрастная категория	молодежный		среднего возраста		третий возраст		
Мобильность	передвижной			стационарный			
Спортивная категория	категорийный			некатегорийный			
Безопасность/ степень риска	высокая		средняя		низкая		

Данная классификация отражает классификацию видов активного туризма, учитывает их многообразие по линейным и профильным признакам, демонстрирует соответствие ряда классификационных признаков.

Список использованных источников

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб., 2007.
2. Волкова Т.А. Эволюция понятия «инфраструктура туризма» / Этносоциум и межнациональная культура. 2015. №7(85).

3. Волкова Т.А., Мищенко А.А. Туристское природопользование как фактор устойчивого развития горных территорий / Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития: матер. Междунар. научно-практ. конфер. 2013.

4. Кугушева А.Н. Теоретические аспекты активного туризма. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-aktivnogo-turizma>.

5. Мищенко Т.А. Влияние туристских ресурсов на развитие регионального туризма и проблема их рекреационной оценки / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. Краснодар, 2009.

6. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ (в ред. от 28.12.2016) URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=129632>.

7. Самойленко А.А. География туризма: учеб. пособ. Ростов н/Д, 2006.

8. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения. ГОСТ Р 54601-2011 URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200094461>.

ПРИРОДНЫЕ ЛЕЧЕБНЫЕ ФАКТОРЫ КУРОРТОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Н.А. Комаревцева, П.Л. Карпенко, И.М. Пунько

Приведенный материал – часть неопубликованного учебного пособия коллективом обозначенных авторов. Особая заслуга в формировании научного интереса к санаторно-курортной деятельности принадлежит Павлу Львовичу Карпенко – другу, коллеге, оставившему нас в 2008 г.

Помним его...

Summary: A special role in the health resort activities assigned to the study of natural healing factors. Krasnodar region has a unique therapeutic and recreational potential of its research forms the ability to create new conditions for the development of recreation.

Key words: medical resources, health tourism, Krasnodar region.

Природные лечебные ресурсы – минеральные воды, лечебные грязи, рапа лиманов и озер, лечебный климат, другие природные объекты и условия, используемые для лечения и профилактики заболеваний и организации отдыха. Лечебные свойства природных объектов и условий устанавливаются на основании научных исследований и многолетней практики их использования.

Лечебный климат. Для предупреждения определенных заболеваний и лечения некоторых болезней издавна широко используется физиологическое действие различных климатов и отдельных климатических факторов.

Климат каждой местности зависит от ряда факторов, основными из которых являются величина солнечной радиации, циркуляционные процессы в атмосфере, а также физико-географические особенности местности: географическая широта, близость или отдаленность от морей и океанов, высота над уровнем моря, рельеф местности, характер растительности, наличие или отсутствие водоемов. Влияние климата на организм человека

осуществляется через погоду, которая характеризуется метеорологическими элементами – солнечной радиацией, давлением, температурой и влажностью воздуха, направлением и скоростью ветра, состоянием облачности, осадками, состоянием электрического поля атмосферы. Все эти элементы составляют комплекс погоды.

Физиологическое воздействие климата на организм человека определяется влиянием ведущего климатического фактора или сочетанием ряда климатических факторов, создающих своеобразие погодных условий.

Существует несколько классификаций климата. В медицинской климатологии климаты обычно делят на щадящие – без резких колебаний в метеорологических элементах и раздражающие, характеризующиеся частыми и резкими колебаниями температуры и влажности воздуха, сильными ветрами и т.д. Различные типы климатов неодинаково воздействуют на организм больных людей. Наверное, в данном случае, уместна фраза Парацельса: «Одному лекарство, другому яд», при этом, исходя из существующих классификаций климата, следует рассмотреть классификацию Л.С. Берга. Несмотря на то, что в этой классификации отсутствует определение четкого воздействия отдельных типов климата на здоровье людей, следует рассмотреть именно этот подход, учитывая, что климатолечение, являясь сильной физиотерапевтической процедурой должно следовать непреложному врачебному правилу «Не навреди».

Климатические зоны наиболее детально определены в классификации академика Л.С. Берга. Согласно этой классификации типы климатов Краснодарского края можно разделить на две основные части – климат материковый и климат морских побережий.

Климат материковый делится на четыре группы:

1. Климат нетропических пустынь. Для этих районов характерно очень теплое безоблачное без дождей лето с большой повторяемостью солнечных, очень жарких и очень сухих погод. Осадков около 200 мм в год и менее, зима с морозами. Такие климатические условия, в летнее время, особенно благоприятны для больных, страдающих заболеваниями почек. Они

способствуют увеличению выделения у человека воды с потом, улучшению работы почек, рефлекторному улучшению почечного кровообращения. В летнее время климат схожий с климатом нетропических пустынь формируется в северо-восточной части Краснодарского края;

2. Климат степей юга европейской части России. Эти районы отличаются очень теплым и сравнительно сухим летом (со средней температурой от 20°C до 25°C), умеренно мягкой зимой, невысокой относительной влажностью летом и небольшим количеством осадков (до 450 мм в год). Местности с климатом данного типа могут использоваться для лечения больных туберкулезом и хроническими заболеваниями дыхательных путей. Климат степей характерен для степной и приазовской зон Краснодарского края. Чертами степного климата характеризуются также Таманский полуостров и Анапа;

3. Климат лесов и лесостепей умеренной зоны. Зима не суровая, лето умеренно теплое со средней температурой от 16°C до 22°C , осадков выпадает 800–900 мм в год. Для климата лесов и лесостепей характерны отчетливо выраженная сезонность, незначительное движение воздуха, несколько повышенная влажность, небольшая инсоляция и прохлада. В зависимости от характера лесов, высоты над уровнем моря, близости морского бассейна лесной климат приобретает черты горного или приморского. Климат благоприятен для лечения нервных и сердечно-сосудистых заболеваний. К этой зоне можно отнести районы предгорной и низкогорной частей Краснодарского края;

4. Горный климат. Для горного климата характерно уменьшение с высотой барометрического давления и содержания в воздухе кислорода. В горах отмечается увеличение интенсивности солнечной радиации (главным образом ультрафиолетовых лучей). Температура воздуха уменьшается параллельно с изменением высоты, ее колебания (суточные и годовые) в горах слабее, чем в низменностях, воздух отличается исключительной чистотой. В этих условиях организм человека труднее адаптируется. Горный климат оказывает выраженное тренирующее действие, резко стимулирует общий обмен веществ, поэтому направление в горы ослабленных больных с прогрессирующими заболеваниями, с выраженной сердечно-

сосудистой и дыхательной недостаточностью противопоказано. В Краснодарском крае этот тип климата присущ отдельным местностям Апшеронского, Мостовского, Туапсинского районов и некоторым горным территориям Сочи.

Климат Черноморского побережья делится на две группы:

1. Средиземноморский климат северо-западного побережья Кавказа – Новороссийск, Геленджик и северо-западная часть Туапсинского района. Для средиземноморского климата характерно повышенное барометрическое давление летом и пониженное зимой, равномерная температура воздуха, более интенсивная, чем в континентальных районах, солнечная радиация, чистота и свежесть морского воздуха, значительное содержание озона и морских солей в воздухе. Климат благоприятен для профилактики и лечения сердечно-сосудистых, нервных заболеваний, болезней легких;

2. Климат влажных субтропиков Черноморского побережья Кавказа наблюдается в юго-восточной части Туапсинского и Сочи. Для курортов этого района характерна очень мягкая зима и очень теплое, но влажное лето со значительной повторяемостью влажнотропических погод. Количество осадков достигает в год 2500 мм.

Помимо основных типов климата, под влиянием определенных условий (орографические особенности местности, своеобразная растительность) в отдельных местностях может формироваться свой микроклимат, особенности которого нередко можно с успехом использовать при организации климатотерапии.

В климатотерапевтических целях отдельные типы погод можно разделить на три группы:

1. Благоприятная для климатолечения группа погод, как правило, хорошо переносится больными, позволяет проводить все виды климатолечебного воздействия в санаторно-курортных условиях. В эту группу входят солнечная, жаркая и сухая погода; малооблачная погода, облачная днем; облачная ночью; погода с радиационной оттепелью, слабо морозная и умеренно морозная погода;

2. Относительно благоприятные погоды характеризуются тем, что при них не все виды климатических процедур можно отпускать больным, отдельные климатические процедуры

требуют специальной организации. Эта группа погод в большинстве удовлетворительно переносится больными, но в некоторых случаях могут наблюдаться метеоропатические реакции. К этой группе относятся: пасмурный тип погоды; солнечная, очень жаркая и очень сухая погода; влажнотропическая; облачная погода с оттепелью; сильноморозная погода; погода с сильным ветром при температуре 17°C и выше, дующим продолжительное время – сутки и более;

3. Неблагоприятная группа погод, во время которых климатолечебный процесс на открытом воздухе не проводится. У больных в такие периоды могут наблюдаться разнообразные жалобы. В эту группу входят: пасмурная погода с осадками (дождливая), погода с сильным ветром при температуре воздуха ниже 17°C , погода с туманом и погода с грозой.

Для медицинской оценки климатических условий на курортах используются следующие метеорологические факторы: температура воздуха, влажность, облачность, атмосферные осадки, барометрическое давление, солнечная радиация, скорость и направление ветра, волнение моря, температура песка и электрическое состояние атмосферы. На основании этих данных вычисляется эквивалентно-эффективная, радиационно-эквивалентно-эффективная и биологически активная температуры.

Эквивалентно-эффективная температура (ЭЭТ) определяется по температуре воздуха, скорости ветра и влажности. Она характеризует тепло-ощущение человека в различных атмосферных условиях. Существуют две шкалы эквивалентно-эффективной температуры, дающие общее представление о комфорте, охлаждении и перегревании. Определение этой температуры производится по основной шкале для раздетого человека и нормальной шкале для одетого (Табл. 1).

ЭЭТ не учитывает действия солнечной радиации на человека, поэтому при оценке внешних условий во время климатолечения применяют радиационно-эффективные и результирующие температуры, учитывающие солнечную радиацию при теплообмене с внешней средой. Использование этих величин в

практике расширяет возможности работников курортов, так как при этом учитываются все основные физические факторы, обуславливающие теплообмен человека.

Таблица 1 – Границы теплоощущения по ЭЭТ [Справочник..., 1986]

Теплоощущение	Эквивалентно-эффективная температура, °С	
	для раздетого человека	для одетого человека
Зона комфорта	от 17,3 до 21,7	от 16,7 до 20,6
Зона охлаждения	ниже 17,3	ниже 16,7
Зона перегревания	выше 21,7	выше 20,6

Радиационно-эквивалентно-эффективная температура (РЭЭТ) учитывает комплексное воздействие на организм человека температуры воздуха, ветра и влажности, оцениваемые ЭЭТ, а также солнечной радиации, которая может значительно изменять реакции человека.

Расчет РЭЭТ производится по номограмме, для пользования которой необходимо знать заранее вычисленную ЭЭТ и напряжение солнечной радиации в соответствии с поправкой для пигментированной и непигментированной кожи.

Биологически активная температура (БАТ) вычисляется по полусумме показаний двух термометров, из которых в одном ртутный шарик закопчен сажей, а в другом чистый. Значение БАТ определяет теплоощущение человека при разных состояниях атмосферы. Границы теплоощущения по БАТ: оптимальная от 10⁰С до 22⁰С, низкая ниже 10⁰С и высокая выше 22⁰С.

Минеральные воды. К минеральным водам относят природные воды, оказывающие на организм человека лечебное действие, обусловленное либо повышенным содержанием полезных биологически активных компонентов и их ионным или газовым составом, либо общим ионно-солевым составом. Используются минеральные воды, как для наружного, так и для внутреннего употребления.

Минеральные питьевые воды – это воды с общей минерализацией не менее 2 г/л и (или) содержанием биологически активных микрокомпонентов в количестве не ниже бальнеологических норм принятых для питьевых минеральных

вод. Питьевые воды делятся на три группы – лечебные, лечебно-столовые и столовые.

К минеральным питьевым лечебным водам относят воды с общей минерализацией от 8 до 12 г/л. К этим водам также относят и воды с минерализацией менее 8 г/л при наличии в них повышенных количеств мышьяка, бора и некоторых других микрокомпонентов. Минеральные питьевые лечебно-столовые воды имеют минерализацию от 2 до 8 г/л. Столовые воды слабо минерализованы и, как правило, не содержат микроэлементов.

Лечебные минеральные питьевые воды обладают выраженным лечебным действием на организм человека и применяются только по назначению врача и в определенной дозировке. Лечебно-столовые минеральные воды применяются как лечебные по назначению врача и не систематически в качестве столового напитка. Столовые воды могут применяться без ограничения.

Краснодарский край является одним из немногих мест в России, где на сравнительно небольшом пространстве сосредоточено значительное количество минеральных источников различного физико-химического состава, имеющих важное бальнеологическое значение.

Существует несколько различных классификаций минеральных вод. По возможности использования их для организации санаторно-курортного лечения наиболее целесообразно использовать классификацию по бальнеологическим признакам, согласно которой минеральные воды можно разделить на углекислые, сульфидные, бромные, йодные, воды с высоким содержанием органических веществ, радоновые и кремнистые, воды без «специфических» компонентов и свойств. Кроме того, выделяются подгруппы подземных вод по газовому составу, имеющему существенное значение не только для бальнеологической оценки вод, но и являющемуся важнейшим показателем геохимической обстановки их формирования. Одновременно учитывается ионный состав и общая минерализация вод.

Углекислые воды. Лечебное значение этих вод определяется прежде всего наличием в них больших количеств растворенного CO_2 , который в общем газовом составе углекислых вод занимает господствующее положение (95–100%), а также их ионным

составом и общей минерализацией. Некоторые типы углекислых минеральных вод являются достаточно сложными по составу, имеют высокую температуру, содержат важные в бальнеологическом отношении микроэлементы и газы, явно связанные с глубинными термометаморфическими и магматическими процессами. По содержанию углекислоты описываемые воды подразделяются на слабоуглекислые (CO_2 0,5–1,4 г/л), углекислые средней концентрации (CO_2 1,4–2,5 г/л), сильно углекислые (CO_2 более 2,5 г/л).

Углекислота может насыщать воды самого различного происхождения и состава. При формировании состава углекислых вод происходят следующие процессы: растворение карбонатов кальция и магния в карбонатных породах; адсорбционный обмен поглощенного натрия, содержащегося в глинистых, песчано-глинистых, мергельно-глинистых породах, на кальций, перешедший в раствор в результате растворения карбонатов, или на водородный ион; разрушение натриевых и кальциевых алюмосиликатов.

В результате преобладания тех или иных процессов образуются углекислые воды различного состава: гидрокарбонатные кальциево-магниевые; гидрокарбонатные натриевые; хлоридно-гидрокарбонатные натриевые. Углекислые воды более сложного состава образуются под влиянием дополнительных процессов – смешения с другими водами, растворения гипсов и пр. Состав углекислых вод в значительной мере отражает гидрохимические условия вмещающих осадочных толщ, палеогидрогеологию бассейна и в меньшей степени состав самих интрузивов.

Все типичные месторождения углекислых вод Краснодарского края развиты в сфере действия магматических очагов, но сохранение их связано со многими факторами. Месторождения углекислых вод заключены в пределах сложных водонапорных систем как в горноскладчатых сооружениях, так и в межгорных котловинах и в предгорных впадинах. Они могут мигрировать от магматического очага, но могут находиться и в непосредственной близости от него.

Сульфидные воды выделяются по наличию в их составе сульфидов (свободного сероводорода и гидросульфидного иона), которые ввиду большой фармакологической активности и опре-

деляют в основном физиологическое и лечебное действие вод. В качестве нижней границы, для отнесения минеральных вод к этой группе, принято содержание сульфидов (общего сероводорода) 10 мг/л. По степени насыщенности сероводородом сульфидные воды делятся на слабосульфидные (H_2S 10–15 мг/л), сульфидные средней концентрации (H_2S 50–100 мг/л), крепкие сульфидные (H_2S 100–250 мг/л), очень крепкие сульфидные (H_2S более 250 мг/л).

Сульфидные воды наиболее широко распространены на территории Краснодарского края. Обычно они приурочены к осадочным комплексам пород и находятся в парагенетических соотношениях с битуминозными отложениями, нефтью и торфами.

Бромные и йодобромные воды имеют широкое распространение в равнинной части. К ним относятся воды с содержанием йода более 5 мг/л и брома более 25 мг/л при минерализации до 15 г/л и более. По газовому составу наиболее распространены метановые и азотные воды.

Метановые воды, особенно термальные, применяются для лечебных процедур. Эти воды залегают в осадочных отложениях, в восстановительной обстановке, где интенсивно протекали биохимические процессы, и генетически связаны с нефтеносными и битуминозными отложениями. Чаще всего это напорные артезианские воды, вскрываемые глубокими скважинами.

В Краснодарском крае два подтипа этих вод – высокоминерализованные, часто рассольные (с минерализацией до 300 г/л), содержащие тяжелые углеводороды, иногда сероводороды и воды низкой и средней минерализации от 1–10 до 10–20 г/л.

Областями распространения метановых вод глубокозалегающих горизонтов являются западная и северо-западная части Краснодарского края, тяготеющие к побережью Азовского моря и нижнему течению р. Кубани, южная равнинная и предгорная часть Краснодарского края – среднее течение р. Кубани и ее левых притоков – рек Псекупса, Белой, Лабы и Урупа.

Воды с высоким содержанием органических веществ. В состав органических веществ минеральных вод входят

гуминовые кислоты, фенолы, бензолы, нафтеновые летучие и жирные кислоты. Эти воды могут быть использованы в лечебных питьевых целях. Типичным представителем минеральной воды с высоким содержанием органических веществ является трускавецкая вода «Нафтуся», аналогом которой является красnodарская минеральная вода.

Радоновые и кремнистые воды. К этой группе относят воды, содержащие в повышенных количествах радон – более 50 э. Описываемые воды подразделяются на:

- слаборадоновые 50–400 э;
- средней концентрации 400–2000 э;
- высокорудоновые более 2000 э.

Радоновые воды распространены на участках, где имеется повышенная концентрация радия в водовмещающих породах. Месторождения радоновых вод формируются в результате процессов эманирования пород и диффузии радона в воды. Вследствие небольшого периода полураспада радона, такие воды можно встретить среди неглубоко залетающих грунтовых и артезианских вод, в зоне интенсивного водообмена.

Радоновые воды с успехом применяются для лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата.

Кремнистые воды выделяются по содержанию в них кремниевой кислоты, как правило, это термальные воды с температурой не ниже 35⁰С и содержанием кремниевой кислоты не менее 50 мг/л.

Воды без специфических свойств и компонентов. Лечебное значение вод без «специфических» компонентов определяется только основным ионным составом и общей минерализацией. Эти воды имеют минерализацию от 2 до 10 г/л и различный состав: сульфатный, сульфатно-хлоридный, хлоридно-сульфатный, хлоридно-гидрокарбонатный и хлоридный. Месторождения вод без «спецкомпонентов» расположены в Азово-Кубанском артезианском бассейне, в котором распространены сульфатные, сульфатно-хлоридные и хлоридно-сульфатные воды.

Преобладающим катионным составом сульфатных вод является натриево-кальциевый и кальциево-магниевый-натриевый. Сульфатно-хлоридные и хлоридно-сульфатные воды по

катионному составу относятся к натриево-кальциево-магниевым, натриево-кальциевым и натриевым.

Хлоридные воды приурочены к водоносным комплексам кайнозоя и мезозоя. В Азово-Кубанском бассейне они распространены в сарматских и тортонских отложениях. Минерализация воды 2,3–7 г/л. В катионном составе преобладает натрий.

Воды рекомендованы для лечения желудочно-кишечных заболеваний, а также для использования их в качестве столовых (после насыщения углекислотой).

Лечебные грязи, или пелоиды – современные или геологически молодые природные образования, содержащие в различных количествах воду, органические и минеральные вещества. Несмотря на различия по внешнему виду, составу, свойствам и условиям образования, грязи обладают рядом общих свойств, а именно мазеподобной консистенцией, однородностью массы, адсорбцией и тепловыми качествами.

В состав лечебных грязей входит также и микрофлора. Без нее не могут протекать процессы образования грязей. Микрофлора грязей не болезнетворна и даже при наложении на открытые раны грязь не вызывает осложнений.

По составу, внешнему виду и условиям образования лечебные грязи подразделяются на три основные группы: иловые, торфяные и псевдовулканические.

Иловые сероводородные грязи – это черная, блестящая мазеподобная масса, нежная и бархатистая на ощупь, хорошо прилегающая к телу. В этих грязях минеральные вещества преобладают над органическими, влажность ниже торфов и сапропелей, в них содержится сероводород в виде растворенного газа (свободный сероводород) или в виде особых солей – сульфидов. Соленость иловых сероводородных грязей колеблется в широких пределах от нескольких граммов до нескольких сот граммов солей на один литр грязевого раствора.

Образуются иловые сероводородные грязи на дне непересыхающих водоемов, содержащих в воде сульфаты. В зависимости от характера водоемов, выделяются подтипы грязей: морские, приморских озер и лиманов, материковых озер и озерно-ключевые.

Сапропель (в переводе на русский язык – гниющий ил) отлагается на дне пресноводных озер и представляет собой продукт неполного разложения отмерших растительных и животных организмов. Сапропель представляет собой студнеобразную массу различного цвета – оливкового и розового, красноватого или вишнево-красного. Для грязелечения могут быть использованы глинистые илы и глины.

Для лечения используются различные типы лечебного торфа. Обязательным условием лечебного применения торфяной грязи является достаточно высокая степень разложения – не менее 50%. Степень разложения торфа определяют по следующим признакам: отсутствие или малое количество растительных остатков. Другим условием является малая засоренность частицами крупнее 0,25 мм – не больше 10% сухого вещества грязи.

Особую группу грязей представляют так называемые *псевдовулканические грязи*. К ним относятся сопочные грязи нефтеносных областей, а также гидротермальные грязи активных вулканических районов, применение которых в лечебных целях весьма ограничено, так как запасы их небольшие и неустойчивые.

Использованная в лечебных целях грязь может быть регенерирована путем обогащения ее сероводородом и вторично использована.

Список использованных источников

1. Берг Л.С. Географические зоны Советского Союза. М., 1952.
2. Жданов Ю.А. Минеральные ресурсы. Ростов н/Д, 1979.
3. Курорты. Энциклопедический словарь. М., 1983.
4. Перечень Курортов России с обоснованием их уникальности по природным лечебным факторам. URL: <http://sankurtur.ru/officially/item/456/>.
5. Справочник по санаторно-курортному отбору / под. ред. В.М. Боголюбова. М., 1986.

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ТУРИЗМ С ЦЕЛЬЮ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

А.Г. Максименко

Summary: Recreation and recreational passivity are often associated with tourists with new impressions, enjoyment, distraction from everyday life. In international and domestic tourism, the concept of «tourism for recreation and entertainment» is defined, which forms the most mass flows and is characterized by the comprehensive use of leisure time.

Keywords: Tourism for recreation and entertainment, animation programs, tour operator activities.

Отдых и рекреационная пассивность зачастую ассоциируются у туристов новыми впечатлениями, получением удовольствий, отвлечением от обыденности. В международном и внутреннем туризме определено понятие «туризм с целью отдыха и развлечений», который формирует наиболее массовые потоки и характеризуется всесторонним использованием свободного времени отдыхающих.

В настоящее время потребитель туристских услуг становится все более взыскательным к программе тура, предлагаемой туристским организатором (туроператором). В комплексный туристский продукт всё чаще включаются помимо основных, также ряд дополнительных услуг, ранее используемых как изысканное предложение, а сейчас воспринимаемые туристом как неотъемлемое, обязательное дополнение к общей программе тура. Поэтому развлекательные услуги играют существенную роль в обеспечении туриста комплексным туристским обслуживанием, в создании незабываемого туристского впечатления от поездки.

Зачастую развлекательные элементы сопровождают большинство туристских поездок. Люди отправляются в путь за новыми незабываемыми впечатлениями, острыми ощущениями и положительными эмоциями [Максименко, 2015].

Развлекательные туры очень популярны и разнообразны, зачастую включают немногочисленные экскурсионные программы, а приоритетным видом услуг являются участие в фестивальных, праздничных и событийных мероприятиях, проходящих в дестинации, посещение тематических парков. Развлекательные туры могут быть периодическими (сезонными) или регулярными, или постоянно действующими турами – к специально созданным местам постоянно действующих парков развлечений, тематическим паркам, игровым зонам.

Итак, природа существования туризма с целью отдыха и развлечений вполне естественна, туристы, образуя вполне сформированный сегмент потребительского рынка, явно стимулируют своим спросом включение анимационных программ в традиционные программные туры, что будет новым направлением для их успешного продвижения и сбыта.

Довольно часто в туризме используется пакетное предложение, то есть комплексное предоставление определенного набора услуг клиенту-туристу, составленное связано и логично подчинено единой цели. В связи с ростом конкурентной борьбы на международном туристском рынке большинство туристских фирм стало предлагать своим клиентам комплексное обслуживание по определенной программе. Это резко и довольно сильно увеличило рынок, расширив систему спроса и предложения, позволило дифференцировать его, а туристским фирмам – специализироваться на том или ином виде программ (тематике, технологии), что, естественно, сразу повысило уровень обслуживания. И сейчас успешно работают туроператоры, специализирующиеся на экскурсионном обслуживании туристов, на организации событийных туров, на предоставлении услуг в религиозном, деловом, образовательном туризме и проч.

В зависимости от тематики тура составляется определенный набор услуг, который зависит от цели путешествия и уровня заказанной комфортности. При этом программа состоит из основных услуг, соответствующих цели путешествия, а также услуг, дополняющих и сопутствующих. Включение анимационного обслуживания в ходе запланированной программы туристского маршрута способно наполнить время

туриста, сделать более полновесным пребывание туриста в дестинации (месте пребывания) [Максименко, 2016].

Составление программы туристского обслуживания в значительной степени изменчиво по содержанию и зависит от таких непредсказуемых движений, как мода, увлечения, устаревание и потеря интереса со стороны потребителя. Поэтому с течением времени появляются новые виды программ и исчезают некоторые прежние. Задача туристских организаторов (туроператоров) – отслеживать и вовремя реагировать на происходящие изменения спроса и потребностей. Включение различных анимационных элементов, в том числе услуг гида-экскурсовода, сопровождающего группы, составление видеорепортажа в ходе тура и проч., в структуру традиционной туристской программы способно повысить интерес к данному туристскому направлению, а также удовлетворить индивидуальные потребности туриста и сформировать новое туристское впечатление от проделанного тура.

По свидетельству источников, попытки организовать досуг путешественников предпринимались еще в древности [Власова, 2010]. Безусловно, это делалось в рамках имевшихся в те времена возможностей в соответствии с культурными традициями той или иной страны. Практически все достижения культурно-досуговой деятельности, рожденные человечеством в ходе его исторического развития, используются в современной анимации. Многие её виды немного трансформировались, приобрели цивилизованные рамки, правила и форматы. Однако, стремление к зрелищу, азарт, восторг – до сих пор желанные эмоции, получить которые стремятся все туристы в ходе совершения туристского путешествия.

Активизация отдыха, анимационное обеспечение, развлекательные программы в качестве туристской услуги преследуют цель активного продвижения туристского продукта и роста доходности туристского бизнеса за счет повышения качества обслуживания туристов и расширения количества предоставляемых услуг. Кроме того, положительные эмоции, полученные туристом в ходе анимационных программ, побуждают его к повторному посещению туристского комплекса (отеля, дестинации).

Большое значение в готовности потребления анимационных программ в ходе туристского обслуживания имеет покупательская способность населения, которая является важным фактором развития туризма. Спрос на туризм напрямую зависит от уровня доходов потребителей, поэтому необходимо постоянно следить за тенденциями изменений в сфере личных доходов населения. Если экономические показатели говорят о спаде, то туристским предприятиям нужно изменять цену на свой товар. С ростом доходов количество туристских поездок и расходы на туризм увеличиваются. Следовательно, чем больше доходов имеет та или иная семья, тем больше возможностей для совершения туристских поездок. Именно на туризм предпочитают тратить большую часть доходов состоятельные люди.

Система организации развлекательных туров могут иметь разновидности по степени важности, приоритетности и объему анимационных программ в структуре турпродукта:

1) Анимационные туристские маршруты, в которых развлекательная программа является приоритетной, доминирующей в турпакете услуг, как и по физическому объему, так и по объёму, стимулирующему восстановление душевных сил. Эта анимационная услуга является ценообразующим фактором в туристском продукте.

2) Дополнительные анимационные услуги – программы развлекательного характера, организованные для дополнения основных туруслуг, упомянутых в туристском пакете, в технологических перерывах, обусловленных задержками в пути, переездами, в случае неблагоприятной погоды.

3) Гостиничная анимация – это часть комплексной гостиничной услуги, преследующая цель реализации новой идеи и повышения качества гостиничного обслуживания.

Для того чтобы иметь наиболее развернутое представление о туристских предложениях с тематическими и анимационными программами, прежде всего необходимо отследить следующие предложения туристских фирм в нашем регионе:

– туры, включающие посещение тематических парков за рубежом;

- тематические анимационные зарубежные туры;
- туры, включающие тематические программы в России и Краснодарском крае.

Несмотря на богатство культурных ресурсов нашей страны, предложения туристских фирм, включающие *тематические программы по России и Краснодарскому краю* весьма ограничены.

Основные рекомендации турфирмам по разработке и продвижению программ обслуживания в туризме с целью отдыха и развлечений:

- посещение тематических парков и специальных событий и мероприятий целесообразно включать в состав основного турпакета в качестве заполнения и разбавления свободного времени туристов;

- проектирование и продвижение анимационных программ должно осуществляться с учетом потребностей туриста, особую роль составление программы обслуживания играет для корпоративных клиентов;

- ориентация в составлении туристских программ на индивидуальные туры с анимационным сопровождением способно повысить интерес со стороны потребителя;

- разработка экономичных туров путем снижения цены на какую-либо услугу тура и предоставления скидок не должны снижать общего эффекта и минимизировать туристское впечатление;

- тематические, событийные и анимационные программы, ориентированные на иностранных туристов должны содержать возможности участия туриста в действе, а для этого аниматор должен быть и переводчиком;

- проектирование и продвижение тематических программ для туристов каждой возрастной категории существенно сегментирует потребительский рынок, что в целом должно позитивно сказаться на общей репутации туристского организатора;

- включение в тематическую программу возможности непосредственного участия туристов в развлекательных шоу, мероприятиях;

– для повышения информированности постоянных клиентов и привлечения новых, необходимо представлять сведения о ассортименте и описание туров;

– более результативно на продажах скажется использование личных продаж для продвижения развлекательных программ в рамках экскурсионных, событийных, активных и др. видов туризма;

– проектирование и продвижение тематических развлекательных программ в местах долговременных транзитных остановок туристов, продажи посредством использования туристско-информационных центров дестинаций;

– предоставление большим туристским группам сопровождающих и гидов-переводчиков, которые помогут сориентироваться на территории, предоставят информацию о дестинации.

Продвигать туры с целью отдыха и развлечений необходимо посредством персональных продаж, рекламы в сети Интернет, распространением каталогов и брошюр турфирмы. Отдельный успех имеют туры, популяризованные с использованием социальных сетей, обсуждаемые активно на форумах турфирм. Данные рекомендации рассчитаны на организаторов международных туров, предложения которых не ограничиваются определенной тематикой.

Список использованных источников

1. *Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И.* Анимационный менеджмент в туризме. М., 2010.

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

3. *Максименко А.Г., Еременко А.О., Красильникова М.Н.* Программные семейные туры в предложениях турфирм Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Междунар. научно-практ. конф. Краснодар, 2016.

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ РАСЧЕТА ВЕЛИЧИНЫ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА ПО ДАННЫМ О РОУМЕРАХ ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СЕТИ

*Д.В. Максимов, И.К. Кузнецов,
Е.В. Куделя*

Summary: This article discusses the problem of official statistical accounting tourists in Russia. It describes alternative accounting methods, based on large amounts of data about the consumption of products and services by the local population and tourists, which were developed by the employees of the Department of international tourism and management of Kuban State University. Creators offer a new method of estimation of tourist flow using data cellular operators on the movement of subscribers, which arrived in Krasnodar region.

Key words: statistics on tourists, the tourist flow, tourism consumption, subscribers of cellular network, seasonality.

Рассчитать количество туристов, оценить значимость туризма как важной отрасли, обеспечивающей ускоренный экономический рост и занятость населения в Краснодарском крае – важнейшая задача статистики туризма. Ее решение затруднено из-за несовершенства методологии статистического учета, причина которого кроется в самой индустрии туризма, ее сложной и нетипичной для основных отраслей природе. Узость и труднодоступность информационной базы, отсутствие методологического единства и сопоставимости с показателями других отраслей экономики делают статистический учет в Краснодарском крае достаточно условным, а иногда и неправдоподобным, хотя значимость туристского сектора для экономики края очевидна.

Так, в 2015 г. по данным Краснодарстата Краснодарский край посетило 15,0 млн туристов (первоначально приводилась цифра – 14,5 млн чел.), в 2016 г. – 15,8 млн чел. (по предварительным оценкам - более 15млн чел.). Такая же «точность» характерна и для показателя «объем доходов (услуг)»

курортно-туристского комплекса (КТК) Краснодарского края: первоначальный объем услуг за 2015 г. составил 90 млрд руб., но затем «чудесным образом» превратился в 100 млрд руб.

Такие манипуляции с цифрами становятся возможны из-за особенностей методики Краснодарстата, которая подразумевает расчет турпотока и объема услуг КТК отдельно по коллективным и индивидуальным средствам размещения (далее КСР и ИСР соответственно). И если КСР ведут бизнес легально (стоят на учете в налоговой инспекции и платят налоги), сдают отчетность (зачастую искаженную, но хоть что-то), то ИСР практически все (до 90%, по оценкам экспертов) находятся «в тени». Ключевым моментом (способом) в методике официальной статистики является опрос собственников ИСР для оценки: стоимости проживания, количества туристов в расчете на 1 домохозяйство, количества домохозяйств, сдающих помещения для временного размещения туристам. Поставьте себя на место «теневика» или «самозанятого» физлица, которому интервьюэр задает вопрос: «Сколько стоило проживание туристов?» Или: «Сколько туристов вы приняли в этом году?» Что вы ответите? На ум приходят только юмористические ответы, но никак не точное число туристов и стоимость проживания.

Поэтому, несмотря ни на какие суммы выделяемых средств из бюджета на исследования Краснодарстата и его подрядных организаций (СГУ, Фонд развития и поддержки молодёжи «Кадровый резерв»), проводимые в силу особенностей появления и выделения средств из бюджета края на научные исследования, как правило, в конце осени или в декабре (в аккурат перед окончанием финансового года), когда и отдыхающих-то уже нет на курорте, результат вряд ли будет достоверным.

Для специалистов, исследователей в сфере туризма вышеизложенное не является открытием, в отличие, наверное, сотрудников Краснодарстата (естественным образом заинтересованных в таких исследованиях). Несомненно, что более эффективно могут быть использованы спутниковые счетчики для расчета объемов услуг туристского сектора, но такое исследование:

– при использовании данных официальной статистики о деятельности различных отраслей экономики также может дать результаты, далекие от истины;

– не дает ответа на вопрос о величине туристского потока;

– весьма затратно, в связи с чем требуется проведение дополнительных исследований и даже в развитых странах постоянно совершенствуется для снижения ошибок и стоимости исследования уже на протяжении 30–40 лет [Новиков, 2007].

Об этом мы много писали и пытались найти альтернативные и малозатратные более простые методы учета туристского потока. В 2011 г. нами был выполнен Госконтракт (заказчик – Министерство курортов и туризма Краснодарского края) на проведение методологического исследования в сфере туризма «Исследование курортных территорий Краснодарского края с целью разработки и апробации методики определения численности отдыхающих на муниципальном уровне». [Максимов, Евстафьев, 2012; Максимов, Ткачева, 2011; Никулина, 2011]. *В основу исследования была положена гипотеза о том, что количество наличного населения коррелирует с потреблением товаров, услуг в пределах данной туристской локации.*

При разработке методики учитывались не только показатели туристского учета и потребления, но и данные основных отраслей экономики по месяцам, в разрезе исследуемых городов и районов края, в динамике (2008–2011 гг.) которые в сложных современных условиях сбора статистической информации обеспечивают более высокую точность расчетов, и более низкую стоимость проведения исследований, чем ранее используемые методики.

Хотелось бы особо отметить «помощь» Краснодарстата, когда за плату нами была приобретена заведомо некачественная и некорректная информация: вместо информации поквартально о потреблении услуг ЖКХ (отдельно за каждый из четырех кварталов) Краевой комитет статистики предоставил данные о потреблении услуг за I, II, III кварталы, а за IV квартал не предоставил (почему-то данные за 4 квартал – итоговый квартал в году – не собирались до 2011 г., по объяснениям Краснодарстата). По крайней мере, это выглядит странно.

Возникает еще один вопрос: для чего существует этот орган, если даже за плату не может предоставить информацию, не говоря о её достоверности?

Исследования в сфере туризма с использованием метода анкетирования туристов в части их расходов показали, что направления трат туристов затрагивают следующие отрасли экономики региона: собственно средства размещения, общественное питание, розничную торговлю, транспорт, связь. С другой стороны, экспертные опросы, анкетирование предприятий туристского комплекса, а также сопутствующих отраслей показали, что туристы генерируют в сезон около 50% оборота розничной торговли, 90% оборота общественного питания, железнодорожного и авиатранспорта, значительную часть (от 25% до 50%) выручки предприятий ЖКХ (вывоз ТБО, водоснабжение и водоотведение, электроснабжение, газораспределение), пассажирского общественного транспорта. В то же время, исследователи и эксперты отмечают, что в ряде вышеперечисленных отраслей велика доля теневого сектора: розничная торговля (50%), общественное питание (90%), общественный городской пассажирский транспорт (80%), собственно коллективные средства размещения (40%) [Максимов, Евстафьев, 2012].

Тем не менее, некоторые предприятия практически полностью отражают в отчетности свои доходы по ряду причин: частые уклонения потребителей от уплаты, что требует разрешения дел в судебном порядке, расхождения в показаниях счетчиков потребителей и поставщиков и проч. «Плюсом» для исследователей является и то, что эти предприятия являются практически монополистами по оказанию услуг в муниципалитетах (сбор данных предельно упрощен). К ним относятся: электрические сбытовые компании (хотя все чаще встречается собственная малая генерация, но её доля невелика), водоканал, газосбытовые или газотранспортирующие компании, предприятия по вывозу ТБО, операторы связи.

Таким образом, учитывая структуру расходов туристов, было предложено в качестве информационной базы исследования принять показатели выручки от реализации предприятий следующих секторов экономики: ЖКХ (водоснабжение,

электроснабжение, вывоз ТБО), общественный городской транспорт, розничная торговля и общепит, сотовые операторы, производство хлебобулочных изделий, в ряде районов из-за недостатка данных – газоснабжение. Для региона в целом можно воспользоваться также данными о пассажиропотоках на железнодорожном, автомобильном и авиатранспорте.

Нами были запрошены соответствующие сведения у муниципалитетов и Департаментов Администрации края. Причем из всех департаментов не предоставил данные только Комитет по информатизации и связи.

Была запрошена информация из ГИБДД о потоках автотранспорта по основным автодорогам и авариям в крае ежемесячно, но был получен отрицательный ответ, хотя камеры видеонаблюдения наверняка фиксируют величину потоков. Это – задача будущего.

Показатели функционирования вышеперечисленных предприятий обладают рядом характерных признаков, необходимых для принятия их к расчету – достоверность, адекватность, своевременность, удобство сбора и др.

В 2012 г. работа была продолжена, методика усовершенствована, апробирована и применялась в МО до 2015 г. [Максимов, Евстафьев, 2012; Максимов, Волкова, 2016]. В результате исследования были достигнуты следующие результаты:

1. Разработан и апробирован метод анализа нормированного остатка совокупного потребления наличного населения курортной территории (метод остатка) для оценки туристского потока на муниципальном уровне;

2. Разработан и апробирован метод агрегатно-индексного регрессионного анализа удельной величины совокупного потребления наличного населения курортной территории (метода регрессионного анализа) для оценки туристского потока на муниципальном уровне;

3. Разработан и апробирован метод распределения свойств стратометрически построенных (нерепрезентативных, но полных) выборок на генеральную совокупность статистических единиц – отдыхающих – (метод распределения) для оценки туристского потока на муниципальном уровне;

4. Адаптирован и апробирован метод согласования расчетов, полученных в результате применения различных методов оценки туристского потока на муниципальном уровне.

Наиболее точным методом, в том числе и по опросам экспертов, является тот, в котором используются – в качестве исходных – данные о перемещении абонентов сотовой сети. Как было отмечено выше, работа в этом направлении была начата еще в 2011 г., когда Министерство курортов и туризма Краснодарского края сделало запросы в сотовые компании, Комитет по информатизации и связи Краснодарского края с просьбой предоставить информацию о роумерах, прибывающих в Краснодарский край.

Но исследование остановилось в связи с нежеланием сотовых операторов предоставлять информацию бесплатно. Наша же задача состояла тогда, как и сегодня, в оперативном сборе бесплатной легко предоставляемой информации. Дело сдвинулось с «мертвой точки» только во второй половине 2015 г., когда удалось договориться с ведущими сотовыми операторами (за исключением «Вымпелкома») о предоставлении бесплатной ежемесячной информации по роумерам, прибывающим в Краснодарский край.

То, что мы находимся на правильном пути, подтверждает сравнение данных о сезонности туристского потока в Краснодарском крае (точнее, потока роумеров), рассчитанное различными способами в (Рис. 1).

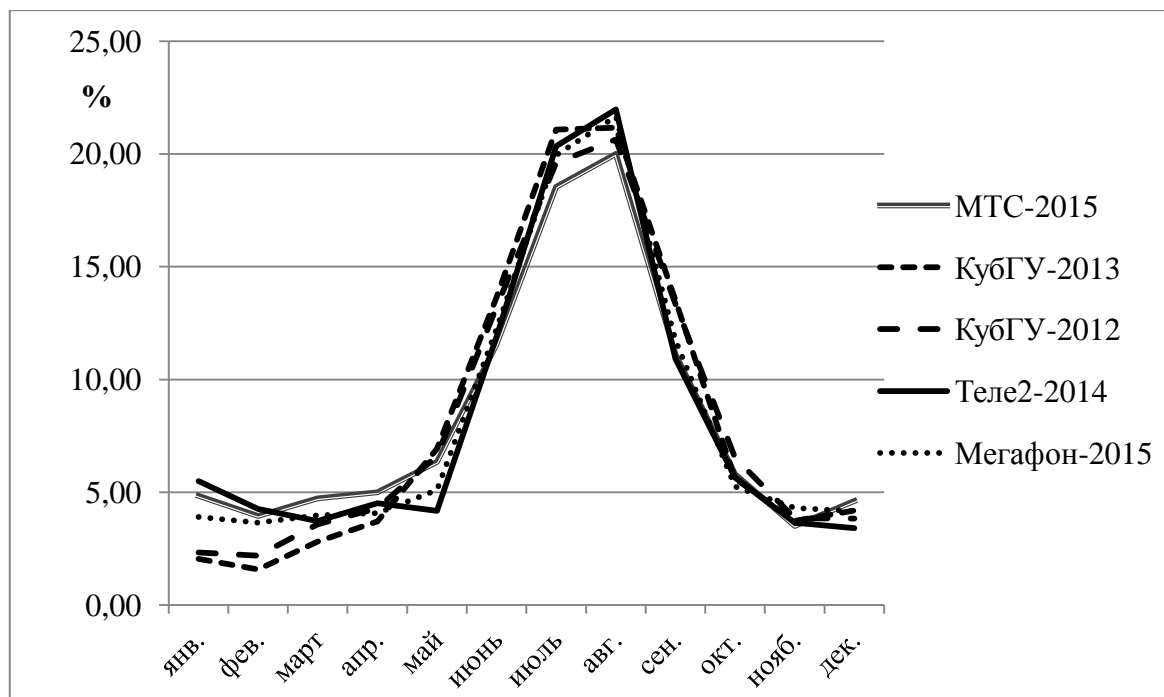


Рисунок 1 – Индекс сезонности потока посетителей в Краснодарский край по различным источникам в 2012-2015 гг.,% (сост. авторами)

Как видно, индекс сезонности во всех вариантах практически совпадает, несмотря на принципиально различные методики расчета и за разные годы. На графике линии индекса сезонности «КубГУ-2013» и «КубГУ-2012» были построены на основании расчетов по альтернативной методике (совмещение методов «нормированного остатка», регрессии и «распределения»), разработанной сотрудниками кафедры международного туризма и менеджмента Кубанского госуниверситета в 2011–2012 гг. (описанной выше). Индексы сезонности «МТС-2015», «Теле2-2014» и «Мегафон-2015» рассчитаны по данным, предоставленным соответствующими сотовыми операторами в 2015 и 2014 гг. [Кузнецов и др., 2016].

Удивительно, но парные коэффициенты корреляции между этими индексами сезонности варьируют в промежутке от 0,967 до 0,992, что подтверждает достоверность разработанной нами малозатратной методики в 2011–2012 гг.

Сотовые компании и сегодня предоставляют информацию в целом по краю. Возможно предоставление информации и в разрезе муниципалитетов, но здесь необходимы или административный ресурс на федеральном уровне, или деньги (о которых пока не упоминаем). Тем не менее, весьма ценная

помесячная информация о роумерах в Краснодарском крае позволяет оценить величину туристского потока независимо от Краснодарстата [Кузнецов и др., 2016]. Кроме того, она менее громоздкая и более удобная (данные приходят фактически из одного источника), чем разработанная нами ранее [Максимов, Евстафьев, 2012].

При этом надо учесть, что среди роумеров (посетителей края) есть не только туристы, но и граждане, посещающие край с целью исполнения своих должностных обязанностей. С одной стороны – это «плюс» для нас, так как позволяет «увидеть» всех посетителей края, т.к. они также, как туристы (только может в меньшей степени) являются потребителями услуг средств размещения, общественного питания, торговой сети, туристских объектов. Их Краснодарстат вообще не учитывает (!), тем более ежемесячно.

С другой стороны – это проблема, т.к. желательно выделить из всех посетителей «настоящих» туристов. Мы говорим «желательно», т.к. лично для нас намного важнее весь поток посетителей, приносящих доход нашему региону. Но эта проблема решается очень просто при применении способа опроса посетителей Краснодарского края с целью выявления доли туристов в общем объеме потока посетителей (вот это скрывать посетителям нет никакого смысла). Опрос ИСР методике исключается.

Таким образом, нами была разработана следующая последовательность действий (этапы и способы) для определения, сколько посетителей, туристов, наличных туристов приезжает и находится в Краснодарском крае ежемесячно? Для этого от сотового оператора нужен всего лишь один показатель - количество роумеров сотового оператора в Краснодарском крае (или другом регионе). Лучше, чтобы его дали как минимум 2 оператора, чтобы можно было сопоставить расчетные показатели между собой во избежание ошибок и повышения точности результатов исследования.

1 шаг. Получаем сведения по МО (либо в целом по региону – краю) о количестве роумеров данного оператора в месяц – Ч_{роумСАб} (ПАО «Мегафон» предоставило цифру 1 387 тыс. чел. в 2015 г.).

Далее приведены цифры конкретного исследования в 2016 г.

2 шаг. Проводим ежемесячно опрос в курортных локациях и транспортных узлах, выясняя:

– долю абонентов-роумеров выбранного сотового оператора (Мегафон) среди всех роумеров сотовой сети, имеющих на *отдыхе* в крае включенные СИМ-карты родного региона ($D_{\text{роумСО}}$) – 14,8%;

– долю туристов в посетителях-роумерах ($D_{\text{тур в роум}}$) – 69,3%;

– долю роумеров в посетителях ($D_{\text{роум в пос}}$) – 54,0%;

– долю роумеров-туристов в туристах ($D_{\text{роум-тур в тур}}$) – 50,5%.

Достоверность результата 68,3% с предельной ошибкой 1% предусматривала ежемесячный опрос 1260 респондентов.

3 шаг. Рассчитываем общую численность посетителей-роумеров ($Ч_{\text{пос-роум}}$) по формуле:

$$Ч_{\text{пос-роум}} = (Ч_{\text{роумСАб}} * 100\%) / D_{\text{роумСО}} = 1387 * 100 / 14,8 = 9349 \text{ (тыс. чел.)}$$

При этом представители всех сотовых операторов (что подтверждают полевые исследования – опросы туристов) утверждают, что на 1 человека (включая детей) приходится практически 1 СИМ-карта (любых операторов). Поэтому поправочный коэффициент равен сегодня 0,987, что практически равно «1». Если число СИМ-карт в расчете на 1 человека изменится, то необходимо будет для расчета величин турпотока и посетителей вводить в формулу поправочный коэффициент.

4 шаг. Рассчитываем численность туристов-роумеров ($Ч_{\text{тур-роум}}$), учитывая, что доля туристов в посетителях-роумерах составила 69,3%:

$$Ч_{\text{тур-роум}} = Ч_{\text{пос роум}} * D_{\text{тур в роум}} = 9\,349 * 0,693 = 6\,479 \text{ (тыс. чел.)}$$

5 шаг. Рассчитываем численность туристов всего, включая местных ($Ч_{\text{тур}}$) через долю роумеров-туристов в численности туристов:

$$Ч_{\text{тур}} = Ч_{\text{тур-роум}} / D_{\text{роум-тур в тур}} = 6\,479 / 0,505 = 12\,829 \text{ (тыс. чел.)}$$

6 шаг. Зная среднюю продолжительность пребывания на курорте, можно рассчитать численность наличных туристов в данном периоде, находящихся конкретно в данном месте (МО, регионе):

$$Ч_{\text{нал тур}} = Ч_{\text{общ тур}} * С_{\text{преб}} / П$$

где П – период (30, 90, 180, 270, 360 дней).

Данная формула применяется отдельно для местных и приезжих туристов, т.к. сроки пребывания у них разные: у роумеров – 13–14 дней, у местных – 3–4 дня. Хотя можно рассчитать и в среднем по всем туристам. В 2015 г. средний срок пребывания туриста на курортах Краснодарского края составлял 6,1 суток. Тогда по нашему примеру, численность наличных туристов ($Ч_{\text{нал тур}}$) в среднем по году составит:

$$Ч_{\text{нал тур}} = 12\,829 * 6,1 / 365 = 214,4 \text{ тыс. чел.}$$

Шаг 7. Доля роумеров в посетителях (сменивших место постоянного проживания с целью как отдыха, так и работы) составила по результатам опроса 54%, поэтому рассчитаем численность всех посетителей ($Ч_{\text{общ пос}}$):

$$Ч_{\text{общ пос}} = Ч_{\text{пос роум}} / Д_{\text{роум в пос}} = 9\,449 / 0,54 = 17\,313 \text{ (тыс.чел.)}$$

Шаг 8. Завершая исследование, рассчитаем численность наличных посетителей Краснодарского края, роумеров и местных жителей ($Ч_{\text{нал пос}}$) аналогично численности наличных туристов:

$$Ч_{\text{нал пос}} = Ч_{\text{общ пос}} * С_{\text{преб}} / П$$

где П - период (30, 90, 180, 270, 360 дней).

$$Ч_{\text{нал пос}} = 17\,312 * 6,1 / 365 = 289,3 \text{ тыс.чел.}$$

Результаты проведенного исследования представлены в таблице 1.

Рассчитанная нами величина туристского потока (12,8 млн чел.) немного ниже данных Краснодарстата (15,0 млн.чел.), но она могла бы быть любой (в том числе и совпасть), т.к. методы расчета совершенно разные. При этом заметим, что численность прибывших в край составила 17,3 млн чел.

Таблица 1 – Расчет численности туристов и посетителей Краснодарского края в 2015 г. по данным о количестве роумеров ПАО «Мегафон» (сост. авторами)

Показатели	Значения
Количество роумеров Мегафона, посетивших Краснодарский край, СИМ-карт	1 386 880
Доля роумеров Мегафона среди всех СИМ-карт, %	14,8
Численность посетителей-роумеров всех операторов, чел.	9 348 971
Доля туристов в посетителях-роумерах, %	69,3
Численность туристов-роумеров, чел.	6 478 837
Доля роумеров-туристов в туристах, %	50,5
Численность туристов всего, чел.	12 829 380
Средний срок пребывания, сут.	6,1
Количество наличных туристов, чел.	214 409
Доля роумеров в посетителях, %	54,0
Численность посетителей всего, чел.	17 312 909
Численность наличных посетителей, чел.	289 339

Такой расчет может проводится ежемесячно, что позволяет более глубоко изучить сезонные колебания в разрезе как муниципалитетов, так и всего региона в целом (Табл. 2). Кроме того, зная, из какого региона и сколько прибыло туристов-роумеров, можно выявить долю туристов, приезжающих на курорты края и отслеживать динамику увеличения или ухудшения ситуации по каждому региону-донору туристов.

Таблица 2 – Расчет месячной численности туристов, посетивших Краснодарский край в 2015 г. (по данным о роумерах ПАО «Мегафон»)

Месяцы	Сезонность	Численность роумеров Мегафон, тыс.чел.	Численность посетителей-роумеров, тыс.чел.	Доля туристов в посетителях-роумерах	Численность туристов-роумеров, всего, тыс.чел.	Доля местных туристов в общей численности туристов, %	Численность туристов всего, тыс.чел.
01	3,9	54,2	365,1	0,7	255,6	0,60	639,0
02	3,6	50,6	340,9	0,3	102,3	0,70	340,9
03	4,0	55,1	371,4	0,4	148,5	0,63	400,4
04	4,1	56,6	381,5	0,5	190,7	0,60	476,8
05	5,1	70,6	476,0	0,6	263,2	0,52	548,4
06	12,2	169,7	1143,7	0,7	834,9	0,41	1415,0
07	20,0	276,7	1865,1	0,8	1548,1	0,39	2537,8
08	21,7	300,4	2025,1	0,8	1680,8	0,40	2801,4
09	11,7	162,9	1097,8	0,8	834,3	0,52	1738,2
10	5,3	72,8	491,0	0,5	265,2	0,63	716,6
11	4,3	59,7	402,8	0,4	161,1	0,72	567,1
12	4,2	57,7	388,6	0,5	194,3	0,70	647,7
Итого	100,0	1386,9	9349,0	0,59	6478,8	0,50	12829,4

Надеемся, что в будущем при введении системы национальных счетов (СНС) и вспомогательных счетов туризма (ВСТ) ситуация изменится в лучшую сторону и можно будет понять, какой метод достовернее. Тем не менее, нынешнее исследование позволит в будущем создать один из максимально точных и малозатратных методов учета туристского потока, решающий проблемы современных методов.

Список использованных источников

1. Котова А.С., Максимов Д.В. Влияние туризма на экономику региона (на примере Краснодарского края) / Вестн. научного общества геогр. ф-та: матер. молодежн. научно-практ. конф. Краснодар, 2016.

2. Кошутина А.А., Максимов Д.В., Антошкина В.В., Фоменко Е.В. Сателлитные счета в туризме / Курортно-

рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. II Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2014.

3. *Кузнецов И.К., Куделя Е.В., Максимов Д.В.* Оценка туристского потока Краснодарского края путем учета абонентов сотовой сети / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Междунар. науч.-практ. конф. 2016.

4. *Максимов Д.В., Евстафьев А.И.* Методы малозатратной оценки величины туристского потока на региональном и местном уровне: монография / LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2012.

5. *Максимов Д.В., Волкова Т.А., Миненкова В.В., Кошутина А.А.* Малозатратные методы определения численности туристов / Россия-Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конфер. Самара, 2016.

6. *Максимов Д.В., Ткачева И.С., Рябошапко В.П., Дегтярева А.В.* Пути совершенствования статистического учета в туризме / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Всеросс. науч.-практ. конфер. Краснодар, 2011.

7. *Никулина В.В., Мкртчян Ж.М., Максимов Д.В.* К вопросу совершенствования методов статистического учета в туризме / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Всеросс. науч.-практ. конф. Краснодар, 2011.

8. *Новиков В.С.* Инновации в туризме. М., 2007. URL: <http://economy-lib.com/>.

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В САНАТОРНО-КУРОРТНУЮ И ТУРИСТСКУЮ СФЕРУ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

*Д.В. Максимов, В.В. Миненкова,
А.А. Филобок*

Summary: The article deals with the territorial differentiation of investment in tourism, regions with different sizes of investments in fixed assets defined, including the hospitality industry. The connection between the investments and the development of the hotel industry is determined, in particular with the load on the collective accommodation facilities.

Key words: investment, territorial differentiation, the load on the collective accommodation facilities, the appropriateness and effectiveness of investments.

Материалы подготовлены в рамках гранта РФФИ и администрации Краснодарского края № 16-12-23006 а(р).

Самый большой объем инвестиций в санаторно-курортную и туристскую сферу Краснодарского края (СКТС КК) был отмечен в преолимпийский (2013 г.) и олимпийский (2014 г.) периоды (51,5 млрд руб. и 54,6 млрд руб. соответственно). Но и до этого с 2003 г., особенно после того, как Сочи стал олимпийской столицей (2007, Гондурас), поток инвестиций увеличивался в среднем на 47% в год, за исключением 2012 г., когда их объем резко сократился до 12,7 млрд руб.

Однако после проведения Олимпийских игр, как правило, всегда отмечается «период затишья» в регионе, когда инвестиционные процессы приходят в преолимпийское состояние: Краснодарский край не стал исключением, и в 2015 г. сумма инвестиций в СКТС края составила 5,2 млрд руб. (чуть менее уровня 2006 г. – 5,6 млрд руб.). Подобное падение прогнозировалось, но с учетом инфляции ожидалось, что оно составит 6,5-7,0 млрд руб. К сожалению, здесь сказался неучтенный фактор – политика западных стран в отношении

России, что и привело к падению инвестиций в сопоставимых ценах на уровень 2003-2004 гг. (1,1 млрд руб. в ценах 2001 г.)

Но не во всех секторах СКТС произошли равновеликие ухудшения, что раскрывает таблица 1.

Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие сферы туризма и отдыха Краснодарского края в 2011–2015 гг., млн руб. [Курортно-туристический комплекс..., 2016]

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	Прирост 2015 к 2014,%
Деятельность санаторно-курортных учреждений, гостиниц и прочих мест для временного проживания	20216	12724	51532	54605	5220	-90,4
из них:						
санаторно-курортных учреждений	8790	7354	7816	3180	2232	-29,8
гостиниц	6494	849	40753	50688	1112	-97,8
<i>пансионатов и домов отдыха</i>	<i>4161</i>	<i>771</i>	<i>2855</i>	<i>704</i>	<i>1186</i>	<i>68,5</i>
Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	73883	106243	121805	40152	19965	-50,3

Как видно из таблицы 1, наибольшее падение инвестиций произошло в секторе гостиничного бизнеса (почти в 46 раз), менее серьезное произошло в санаторно-курортных учреждениях (30%) и организациях отдыха (50%). Противоположную тенденцию показали пансионаты и дома отдыха, которые в 2015 г. получили почти на 70% больше инвестиций, чем в 2014 г.

В 2016 г. ситуация в инвестиционной сфере СКТС КК согласно Государственной программе Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» должна была бы еще более ухудшиться: сумма инвестиций в программе снижается до 1 млрд руб., что в ценах 2001 г.

составляет порядка 180 млн руб. Обусловлен этот прогноз был, конечно, продолжающимся режимом ограничительных мер, введенных США и их европейскими сателлитами. В дальнейшем прогнозируется рост, связанный, по-видимому, с отменой санкций, причем с «накопленным эффектом» (если можно так сказать): в 2017 г. сразу до 9,6 млрд руб. Однако уже в 2016 г. реальная сумма инвестиций по оценке экспертов достигнет 9 млрд руб. (за 9 мес. 2016 г. она составила 7,4 млрд руб.) [Государственная программа..., 2015]

Но будет ли рост в будущем? Необходимо отметить, что инвестиционная активность зависит от многих факторов, из которых одним важнейших является социально-политическая стабильность. Жители Краснодарского края, научное сообщество, сотрудники органов власти и управления привыкли к тому, что регион постоянно находится на верхних строках различных рейтингов. Но именно здесь и проявляются проблемы, и если ранее они возникали в виде единичных случаев (как, например, африканская чума на свинофермах Краснодарского края, что говорило о высоких рисках инвестирования в животноводческий комплекс), то сегодня налицо системный кризис стабильности: край занял 70 место (из 83 регионов страны) в рейтинге социально-политической устойчивости субъектов РФ за январь 2017 г., который представили эксперты Фонда «Петербургская политика». Согласно выводам исследователей, Краснодарский край с показателем 4,9 баллов оказался на последнем месте по социально-политической устойчивости среди регионов, входящих в состав ЮФО.

Помимо многих коррупционных скандалов с участием кубанских чиновников, в число негативных событий эксперты включили проблемы финансирования спортивных клубов, выявление вируса птичьего гриппа в ряде районов Кубани, голодовку дольщиков ЖК «Анит-Сочи» перед зданием краевой администрации в Краснодаре.

К негативным моментам составители рейтинга отнесли также то, что портал kartoteka.ru (ИД «Коммерсант») включил регион в ТОП-10 регионов по максимальному числу банкротства компаний, имеющих государственные контракты, и в ТОП-10

регионов по максимальному числу миграции компаний в 2016 г. [Кубань замкнула..., 2016].

По сути это означает то, что бизнес-сообщество с настороженностью (опаской) относится к сотрудничеству с краевыми властями (стабильно бизнес развивается у структур, близких к власти). В дальнейшем это скажется (скорее, уже сказалось) на инвестиционной привлекательности Кубани, о чем уже писалось ранее [Максимов, Миненкова, 2016]. Однако проблемы во взаимоотношениях власти и бизнеса начались намного раньше, что подтверждает понижение места Краснодарского края в рейтинге Санкт-Петербургского Фонда в декабре 2016 г. [Кубань замкнула..., 2016].

На сегодняшний день в Единую систему инвестиционных предложений Краснодарского края (далее – Единая система) включено 73 инвестиционных проекта на общую сумму 60,85 млрд. руб. с целью поиска инвесторов либо со-инвесторов на территории муниципальных образований.

Но в связи с тем, что по объективным причинам далеко не все проекты «сбываются», необходимо выделить наиболее реальные. Такую оценку провели сотрудники консалтинговых фирм Ernst & Young и LC-AV. По их мнению, только 9 крупных проектов в сфере СКТС КК на общую сумму более 20 млрд руб. могут быть реализованы с большой долей вероятности, что составляет треть инвестиционных предложений [Стратегия..., 2016]. Но и они зависят в первую очередь от позиции и возможностей государства, которое должно обеспечить инфраструктурными объектами туристско-рекреационный кластер «Абрау-Утриш», горноклиматический курорт Лагонаки в Апшеронском районе.

Так, впервые за последние годы на строительство объектов инженерной инфраструктуры в край было привлечено почти 500 млн руб. из федерального бюджета в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». В 2013–2015 г. было построено новое гидротехническое сооружение в селе Мысхако (которое будет использовано как пляжная территория), начали реализовываться проекты по строительству напорного канализационного

коллектора по Пионерскому проспекту, по строительству водовода в п. Джемете до автодороги Анапа-Керчь.

Но если в 2013 г. все работы по созданию инфраструктуры были профинансированы государством (федеральным центром и краем) полностью, то в 2014 г. - на 97%, в 2015 г. – уже на 16%, на 1 июля 2016 г. средств выделено не было.

Одновременно за счет средств внебюджетных источников, создаются объекты туристкой инфраструктуры. По состоянию на 1 июля 2016 года бизнес вложил более 794 млн руб. (из 1 724 млн руб.). Естественно, что его динамику ограничивают сроки и объемы государственных обязательств [Инвестиционный портал..., 2016].

Инвестиции по территории Краснодарского края распределяются неравномерно (Рис. 1).

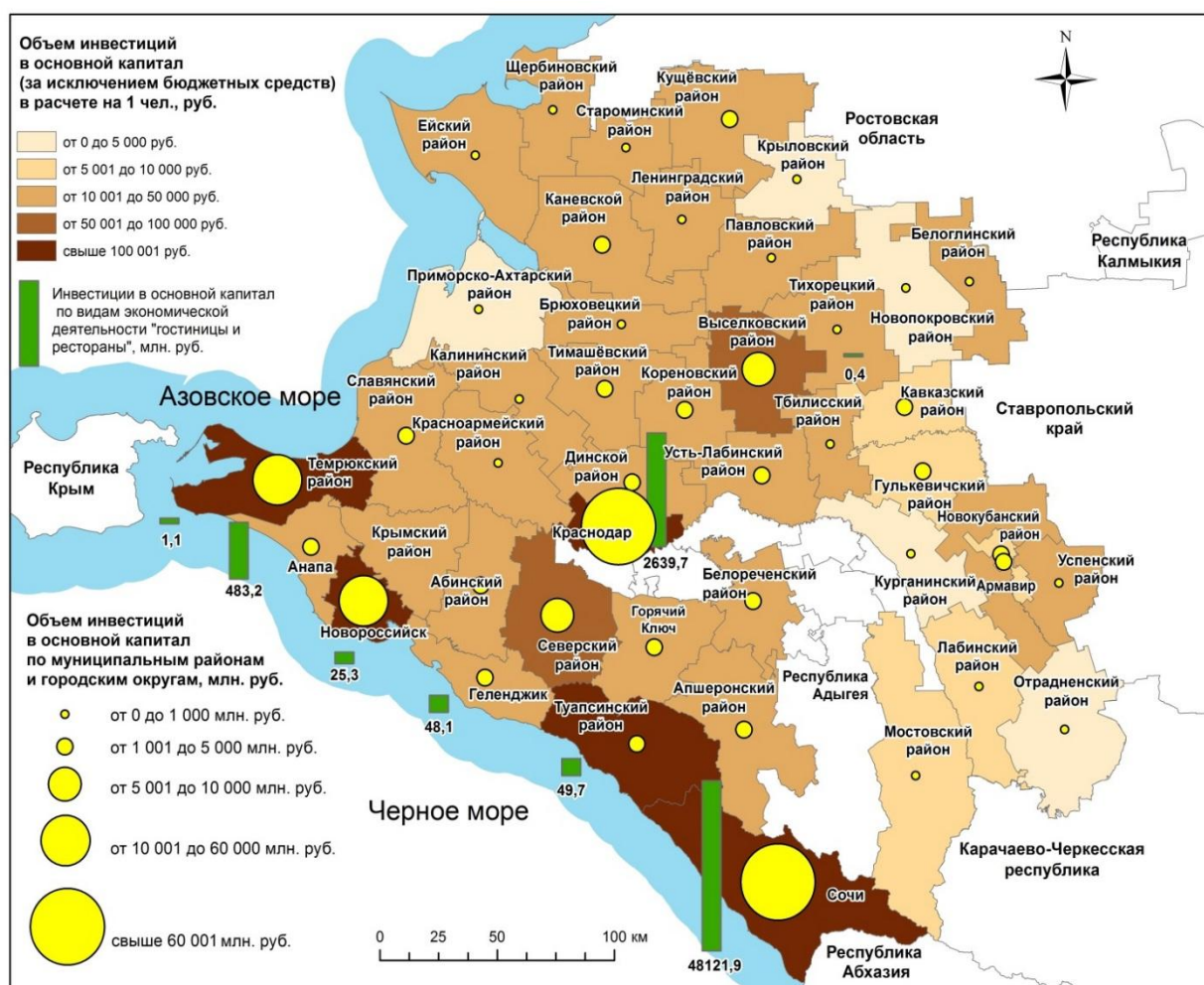


Рисунок 1 – Инвестиции в основной капитал по МО Краснодарского края в 2014 г. (без субъектов малого бизнеса) [Краснодарский край..., 2016]

Следует отметить, что данные Краснодарстата не отражают в полной мере реальное положение дел, т.к. предприниматели в сфере малого бизнеса вкладывают достаточно большие средства в развитие индустрии гостеприимства, но в подавляющем большинстве не становятся на учет в налоговой инспекции, Краснодарстате, что не позволяет собрать полную информацию об их деятельности.

Тем не менее, наиболее привлекательные муниципалитеты, т.н. «точки роста» гостиничного и ресторанного бизнеса, видны: это причерноморские МО и краевой центр (в первую очередь Сочи, Краснодар и Анапа, на которые пришлось почти 100% инвестиций).

Если обратиться к инвестиционным предложениям (актуальным на февраль 2017 г.), то сложится следующая картина (таблица 2) их распределения по МО Краснодарского края: наиболее «увесистые инвестиции» предлагают осуществить МО горно-предгорной зоны (39% от всего предложения), причерноморской зоны (43%). Значительно менее привлекательны МО Приазовья (почти 7%), хотя инвестиции в сферу туризма Темрюкского района (2,79 млрд руб.) вполне сопоставимы с Краснодаром (2,82 млрд руб.), Геленджиком (3,60 млрд руб.) и Сочи (3,64 млрд руб.). Таким образом, в «профильные туристские» МО предлагается осуществить почти 90% краевого объема инвестиций в СКТС КК, хотя развитию туризма уделяется серьезное внимание почти во всех районах края.

Часть этих проектов, как уже отмечалось, начала осуществляться (Абрау-Утриш, Лаго-Наки), но со значительным отставанием в сроках.

Важно отметить также межотраслевой характер туристской сферы: в таблице 2 представлены предложения не только по СКТС, но и отраженные в других секторах (потребительский рынок, социальная сфера, транспорт), по своей сути имеющие туристскую направленность (стадионы, музеи, торгово-развлекательные центры и проч.). На долю таких проектов приходится более 15% инвестиционных предложений.

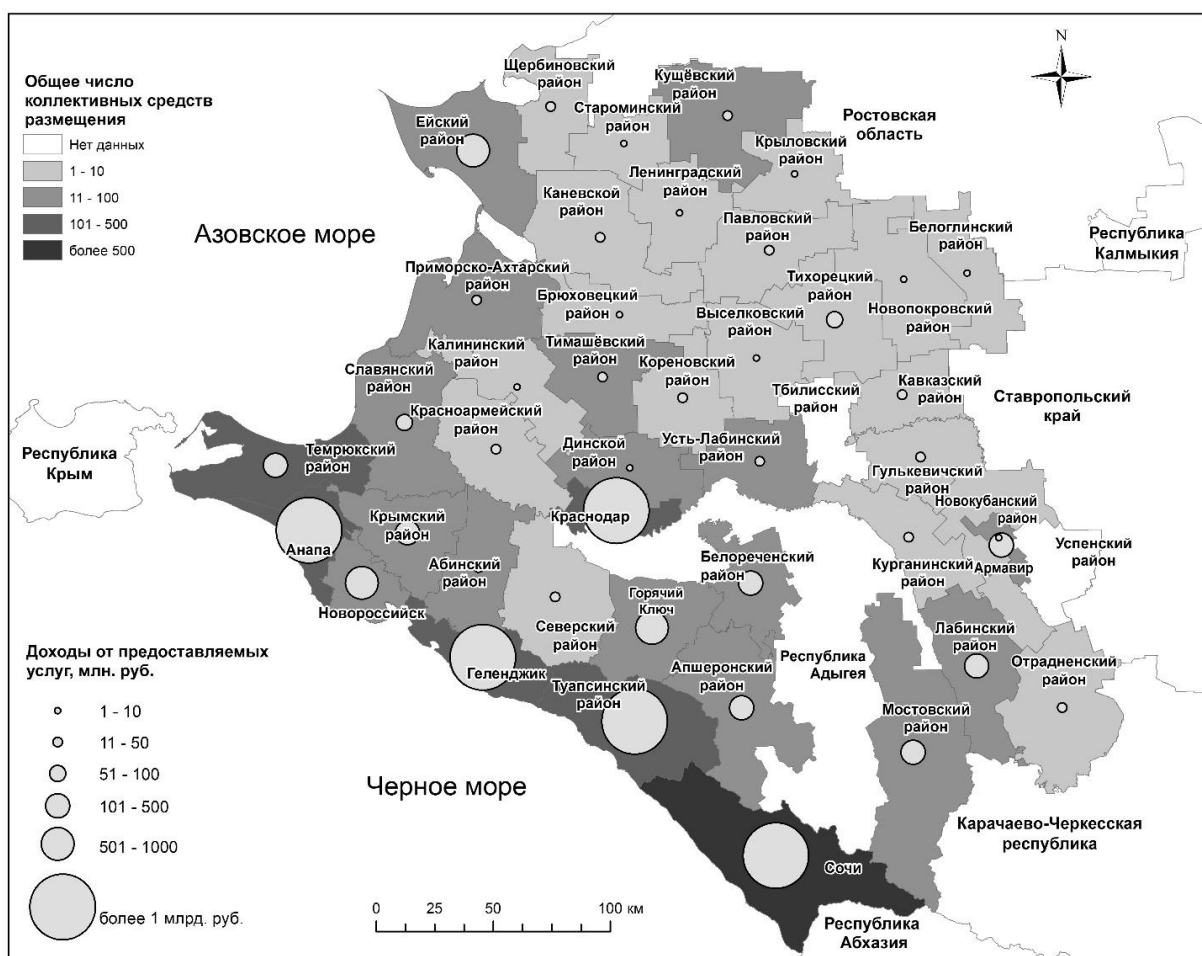
Таблица 2 – Инвестиционные предложения в СКТС муниципалитетов Краснодарского края на 15.02.2017 г. [Инвестиционный портал..., 2016]

МО	Проекты ТиСКК	Проекты потреб. и соц.сферы	Транспорт	Итого
<i>Апшеронский район</i>	16000,0			16000,0
<i>Туапсинский р-н</i>	7577,8		58,7	7636,5
<i>Анапа</i>	6253,2	280		6533,2
<i>Город Горячий Ключ</i>	5519,1	545,3		6064,4
<i>Город Новороссийск</i>	528,2	4317,4		4845,6
<i>Сочи</i>	3640,0			3640,0
<i>Город-курорт Геленджик</i>	3553,6	50,46		3604,1
<i>Краснодар</i>	1949,2	869,46		2818,7
<i>Темрюкский район</i>	2100,2	693,52		2793,7
<i>Северский район</i>	1000,5			1000,5
Город Армавир	562,0		387	949,0
<i>Приморско-Ахтарский район</i>	748,0			748,0
Тбилисский район	297,9	217,77		515,7
Белоглинский район	152,7	250,48		403,2
Усть-Лабинский район	146,0	237,54		383,5
<i>Славянский район</i>	220,0	110,6		330,6
Куцевский район		322,62		322,6
Выселковский район		287,78		287,8
<i>Абинский район</i>	56,1	220,21		276,3
<i>Мостовский район</i>	201,6			201,6
<i>Ейский район</i>	186,1			186,1
Лабинский район	152,9			152,9
Белореченский район		146,6		146,6
Тимашевский район		131,91		131,9
Красноармейский район		122,78		122,8
Калининский район	111,5			111,5
<i>Щербиновский район</i>	110,9			110,9
Новокубанский район	104,2			104,2
Курганинский район	102,9			102,9
Кореновский район	101,5			101,5
<i>Крымский район</i>	60,1			60,1
Ленинградский район		59,01		59,0
Отраденский район	54,1			54,1
Павловский район		51,2		51,2
Итого	51490,2	8914,6	445,7	60850,5

*Курсивом выделены туристские МО

Одновременно с исследованием территориальной дифференциации инвестиций в СКТС, представляется весьма значимым анализ их целесообразности, от чего напрямую зависит и их эффективность.

Так, для территории Краснодарского края характерно крайне неравномерное распределение не только инвестиций в СКТС, но и субъектов СКСТ. Например, распределение гостиничных предприятий по территории Краснодарского края характеризуется концентрацией средств размещения в столице края (г. Краснодар), а также на линии Черноморского побережья. Этот факт отражают все показатели деятельности предприятий гостиничного хозяйства: количество средств размещения, номерной фонд, количество обслуженных лиц, доходы предприятий (Рис. 2).



объектов размещения в тех районах, где показатели нагрузки существенно ниже (в том числе районы Азово-Черноморского побережья).

Таким образом, складывается ситуация, когда с одной стороны, районы, имеющие повышенную нагрузку на средства размещения (Отраденский, Крыловский и другие восточные и северо-восточные районы края), имеют слаборазвитую гостиничную базу и при этом крайне малые объемы инвестиций в основной капитал (по виду экономической деятельности «Гостиницы, рестораны» инвестиций нет или они настолько малы, что по ним вовсе не ведется учет). С другой стороны, ярко выделяются районы азово-Черноморского побережья (за исключением Приморско-Ахтарского края), г. Краснодар, Северский район, в которых ситуация прямо противоположная: эти районы имеют развитую индустрию гостеприимства, высокие объемы инвестиций, в том числе в гостиничное хозяйство, однако нагрузка на средства размещения здесь существенно ниже, чем в первой группе районов.

Подводя итог можно отметить следующее. Изменение положения Краснодарского края в рейтингах социально-политической стабильности, трансформация внешних конъюнктурных рыночных факторов, связанных с историей проведения массовых мероприятий в крае, неминуемо приведут к изменению инвестиционного климата, инвестиционной привлекательности муниципальных образований края. В этой связи необходимы разработка и внедрение новых мер по оптимизации инвестиционной политики в туристско-рекреационном комплексе Краснодарского края, очевидна необходимость применения метода, направленного на формирование системы укрупненных и локальных инвестиционных проектов, которые должны быть ориентированы в первую очередь на целесообразность и связанную с ней напрямую эффективность инвестиций.

Список использованных источников

1. Государственная программа Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» (утв. Постановлением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 5 ноября 2015 г. №1007.
2. Инвестиционный портал Краснодарского края. URL: <http://investkuban.ru/invplosch>.
3. *Комаревцева Н.А., Кузякина М.В., Саакова Э.Г.* Территориальная дифференциация развития гостиничного комплекса Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Междунар. науч.-практич. конф. Краснодар, 2016.
4. Краснодарский край в цифрах. 2015.: стат. сб. Краснодар, 2016.
5. Кубань замкнула рейтинг социально-политической устойчивости регионов РФ. URL: <https://www.yuga.ru/news/411039>.
6. Курортно-туристский комплекс Краснодарского края. 2011–2015: стат. сб. Краснодар, 2016.
7. *Максимов Д.В., Миненкова В.В., Куделя Е.В., Цулая И.В.* Показатели интенсификации туристской деятельности в регионе / География и регион: матер. Междунар. науч.-практ. конфер. 2015.
8. *Максимов Д.В., Миненкова В.В., Лазовская С.В., Баранова А.О.* Что несет Краснодарскому краю инвестиционная стратегия региона? / Туризм в глубине России: сб. тр. IV Всеросс. науч. сем. Пермь, 2016.
9. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края. Паспорт комплекса «Развитие курортно-туристского комплекса», Консорциум Леонтьевский центр. СПб., 2016 г.

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ

*М.Л. Некрасова, И.А. Романова,
В.В. Анисимова, А.Ю. Баядян*

Summary: Researches in the field of the territorial organization of a tourist industry didn't lose the relevance over the last 50 years. However theoretical and methodological concepts of modern recreational geography shall consider changes in a social and economic, political and administrative system. Authors of this article represent the taxonomical model of territorial tourist and recreational system which is carrying out the main modern task. To create diversified tourist offers which to expand the tourist market of the Russian Federation.

Key words: territorial organization, tourist industry, recreational geography, taxonomical model, territorial tourist and recreational system, diversified tourist offers, tourist market.

В настоящее время проблема территориальной организации туристской отрасли, отраженная в теоретических исследованиях, не имеет четкости. Начало данных исследований можно отнести к 1970 году, когда было основано одно из наиболее динамично развивающихся направлений географической науки – рекреационная география [Веденин, 1982]. Одной из главных ее научных категорий является территориальная туристско-рекреационная система, которую рассматривали в своих работах В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов, Е.А. Котляров. Системный подход к изучению территориальных рекреационных систем отражен в работах В.С. Преображенского, В.И. Азара, А.Ю. Александровой, В.А. Квартальнова, И.В. Зорина, Е.А. Джанджугазовой. Концепция системного подхода представлена зарубежными авторами – М. Бочваровым, С. Смитом, Б. Влодарчиком.

Территориальная туристско-рекреационная система (ТТРС) является объектом исследования рекреационной географии уже более 50 лет. Первый этап ее исследования охватывает 1960-е гг. Базовым понятием для ТТРС было понятие «рекреационные системы» [Зорин, 1975].

Второй этап приходится на 1970–1980-е гг. В 1970-е гг. предметом изучения рекреационной географии становятся туристско-рекреационные системы (ТРС), о которой говорится в коллективной монографии «Теоретические основы рекреационной географии» [Веденин, 1982].

Третий этап – 1990-е гг. В своих исследованиях Т.В. Николаенко определяет ТРС как форму организации рекреационной деятельности на определенной территории [Николаенко, 2001].

Четвертый этап – начало XXI в. и настоящее время. На данном этапе появляется ряд работ, в которых отражается новое видение исследуемой проблемы. Современные работы посвящены ТТРС как одному из видов общественных геосистем. Предпринимаются попытки поменять понятие ТТРС на понятие других образований территориальной организации туризма – туристский кластер, туристская дестинация, свободные экономические зоны туристского типа и т.д.

Научные исследования на каждом из рассмотренных этапов разрабатывались независимо друг от друга, но объединены одной для всех функцией – максимальное удовлетворение потребительского спроса на туристский продукт конкретной территории. Ценность данных научных исследований высока. Разработанные теоретические и практические аспекты легли в основу комплексного подхода к решению поставленных перед современной туристской отраслью задач.

В условиях формирования рыночных отношений, актуальность современных исследований туристско-рекреационной деятельности обусловлена тем, что ТТРС формировалась еще во времена плановой экономики. Изменившаяся геополитическая ситуация повлияла на географию туристских потоков, принципы организации туристско-рекреационной деятельности. Данные системы строятся на взаимоотношениях субъектов рынка, что в туристско-рекреационной сфере проявляется как туристский спрос

со стороны потребителей и туристское предложение со стороны поставщиков туристского продукта.

Структура ТТРС постоянно усложняется. Набор элементов, входящих в ее структуру, зависит от характера туристско-рекреационной деятельности, этапа освоения и использования территориального пространства и стадии формирования ТТРС.

Методология изучения ТТРС тоже меняется и требует разработки. Процесс исследования включает поэтапное решение следующих задач: изучить свойства рекреационно-географического пространства и формы его существования на уровне физического лица, их групп и территориальной общности; провести географический анализ факторов, включая характеристику рекреационных потребностей, продуктовой ценности, мотивов поведения, культурных различий, эффективности рекреационной деятельности; выявить типы территориальных рекреационных систем и их влияние на социально-экономическое положение страны или региона.

Преимущества ТТРС как модели туристско-рекреационной деятельности позволяют проанализировать пространственные особенности организации рекреации и туризма и с научной точки зрения подойти к вопросу построения туристско-рекреационных районов и их анализа. ТТРС призвана решить ряд задач:

- 1) исследование структуры и свойств туристско-рекреационной территории с учетом дифференциации индивидуальных и групповых потребностей людей;
- 2) определение закономерностей формирования ТТРС;
- 3) рассмотрение условий и факторов формирования ТТРС;
- 4) нахождение методов для изучения свойств ТТРС и их изменение под воздействием условий и факторов;
- 5) изучение межсистемных интеграционных процессов, отражающих место ТТРС среди других территориальных общественных систем;
- 6) выбор механизмов влияния ТТРС на региональное развитие.

Опираясь на существующие теоретические исследования можно выделить четыре иерархических уровня ТТРС: мировой, национальный, региональный и локальный [Мажар, 2009]. Из них только региональный уровень формирования ТТРС исследован

более глубоко. С одной стороны, такие исследования подкреплены фактическим и статистическим материалом. С другой стороны, возможность осуществления мониторинга туристско-рекреационной деятельности. Результат изучения конкретных регионов отражается в разработанных отдельных проектах и целевых программах.

ТТРС имеет свою таксономическую систему. В реальной действительности все системы взаимосвязаны между собой. Это обусловило необходимость научной разработки таксономической лестницы ТТРС, которая состоит из совокупности самостоятельно функционирующих подсистем различных уровней, разной степени сложности и территориальной организации.

В пределах субъектов страны и крупных экономических районов объективно существуют отдельные территории, различающиеся по характеру природных условий, структуре и направлению хозяйства, особенностям исторического прошлого, перспективам дальнейшего развития. Обладая многими общими признаками, характерными для субъекта или крупного экономического района, в состав которого они входят, эти территории вместе с тем отличаются рядом специфических черт. Дополняя одна другую, они составляют единое целое – субъект или крупный экономический район.

В состав ТТРС субъекта входят единицы первого порядка (районные ТТРС), единицы второго порядка (рекреационные микрорайоны) и единицы третьего порядка (рекреационные учреждения и предприятия).

ТТРС субъекта – это сочетание районных ТТРС с разноотраслевой специализацией и различным уровнем хозяйственного развития. Границы такого комплекса совпадают с границами субъектов России.

В районные ТТРС входят локальные рекреационные микрорайоны с едиными обслуживающими объектами общерегионального значения и инфраструктурой. Эти комплексы объединяют территорию одного или нескольких рекреационных районов.

Рекреационный микрорайон – производственная единица, состоящая из группы рекреационных учреждений и комплексов вспомогательных и обслуживающих производств, с общим

поселком для расселения обслуживающего персонала, объектами инфраструктуры.

Территориальная структура ТТРС в целом представляет собой иерархически подчиненную лестницу, на верхней ступени которой находится ТТРС субъекта, включающая ТТРС районов и рекреационные микрорайоны. ТТРС субъекта может располагать почти всеми видами рекреационных отраслей. Однако степень их развития неодинакова. И причина кроется в значительных различиях условий и факторов формирования ТТРС. Для повышения эффективности использования туристско-рекреационного потенциала в регионах необходима организация взаимодействия в рамках туристско-рекреационных зон, границы которых не совпадают с границами субъектов РФ как туристско-рекреационных районов. Такими зонами и будут являться ТТРС.

Авторами данной статьи была предпринята попытка дополнить теоретические исследования в иерархической организации ТТРС. В таблице 1 представлена таксономическая система ТТРС.

Таблица 1 – Таксономическая система ТТРС (сост. авторами)

Единица первого порядка	Единица второго порядка	Единица третьего порядка	Единица четвертого порядка	Единицы пятого порядка
Территориальная туристско-рекреационная система (ТТРС)				
	Туристско-рекреационные макрорайоны (ТРМ)			
		Туристско-рекреационные районы (ТРР)		
			Туристская региональная интеграционная группировка (ТРИГ)	
				Туристская интеграционная зона (ТИЗ)

Как данная таксономическая система ТТРС работает непосредственно на территориальной плоскости можно увидеть в результатах исследований туристско-рекреационных территории России (это единицы первого, второго и третьего порядка). Единицы четвертого и пятого порядка исследованы на территории Краснодарского края, Республики Адыгеи и сопредельных

территорий. Алгоритм исследований и результаты представлены ниже.

Учитывая тот факт, что формирование ТТРС происходит в значительно различных условиях, факторов и ресурсного потенциала. По этой причине был проанализирован 214 показатель, составленных на основе экспертного мнения и статистических данных. Их можно классифицировать следующим образом:

1) факторы, характеризующие природно-ресурсный потенциал субъектов страны (включают блоки из 68 показателей);

2) факторы, характеризующие социально-экономический потенциал субъектов страны (блок из 107 показателей);

3) факторы, характеризующие курортно-рекреационный потенциал субъектов страны (39 показателей) [Некрасова, 2013].

Полученная база данных емкостью 214 показателей позволила использовать математико-статистические моделирование для выявления и анализа изменчивости их признаков, принадлежащих к различным категориям (социальным, экономическим, курортно-рекреационным, природным, историко-культурным и т.д.), а также изучить разнообразие территориальных образований как по отдельным, так и по возможным комплексным признакам. Многомерные математико-статистические методы, построенные на обработке количественных показателей условий и факторов комплексного проектирования ТТРС, позволяют подойти к разработке методических приемов рекреационного районирования. В результате выделены восемь ТТРС, которые могут представить свой конкурентоспособный единый туристский продукт на рынке внутреннего и въездного туризма. Восемь ТТРС включают в свой состав 21 туристско-рекреационный макрорайон и 85 туристско-рекреационных района. В качестве примера в таблице 2 приведена территориальная принадлежность ТТРС «Южная» [Некрасова, 2013].

Такая иерархия складывается с учетом следующих условий. ТТРС не являются изолированными, оторванными друг от друга территориями и существуют в пределах федеральных округов (туристско-рекреационные макрорайоны) и субъектов (туристско-рекреационные районы) страны.

Таблица 2 – Территориальные туристско-рекреационные системы, туристско-рекреационные макрорайоны и туристско-рекреационные районы на территории России с указанием их туристских специализаций (на примере ТТРС «Южная») (сост. авторами)

Территориальные туристско-рекреационные системы (ТТРС)	Туристско-рекреационные макрорайоны (ТРМ)	Туристско-рекреационные районы (ТРР)
ТТРС «Южная» Конкурентоспособные туристские специализации: – культурно-познавательная; – деловая; – экологическая; – научная; – событийная; – этнографическая; – рыболовная и охотничья; – паломническая; – оздоровительная; – активная (спортивная, экстремальная, горнолыжная, приключенческая, спелеологическая)	ТРМ «Горноморской»	Республика Адыгея Краснодарский край
	ТРМ «Бальнеологический»	Ставропольский край
	ТРМ «Крымский»	Республика Крым г.Севастополь

ТТРС различаются по характеру природных условий, структуре и направлению хозяйства, особенностям исторического прошлого, перспективам дальнейшего развития. Они обладают также многими общими признаками, характерными для субъекта или крупного экономического района, в состав которого они входят, однако им свойствен и ряд специфических черт. Но самая главная причина такого различия – вопрос управления ТТРС на государственном уровне. Согласно Федеральному закону, долгосрочной целевой программе и концепции развития туристской отрасли в стране, которая реализуется и финансируется через государственные структуры федеральных округов и их муниципальных образований, министерства и ведомства курируют туристскую отрасль в федеральных округах РФ и могут развивать подведомственные им туристско-рекреационные макрорайоны.

Предложенное туристско-рекреационное районирование территории России носит рекомендательный характер. Однако возникает вопрос о гибкости границ, созданных ТТРС и возможности перехода туристско-рекреационных макрорайонов и районов из одной в другую систему. Гибкость системы – одно из основных условий ведения конкурентоспособной борьбы на федеральном и международном туристском рынке. По этой причине группа авторов данной статьи исследовали данный вопрос глубже и определили таксономические единицы четвертого и пятого порядка. Результаты таких исследований представлены на примеры Краснодарского края.

Используя аналогичные многомерные математико-статистические методы для обработки комплексных показателей, было выделено шесть туристских региональных интеграционных группировок (ТРИГ) на территории Краснодарского края: Северо-Восточная; Восточная; Приазовская; Предгорная; Горная; Причерноморская [Баядян, 2015]. Состав интеграционных группировок приведен в таблице 3.

Выделенные ТРИГ Краснодарского края, доказывают, что туристский ресурс территории может быть многократно увеличен, благодаря приграничному сотрудничеству районов края и трансграничному сотрудничеству региона с соседями первого порядка.

Для вовлечения в активную туристскую инфраструктуру внутренних (не приморских) территорий Краснодарского края и территорий сопредельных регионов, необходимо развивать интеграционные процессы на границах ТРИГ. Такое трансграничное сотрудничество даст толчок развитию новых краевых курортов, которые сейчас известны только местному населению, что в свою очередь увеличит доходы от туризма в бюджеты районов и края в целом.

На основе дальнейшего анализа, на границах ТРИГ были выделены 12 трансграничных интеграционных зон (ТИЗ) – Восточно-Азовская, Краснодарско-Ростовская, Краснодарско-Ставропольская, Центральная, Юго-Восточная, Горно-Предгорная, Горно-Кавказская, Предгорно-Черноморская, Приазовско-Ростовская, Темрюкско-Анапская, Краснодарско-

Абхазская, Краснодарско-Крымская, которые представлены в таблице 4.

Таблица 3 – Состав туристских региональных интеграционных группировок Краснодарского края (сост. авторами)

Туристская региональная интеграционная группировка	Состав региональной группировки
<p>1. Северо-восточная – курортно-рекреационный потенциал территории отсутствует полностью или имеет очень слабое развитие. Возможными видами туризма могут являться сельский туризм, рыбалка, лечение и оздоровление, детский отдых, конный туризм, велотуризм, деловой туризм.</p>	<p>Гулькевичский район Кавказский район Тбилиский район Усть-Лабинский район Республика Адыгея (Шовгеновский район) Динской район Красноармейский район Калининский район Кореновский район Тимашевский район Брюховетский район Каневский район Староминский район Кушевский район Ленинградский район Крыловский район Павловский район Тихорецкий район Выселковский район Новопокровский район Белоглинский район г. Краснодар</p>
<p>2. Приазовская – отдых регионального и местного значения. Положение данных территорий можно определить, как «резервных» для районов края, и ряда глубинных территорий европейской территории России. Наибольшую долю во внутреннем туризме занимают лечебно-оздоровительный, пляжный, культурно-познавательный. Более быстрыми темпами развивается деловой туризм, яхтенный туризм, серфинг, кайтсерфинг, дайвинг, событийный и этнографический туризм. К самым доходным видам туризма относятся лечебно-оздоровительный и пляжный</p>	<p>Щербиновский район Ейский район Приморско-Ахтарский район Славянский район Темрюкский район</p>

Окончание табл. 3

Туристская региональная интеграционная группировка	Состав региональной группировки
<p>3. Восточная – относятся к группе условно пригодных для рекреации и туризма. В ближайшем будущем не будет освоена в курортно-рекреационном плане. Возможными видами туризма могут являться рыбалка, лечение и оздоровление, велотуризм, водный, пешеходный, конный, экскурсионный, сельский и этнографический туризм.</p>	<p>г. Армавир Успенский район Новокубанский район Курганский район</p>
<p>4. Горная – значительная часть районов данной группировки по уровню рекреационного освоения может достигнуть современного уровня причерноморской региональной группировки. Однако сохранится четко выраженный очаговый характер рекреационного освоения. Туристскими направлениями являются экологический туризм, туризм выходного дня, горный и пешеходный туризм, альпинизм, велотуризм, конный туризм.</p>	<p>Апшеронский район Мостовский район Лабинский район Отраденский район</p>
<p>5. Предгорная – формирующий рекреационный центр. Однако общее рекреационном пространстве слабо освоено. Туристскими направлениями являются экологический туризм, туризм выходного дня, спортивный, горный, пешеходный, конный, велосипедный туризм, лечение и оздоровление, культурно-исторический (военно-патриотическая специализация) и винный туризм, а также сбор ягод и грибов.</p>	<p>Крымский район Абинский район Северский район г. Горячий Ключ Белореченский район</p>
<p>6. Причерноморская – останется центром организации длительного отдыха. Наибольшую долю во внутреннем туризме занимают лечебно-оздоровительный, пляжный, культурно-познавательный и деловой туризм. Более быстрыми темпами развивается активный (экстремальный), событийный, этнографический, экологический туризм. К самым доходным видам туризма относятся деловой, лечебно-оздоровительный и пляжный.</p>	<p>г. Сочи Туапсинский район г. Анапа г. Новороссийск г. Геленджик</p>

Таблица 4 – Туристские интеграционные зоны (ТИЗ) Краснодарского края, Республики Адыгея и сопредельных территорий (сост. авторами)

№	ТИЗ Краснодарского края, Республики Адыгея и сопредельных территорий	
1	Восточно-Азовская	
	Щербиновский район Приморско-Ахтарский Ейский район Славянский район Темрюкский район	Староминский район Каневский район Брюховетский район Тимашевский район Калининский район Красноармейский район
Виды туризма	сельский туризм; охотничий и рыболовный туризм; лечение и оздоровление; туризм выходного дня	
2	Краснодарско-Ростовская	
	Староминский район Куцевский район Крыловский район Новопокровский район Белоглинский район	Азовский район Кагальницкий район Зерноградский район Егорлыкский район Целинский район Песчанокопский район
Виды туризма	охотничий и рыболовный туризм; сельский туризм; военно-патриотический туризм; научно-промышленный туризм, туризм выходного дня	
3	Краснодарско-Ставропольская	
	Белоглинский район Кавказский район Гулькевичский район	Новокубанский район Успенский район Красногвардейский район Новоалександровский район Кочубеевский район
Виды туризма	сельский туризм; туризм выходного дня; конный туризм	
4	Центральная	
	г. Краснодар Динской район Усть-Лабинский район Тбилисский район Республика Адыгея: Красногвардейский район	Республика Адыгея: Шовгеновский район Тахтамукайский район г. Адыгейск Теучежский район Белореченский район Славянский район Красноармейский район Темрюкский район

Продолжение табл. 4

Виды туризма	деловой туризм; культурно-исторический туризм; экскурсионный туризм; водные прогулки по Кубанскому морю; яхтенный туризм	
5	Юго-Восточная	
	Тбилисский район Гулькевичский район Республика Адыгея: Красногвардейский район	Новокубанский район Курганский район Республика Адыгея: Шовгеновский район Гиагинский район
Виды туризма	рафтинг по рекам Белая и Лаба; пешеходный туризм; охотничий и рыболовный туризм; лечение и оздоровление; конный туризм	
6	Горно-Предгорная	
	г. Горячий ключ Белореченский район Апшеронский район Мостовский район Лабинский район Отраденский район Республика Адыгея: Майкопский р-н	Республика Адыгея: г. Майкоп Гагинский район Кошехабльский район Курганский район г. Армавир Успенский район
Виды туризма	горный туризм; джиппинг; рафтинг по рекам Белая и Лаба; пешеходный туризм; конный туризм; экологический туризм.	
7	Горная-Кавказская	
	Апшеронский район Мостовский район Лабинский район Отраденский район Республика Адыгея: Майкопский район Кавказский биосферный заповедник	Туапсинский район г. Сочи Кавказский биосферный заповедник Республика Карачаево-Черкесия: Адыге-Хабльский район Зеленчукский, Хабезский и Урупский р-ны, Республика Абхазия
Виды туризма	горные лыжи и сноуборд; альпинизм; дельтапланеризм; маунтбайкинг; экологический туризм; спелеотуризм; деловой туризм; лечение и оздоровление	
8	Предгорно-Черноморская	
	Крымский район Абинский район Северский район г. Горячий Ключ	г. Анапа г. Новороссийск г. Геленджик Туапсинский район

Окончание табл. 4

Виды туризма	конный туризм; велотуризм; пешеходный туризм; культурно-исторический (военно-патриотическая специализация), винный туризм; полеты на воздушных шарах; детский отдых	
9	Приазовско-Ростовская	
	Щербиновский район	Ростовская область: Азовский район
Виды туризма	пляжный туризм, яхтенный туризм, серфинг, кайтсерфинг, виндсерфинг, морские прогулки и экскурсии	
10	Темрюкско-Анапская	
	Темрюкский район	Анапский район
Виды туризма	детский отдых, пляжный туризм; лечение и оздоровление; культурно-исторический; морские прогулки; круизный туризм; экскурсионный туризм, гастрономический туризм; кейтсерфинг	
11	Краснодарско-Абхазская	
	г. Сочи	Республика Абхазия: Гагрский район
Виды туризма	деловой туризм; экскурсионный туризм; пляжный отдых; круизный туризм; дайвинг; религиозный туризм; гастрономический туризм; спортивная тренировочная база с использованием олимпийских объектов	
12	Краснодарско-Крымская	
	Темрюкский район	Республика Крым
Виды туризма	пляжный отдых; морские прогулки; рыбалка; винный туризм; экскурсионный туризм; культурно-исторический; сельский туризм	

Туристская интеграционная зона (ТИЗ) – это территориальные интеграционные объединения приграничных ареалов с целью образования туристского пространства, не разделенного границей регионов (страны), в котором могут свободно циркулировать туристские товары, услуги, рабочая сила и туристы [Баядян, 2015].

На основе исследования, выделенные ТИЗ, были объединены в группы, согласно развитости туристской сферы. К первой группе трансграничных интеграционных зон с туристским продуктом, приносящим стабильный доход относятся – Предгорно-Черноморская, Темрюкско-Анапская, Краснодарско-Абхазская и Краснодарско-Крымская ТИЗ. Вторая группа ТИЗ Восточно-Азовская, Приазовско-Ростовская, Центральная, Горно-Предгорная и Горной-Кавказская относится к территориям перспективным с положительной динамикой

развития туристской отрасли. Третья группа ТИЗ Краснодарско-Ростовская, Краснодарско-Ставропольская и Юго-Восточная, востребована только местным населением и не имеет регионального или федерального значения.

Методология определения единиц четвертого и пятого порядка является универсальной и в ее основе лежат модели, механизмы и алгоритмы стратегического управления, направленного на повышение конкурентоспособности любой туристско-рекреационной территории.

Таким образом, рассмотренная авторская таксономическая система ТТРС выполняет главную современную задачу. Дает возможность создания диверсифицированных туристских предложений, многократно расширяющих туристский рынок Российской Федерации.

Список использованных источников

1. *Баядян А.Ю.* Приграничное сотрудничество регионов как инновационный подход к развитию туристской сферы // *Инновации и инвестиции.* 2015. №3.

2. *Веденин Ю.А.* Динамика территориальных рекреационных систем: монография. М., 1982.

3. *География рекреационных систем СССР: монография / отв. ред. В.С. Преображенский, В.М. Кривошеев.* М., 1980.

4. *Зорин И.В.* Факторы формирования территориальных рекреационных систем и их подсистем / *Теоретические основы рекреационной географии.* М., 1975.

5. *Мажар Л.Ю.* Территориальные туристско-рекреационные системы: геосистемный подход к формированию и развитию: дис. ... д-р геогр. наук: 25.00.24. Смоленск, 2009.

6. *Некрасова М.Л.* Стратегический подход к формированию территориальных туристско-рекреационных систем Российской Федерации: дис. ... д-р геогр. наук: 25.00.24. Краснодар, 2013.

7. *Николаенко Д.В.* Рекреационная география. М., 2001.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Т.А. Рововая

Summary: In this operation the macroeconomic situation and the main tendencies of tourist branch of Russia during 2014–2015 is probed. The author on the basis of the analysis of statistical data, judgements of experts and analysts drew a conclusion on reorientation of tourist branch to domestic market and further perspectives of its development in Russia.

Keywords: macroeconomic situation, real income of the population, inflation, tourist branch, tendency.

Современная ситуация в Российской Федерации связана с кризисными явлениями, на формирование которых оказал влияние ряд негативных факторов:

– снижение доходов бюджета и налоговых поступлений ввиду серьезного падения цен на нефть на мировом рынке (а также связанный с ценообразованием на нефть, природный газ);

– введение в 2014 г., пролонгация в 2015–2016 гг. санкций и ограничений со стороны США, стран Европейского Союза и ряда западных стран;

– введение ответных мер Россией (эмбарго на ряд продуктов, овощной продукции, фруктов) в отношении западных стран, участвующих в санкционной «войне» против нашей страны, что привело к росту внутренних цен.

Указанные факторы оказали непосредственное и косвенное влияние на снижение стоимости национальной валюты, инфляционные процессы, падение реальных доходов населения и снижение уровня жизни.

По мнению экспертов компании HSBC, одной из крупнейших международных финансовых организаций, предоставляющей широкий спектр корпоративных и инвестиционно-банковских продуктов и услуг корпоративным

клиентам и финансовым институтам, нынешняя кризисная ситуация в экономике России гораздо глубже, чем ситуация 2008–2009 гг., и потребует больше времени для восстановления [Макоэкономический анализ..., 2016].

С конца 2014 г. социально-экономическая ситуация усугубляется следующими факторами:

- потеря внешнего кредитного финансирования;
- бюджетный и валютный кризисы;
- углубление инвестиционного кризиса;
- вынужденное сокращение личного потребления.

В 2015 г. сокращение объемов розничной торговли достигло 10,4% по сравнению с 2014 г. по причине существенного падения продаж непродовольственных товаров. Уровень инфляции согласно официальной статистики по итогам 2014 г. составил 11,36%, а по итогам 2015 г. – уже 12,91% [Федеральная служба..., 2016]. Правда, в 2016 г. был отмечен минимальный уровень инфляции в Новейшей российской истории, что говорит о серьезных предпосылках к стабилизации экономики страны.

На протяжении 2014–2015 гг. в Российской Федерации происходило снижение ВВП. По прогнозу Министерства экономического развития Российской Федерации (МЭР), динамика ВВП будет положительной только в конце 2016 г. В целом, предполагает МЭР, ВВП России в 2017 г. вырастет на 1,9%, а в 2018 г. рост достигнет 2,4% [О текущей ситуации..., 2015].

Прогноз HSBC предполагает более долгий выход отечественной экономики из рецессии. По мнению экспертов HSBC, двухлетняя рецессия и последующее медленное восстановление будет самым долгим за последние 20 лет, и приведет к сокращению внутреннего спроса примерно на 10%, на фоне падения потребления и инвестиций. В 2017 г. прогнозируется лишь небольшой рост на 1%, который зависит от восстановления цен на нефть и предполагаемого роста государственных расходов накануне Президентских выборов 2018 г.

На фоне негативных макроэкономических явлений происходит и сокращение покупательской способности россиян.

Таким образом, в целом российская экономика сегодня переживает сильнейший спад за всю свою новейшую историю. Большинство экспертов сходятся во мнении, что ее ждет медленное восстановление, начиная только с 2017 г. При этом следует ожидать, что зарубежные рынки капиталов в обозримой перспективе не будут открыты для отечественных банков, а влияние санкций и вызванных ими торговых ограничений вызывает дальнейший спад инвестиционной активности.

В современных условиях продолжается давление на рубль, что вызывает серьезную волатильность в коротких периодах. Большинство экспертов предполагают, что в течение ближайших лет дальнейшее падение стоимости рубля наиболее вероятно. Это приведет к дальнейшему снижению уровня жизни населения России.

В этих негативных экономических условиях отмечаются отрицательные тенденции и на туристском рынке Российской Федерации. Повышение курса доллара США и евро по отношению к рублю привело к удорожанию путешествий россиян за границу. Кроме этого негативное влияние на выездной туризм оказала ситуация в Египте, связанная со снижением безопасности отдыха туристов и введение ограничений в 2016 г. по организации отдыха туристов в Турции.

В полной мере кризисные явления в туристской отрасли проявились уже с середины 2014 г., и по началу причины, вызвавшие эти явления, объясняли тяжелой международной обстановкой, сложной геополитической ситуацией и введенными против России санкциями. За 3 месяца (с июля по сентябрь) с рынка по причине банкротства ушли полтора десятка крупных туроператоров, а десятки тысяч их клиентов (туристов) остались брошенными в аэропортах и отелях.

Массовое банкротство спровоцировало нервное состояние, и сотни тысяч людей, планирующих отдых за рубежом, вынуждены были его отложить. В дальнейшем изрядно «просевший» рубль углубил негативные тенденции, что вызвало серьезное сокращение выездного потока в 2014–2015 гг.

Как отмечают Е.А. Джанджугазова и С.Н. Первунин, для российского туристского рынка, долгие годы работающего «на выезд», ситуация стала критической. Здесь следует принять во

внимание факт, что объем выездного потока составлял около 40 млн. чел. в год, а его сокращение к концу 2014 г. на 50% поставило отрасль на грань выживания. Причем серьезные потери понесли не только российские туроператоры, работающие на выезд, а их немало – почти половина от общего числа компаний (более 4 тыс.), – но и их партнеры за рубежом. Особенно больно кризис ударил по европейскому направлению, т.к. поток туристов на нем сократился более чем на 30% [Джанджугазова, 2014].

Важно отметить, что, еще начиная с кризиса 2008–2009 гг. в России начал расти спрос на отечественный туристский продукт – на волне интереса к природным и историко-культурным ресурсам российских регионов, а затем уже по экономическим и политическим причинам. Сегодня спрос на российский турпродукт также стимулируется активным предложением, так как из-за падения курса рубля складывается благоприятная экономическая конъюнктура для развития внутреннего туризма.

Сегодня изменения вектора потребительского спроса вызваны не только экономическими и социально-политическими причинами. Постепенно происходят сдвиги и в потребительском поведении. Взгляд большинства наших соотечественников в настоящее время все больше обращен к регионам своей страны. Как не раз это бывало в истории, россияне в очередной раз «заново открывают для себя Россию», живо интересуясь ее историей, географией, культурой и искусством.

Серьезные изменения потребительского спроса на отдых среди россиян показывают результаты опроса, которые провела компания РБК в начале 2016 г.

Так, например, новогодние каникулы 2016 г. россияне провели не так, как обычно – жители российских городов-миллионников остались на новогодние праздники дома, а не выехали за рубеж на отдых. По данным исследовательской компании Synovate Comcon, число тех, кто провел все праздники у себя дома, выросло по сравнению с предыдущими праздниками с 56% до 67%. Поездками в другие города ограничились 14% россиян (в 2015 г. – 21%), на дачу или в деревню – 25% (в 2015 г. – 25%). На зарубежные поездки денег хватило у 6% опрошенных,

хотя в 2015 г. за границу съездили 16% жителей крупных городов [Каникулы..., 2016].

О перераспределении в пользу внутренних перевозок в новогодние праздники говорят и представители компаний – продавцов авиабилетов. По данным сервиса Aviasales, если на перелеты внутри страны в новогодние праздники 2013–2014 гг. приходилось 38% всех продаж сервиса, то в праздники 2014–2015 гг. – уже 43%. При этом топ-10 самых продаваемых направлений возглавил Сочи, в то время как в 2014 г. лидировал Бангкок. Помимо столицы Таиланда в топ-10 среди зарубежных городов вошел только Тель-Авив, а европейские города – Стамбул, Барселона и Мюнхен – покинули список самых популярных направлений [Aviasales, 2016].

По данным туристического онлайн-агентства Anywayanyday, в период новогодних каникул 2015 г. соотношение продаж по внутренним и международным перелетам составило 35% и 65%, в то время как в 2014 г. – 15 и 85% соответственно. Как и у Aviasales, самым популярным городом у пользователей Anywayanyday в период каникул был Сочи, также в топ-5 популярных направлений вошли российские города Минеральные Воды, Санкт-Петербург и Симферополь, единственным европейским городом, который попал в топ новогодних направлений стал Мюнхен [Anywayanyday, 2016].

По данным сервиса OneTwoTrip, с учетом изменений в численности клиентской базы рост продаж авиабилетов в период с 25 декабря 2014 г. по 15 января 2015 г. составил 40%. Как и у других сервисов, перевозки в эти даты перераспределились в пользу внутренних рейсов: доля зарубежных упала с 61% до 44%, внутрироссийские перелеты выросли с 39 до 56% [OneTwoTrip, 2016].

Согласно данным Ситибанка сокращение посещения зарубежных стран россиянами в 2014–2015 гг. составило от 18% до 54% в зависимости от стран мира (например, в США в 2015 г. поехало туристов на 36% меньше, чем в 2014 г.; турпоток в Италию за этот же период сократился на 44%, а во Францию – на 47%) [Ситибанк, 2016].

Кроме этого в новогодние праздники россияне стали меньше тратить за границей.

По данным Альфа-Банка, покупательная активность россиян – клиентов банка за рубежом упала как в денежном, так и в количественном выражении: сумма покупок снизилась на 40% (с учетом электронной коммерции, без нее снижение еще больше – 44%), число покупок стало на 20% меньше [Альфа-Банк, 2016].

Количество клиентов Ситибанка, совершивших транзакции по кредитным картам (не включая дебетовые карты) в торговых точках за рубежом в период с 1 по 12 января, сократилось в 2015 г. по сравнению с 2014 г. на 36%.

У ВТБ24 за время новогодних праздников 2015 г. траты по картам клиентов за рубежом сократились на 40% по сравнению с 2014 г. При этом за январские праздники внутри страны россияне потратили 6,3 млрд. руб., в 2014 г. эта цифра составила 4,8 млрд руб. [ВТБ24, 2016].

Согласно статистике ЮниКредит Банка, в период с 20 декабря по 10 января объемы операций клиентов банка в России выросли на 33%, но при этом объем операций клиентов за рубежом снизился на 7% [ЮниКредит Банк, 2016].

Таким образом, действующие в течение 2014–2016 гг. негативные макроэкономические факторы привели к тому, что россияне на фоне падения стоимости национальной валюты, снижения реальных доходов, увеличения инфляции, отказывались от туристических поездок за рубеж, все больше выбирая внутренние маршруты. Следует предположить тенденцию дальнейшего увеличения внутреннего туризма российских граждан в 2017 г.

Список использованных источников

1. Anywayanyday. URL: <https://www.anywayanyday.com>.
2. Aviasales. URL: <https://www.aviasales.ru>.
3. OneTwoTrip. URL: <https://www.onetwotrip.com>.
4. Альфа-Банк. URL: <https://alfabank.ru>.
5. ВТБ24. URL: <http://www.vtb24.ru>.
6. Джанджугазова Е.А., Первунин С.Н. Российский туризм: анатомия кризиса. М., 2015.

7. Каникулы с дисконтом: как россияне провели новогодние праздники // РБК. URL: <http://www.rbc.ru/society/22/01/2015/54be91039a79473911eba276>.

8. Макроэкономический анализ текущей ситуации в России и прогнозы дальнейшего развития. URL: <https://www.pwc.ru/ru/events/2015/assets/treasury-event-1-final.pdf>.

9. О текущей ситуации в экономике Российской Федерации в январе-ноябре 2015 г. / Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.gov.ru>.

10. Ситибанк. URL: <https://www.citibank.ru>.

11. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>.

12. ЮниКредит Банк. URL: <https://www.unicreditbank.ru>.

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Э.А. Рыживолова

Summary: Educational tours are a way of organizing educational and upbringing activities, in which during the acquaintance with the objects of the show, the study of useful information and the acquisition of new skills and abilities takes place. In modern conditions of development of the tourist offer, the organizers of tourist and excursion services have to find new ways to attract the attention of consumers, combine and diversify the tourist product, create unique complexes from it, characterized by novelty and fashionable forms in the conduct

Keywords: Ecological tourism, educational excursion, ecological route, cycles of educational excursions.

В современных условиях развития туристского предложения, организаторам туристского и экскурсионного обслуживания приходится изыскивать новые способы привлечения внимания потребителей, совмещать и диверсифицировать туристский продукт, создавать из него уникальные комплексы, характеризующиеся новизной и модными формами в проведении. Особенно непросто приходится с программами обучающих экскурсий, поскольку контингент потребителей – подростки, молодёжь – более взыскательны к предоставляемой для них информации, в большей степени требовательны к её актуальности и нетривиальности, чего так непросто достичь в условиях вседоступного мирового информационного пространства. Обучающие экскурсии – это способ организации учебной и воспитательной деятельности, при которой во время ознакомления с объектами показа происходит изучение полезной информации и приобретение новых навыков и умений. От обычных экскурсий, обучающие отличаются большей познавательной направленностью, их цель – не просто познакомить с экскурсионным объектом, а расширить круг знаний человека в какой-либо области.

Сейчас в образовательном процессе начали активно использовать проведение циклов экскурсий. Данная форма экскурсионной организации практически не представлена на туристическом рынке города Краснодара. При этом он является недорогим и удобным методом, поскольку происходит комплексное закрепление знаний у экскурсантов. Это удобно для педагогов, преподавателей, которым организация экскурсий необходима и является обязательным элементом учебной программы.

Адаптация экскурсионных циклов образовательных программ очень уместна в экологическом образовании, способствует комплексному донесению полезной информации, решить вопрос о закреплении полученных знаний, содействует психологическому развитию, социализации и расширению окружающего пространства экскурсантов.

Согласно национальному стандарту РФ ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Общие требования», экскурсией называют услугу по организации посещения объектов природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и другое индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 час. [Туристские..., 2009].

Данное определение раскрывает сущность экскурсии с точки зрения ее продолжительности и информационной направленности, но абсолютно не затрагивает целей, задачи и особенностей подачи материала, которые отличают экскурсию от лекции или обычного созерцания.

Специфичность экскурсии в том, что в ней органически сочетается показ и рассказ. Во время экскурсионного процесса экскурсовод демонстрирует туристам объекты, на основе которых раскрывается тема, сопровождает показ пояснениями, различными историями и фактами, тем самым помогая прочувствовать увиденное и правильно его воспринять. Так же, очень важным аспектом любой экскурсии является ее эмоциональная наполненность. Задача экскурсовода вызвать у туристов определенные чувства от показанного, заставить его

сопереживать. Благодаря совокупности этих трех компонентов, информация лучше запоминается, что способствует расширению кругозора экскурсантов.

В соответствии с этим, определение экскурсии может выглядеть так [Бочкръ, Максименко, 2016]: *экскурсия это организованный, сопровождаемый объяснениями показ чего-либо, проводимый по продуманному плану с образовательной или ознакомительной целью.*

Для того, что бы экскурсия считалась таковой, она должна обладать определенными признаками, которые присущи любой экскурсии и основываться на определенных принципах. В противном случае экскурсия превратится в обыкновенную прогулку. К признакам экскурсии можно отнести:

- наличие определенной темы, цели и задач
- наличие экскурсионной группы или индивидуального экскурсанта
- наличие квалифицированного экскурсовода или гида
- показ экскурсионных объектов
- протяженность во времени (не более 24 час.)
- наличие запланированного экскурсионного маршрута
- использование при проведении экскурсионного метода [Туристские ..., 2009].

Основные принципы, которым должна соответствовать экскурсия:

- *научность* – предоставляемая информация должна быть объективной и изложена с использованием научного стиля;
- *идейность* – вся экскурсия должна преследовать определенную идею, которая раскрывается при ее проведении;
- *правдивость* – рассказ должен основываться на фактах;
- *связь теории с практикой* – рассказ должен подтверждаться показом;
- *доходчивость* – информация должна предоставляться в доходчивой форме, в зависимости от особенностей группы;
- *убедительность* – экскурсовод должен быть убедительным, что бы экскурсанты верили в то, что он говорит.

Таким образом, сущность экскурсии заключается в сумме знаний, в специфической форме сообщаемых экскурсантам, и определенная система действий по их передаче.

В настоящее время существует огромное число экскурсий, которые предлагаются на рынке туристических услуг. Для их систематизации была разработана классификация [Долженко, 2008]. Согласно нормативному стандарту все экскурсии можно разделить на несколько групп, в зависимости от критерия сравнения.

1) В зависимости от содержания экскурсии делятся на обзорные и тематические. Обзорные экскурсии ставят перед собой цель познакомить экскурсантов с маршрутом, не придерживаясь определенной темы. Тематические экскурсии подчиняются конкретной области. Они могут быть исторические, литературные, архитектурные, производственные, природоведческие и другие.

2) По способу передвижения туристов экскурсии делятся на пешеходные, с использованием транспорта различных видов и комбинированные. Вопреки общераспространенному мнению, в качестве экскурсионного транспорта может использоваться не только автобус. Сейчас проводят экскурсии на поездах, велосипедах, лошадях, лодках, слонах, трамваях и других видах транспорта.

3) В зависимости от места проведения экскурсии бывают городские и загородные.

4) По возрасту участников их делят на детские, молодежные, для взрослых и для пожилых людей. В зависимости от возрастного состава группы способ подачи материала и его сложность.

Особой формой экскурсии являются экскурсии с обучающей направленностью. Они могут быть посвящены любой теме и быть ориентированы на любую группу. Основной отличительной чертой таких экскурсий является получение новой, полезной информации, которая в дальнейшем может быть использована. Выделяют несколько видов обучающих экскурсий:

– экскурсия-консультация – дает наглядные ответы на вопросы экскурсантов, служит одним из видов повышения квалификации;

– экскурсия-демонстрация – наглядная форма ознакомления группы с необходимым материалом;

– экскурсия-урок – представляет собой форму сообщения знаний в соответствии с учебной программой того или иного учебного заведения;

– учебная экскурсия – является формой обучения и повышения квалификации экскурсионных работников. Данное деление весьма условно, так как существуют экскурсии с образовательной направленностью, которые совмещают в себе сразу несколько подвидов.

Разработка и проведение экскурсии сложный и трудоемкий процесс, требующий определенных профессиональных навыков и компетенции. В стандарте Минтруда России от 04.8.2014 г. №539н «Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)» прописано, что разработкой экскурсии должен заниматься либо организатор экскурсий, либо сам экскурсовод. Причем, организатор экскурсии планирует новый маршрут, анализирует программы экскурсий и разрабатывает формы и методы ее преподнесения. Экскурсовод же разрабатывает конкретный экскурсионный маршрут [Стандарт..., 2014]. На практике, разработкой новой экскурсии занимается специально созданная творческая группа в составе 3–6 чел. Наиболее опытный и знающий из них становится руководителем. Обязанности в процессе подготовки распределяются между участниками, обычно в соответствии с определенными подтемами. Каждый член творческой группы подготавливает свой материал, который далее объединяется и редактируется руководителем.

При создании экскурсии очень важно обозначить ее цель. Цель – это, на что направлена экскурсия, чего она стремится достичь. Правильно сформулированная цель имеет существенное значение и при создании экскурсии, и при ее дальнейшем проведении. Цели определяет все, что показывают и о чем рассказывают в ходе экскурсии. Задачи экскурсии более конкретны. Например, если целью экскурсии является экологическое образование, то ее задачами выступают – знакомство экскурсантов с ролью окружающей природной среды в жизни человека, выдающимися учеными, исследовавшими состояние природной среды, демонстрация объектов природы и животного мира, находящихся под особой охраной, памятников

природы. Цели и задачи помогают определиться с выбором экскурсионных объектов, построить маршрут экскурсии. Они определяют выбор наглядных пособий и эмоциональный настрой экскурсии.

В качестве экскурсионных объектов могут использоваться:

- природные объекты – растения, водные объекты, пещеры, луга, геологические обнажения и так далее;

- произведения архитектуры и градостроительства – здания, дворцы, замки, кремли, крепости, мавзолеи, триумфальные арки, соборы, церкви, часовни, монастыри, фонтаны, надгробные сооружения, садово-парковые ансамбли, скульптуры и т.д.;

- улицы и площади городов и поселков;

- памятные места, связанные с историческими событиями;

- скульптурные памятники, установленные в честь знаменательных событий или знаменитым людям;

- экспозиции краеведческих музеев, музеев изобразительных искусств и декоративно-прикладного искусства, картинных галерей;

- археологические памятники – городища, земляные валы, дольмены, курганы, каменные бабы, древние рисунки, высеченные на скалах, камнях и т.п.

Для того что бы правильно выбрать экскурсионные объекты, проводится их оценка в соответствии со следующими критериями:

- познавательная ценность объекта – это связь объекта с конкретным историческим событием, с определенной эпохой, жизнью и творчеством известного человека, художественные достоинства памятника, возможность их использования в формировании мировоззрения экскурсантов;

- известность объекта, то есть его популярность в обществе;

- экзотичность объекта, то есть его неповторимость с точки зрения истории, культуры и архитектуры. Необычность объекта может быть связана с каким-либо историческим событием, которое произошло в данном месте. Экзотичность может быть так же природного характера.

- выразительность – подразумевается внешняя выразительность самого объекта или его особое взаимодействие с окружающей средой;

– сохранность – современное состояние объекта, его подготовленность к показу и возможность включения в маршрут экскурсии.

– месторасположение – оценивается удобство подъезда к объекту, состояние подъездной дороги, наличие мест для стоянки транспорта и размещения группы при осмотре объекта.

– временное ограничение показа объекта – наличие времени, когда посещение и осмотр объекта невозможны из-за плохой видимости или сезонности.

Правильный отбор объектов обеспечит лучшее зрительное восприятие материала и глубокое раскрытие темы. В лучшем случае, объекты не должны повторяться от экскурсии к экскурсии. При невозможности выполнения этого правила, следует в зависимости от темы, раскрывать этот объект с разных точек зрения. Это способствует сохранению интереса экскурсантов.

Важно помнить, о том, что слишком долгая экскурсия с большим числом объектов показа утомляет экскурсантов. Например, оптимальная продолжительность обзорной экскурсии по городу 2–4 академических часа, а число объектов не больше 15–20. Слишком большое число объектов мешает глубине освещения темы, недостаточное количество не создает полноценного зрительного восприятия.

Непосредственная разработка экскурсии включает в себя:

- составление экскурсионного маршрута;
- обработку фактического материала;
- работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, состоящей из нескольких основных вопросов;
- объезд (обход) маршрута;
- выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии;
- формирование «портфеля экскурсовода»
- составление технологической карты экскурсии;
- написание контрольного текста;
- написание индивидуальных текстов.

Экскурсионный маршрут – это путь следования экскурсионной группы в соответствии с темой. Основные требования, которые должны быть учтены составителями

маршрута – это организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы. Построение маршрута определяется темой экскурсии и местом расположения объектов. Он должен быть компактным, не должен содержать слишком длинных проездов или проходов между объектами показа. Время этих переходов не должно превышать 10–15 мин.

Маршруты могут строиться по тематическому, тематико-хронологическому или комплексному принципу. Хронологический принцип заключается в перемещении от более ранних, к более поздним объектам. Ввиду разрозненного расположения объектов по городу выдержать хронологический принцип при составлении маршрута довольно сложно или даже невозможно. Тематический принцип связан с показом объектов, связанных с раскрытием определенной темы. На этом принципе построены большинство тематических экскурсий. Тематико-хронологический принцип применяется так же часто, особенно при подготовке городских обзорных экскурсий. В них хронологическая последовательность показа объектов и ведения рассказа может соблюдаться только внутри отдельных подтем.

Разработка маршрута завершается составлением схемы маршрута экскурсии. В ней должны быть указаны названия всех улиц и площадей, по которым проходит группа, быть нанесены все объекты показа и места выхода экскурсантов из автобуса, с указаниями, на каких участках рассматривается та или иная подтема экскурсии. На схеме еще может быть указана скорость движения автобуса: «медленная» (около 30 км/ч), «средняя» (40–45 км/ч), «быстрая» (около 60 км/ч).

Обработка материала по теме экскурсии заключается в работе с предварительно составленным библиографическим списком, изучение необходимой информации и выбор той, которая необходима для составления контрольного текста экскурсии.

Работа над содержанием экскурсии заключается в определении ее основной части, сопоставлении выбранных объектов с полученной информацией. На этом этапе важно определить, что именно экскурсовод хочет донести до туристов, в каком формате и как это нужно сделать. В общем виде этот этап

можно представить как составление плана к будущему контрольному тексту.

Очень важным этапом разработки новой экскурсии является объезд или обход маршрута. Предварительный обход маршрута нужен для того, чтобы:

1) ознакомиться с планировкой трассы, улицами, площадями, по которым проложен маршрут;

2) уточнить место, где расположен объект, а также место предполагаемой остановки экскурсионного автобуса или пешеходной группы;

3) освоить подъезд на автобусе к объектам или местам стоянок;

4) провести хронометраж времени, необходимого для показа объектов, их словесной характеристики и передвижения автобуса (пешеходной группы), а также уточнить продолжительность экскурсии в целом;

5) проверить целесообразность использования намеченных объектов показа;

6) выбрать лучшие точки для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы;

7) выбрать методику ознакомления с объектом;

8) в целях безопасности передвижения туристов по маршруту выявить потенциально опасные места и принять меры по их устранению.

Далее необходимо определиться с методическими приемами показа и рассказа во время проведения экскурсии. Важным этапом при составлении экскурсии является формирование «портфеля экскурсовода», комплекта наглядных пособий, которые используются в ходе проведения экскурсии. Его основная задача дополнить недостающие звенья зрительного ряда при показе. Это важно в тех случаях, когда объекты, необходимые для раскрытия темы не сохранились или находятся в очень плохом состоянии. В этом случае помочь могут фотографии, рисунки или чертежи. Кроме реконструкции прошлого, может возникнуть необходимость показать будущее. Тогда экскурсантам демонстрируются проекты зданий, сооружений или памятников.

Технологическая карта туристского маршрута составляется в соответствии с ГОСТ Р 50681-2010 «Проектирование туристских услуг». В ней указывается тема экскурсии, ее продолжительность и протяженность, краткое содержание и маршрут. Кроме этого в табличном формате расписываются участки перемещения по маршруту, места остановок, объекты показа, продолжительность показа на одном участке, основное содержание информации, указание по организации и методические указания.

Контрольный текст является материалом, который необходим для раскрытия темы экскурсии и ее подтем. Повествование в нем может идти как в хронологическом порядке, так и с учетом расположения объектов на маршруте. В процессе его создания отбирается самая главная информация, выбирается логический ход изложения, выбираются материалы для вступления, заключения и логических переходов между подтемами, формируются выводы. Так же могут включаться данные об объектах, не входящих в экскурсию, но относящиеся к подтеме. Очень важно в контрольном тексте указывать источники тех или иных сведений.

Заключительный этап состоит из получения заключения о тексте и технологической карте экскурсии; проведения пробной экскурсии и утверждение экскурсии руководителем. После составления технологической карты и контрольного текста экскурсии, эти документы в обязательном порядке должны быть проверены и подписаны руководителем предприятия. Положительное заключение выносится на основании расчета стоимости экскурсии, определения нормы прибыли, а так же общего соответствия экскурсии требованиям. Не утвержденные экскурсии не могут быть реализованы, и после подтверждения необходимо проведение пробной экскурсии.

Доступность экскурсионных объектов обеспечивается в первую очередь государством, а не экскурсионной компанией. В настоящее время в Краснодарском крае действует государственная программа «Доступная среда», в соответствии с которой многие объекты туристского показа (в первую очередь музеи) должны быть оборудованы специальными приспособлениями для приема инвалидов. Эта программа

выполняется не в полной мере, и оказание экскурсий инвалидам становится довольно сложной проблемой.

В настоящее время наблюдается снижение спроса на экскурсионные услуги. Это связано с появлением аудиогидов, специальных туристических программ и, конечно же, развитием интернета. Сейчас любой желающий может найти нужную ему информацию по интересующему объекту. В связи с этим современным туристическим компаниям и независимым экскурсоводам следует создавать новые, уникальные виды экскурсий, создавать новые формы обслуживания, а так же проводить мероприятия по их продвижению и популяризации.

Продвижение экскурсионного продукта заключается в реализации двух типов мероприятий:

- внешняя рекламно-информационная работа;
- внутренняя организационная работа с общественностью.

В настоящее время существуют различные способы рекламирования экскурсионного продукта. Рассмотрим основные существующие рекламносители:

- пресса (газеты, журналы, справочники, гиды-путеводители, купоны, отрывные талоны);
- ТВ и радио;
- наружная реклама (вывески, плакаты, рисованные щиты, световые установки);
- реклама на транспорте (внутрисалонная, наружные плакаты, станционные плакаты);
- прямая реклама (каталоги, брошюры, буклеты, листовки, программы, письма);
- сувенирная реклама (календари, изделия с надпечаткой, подарки);
- реклама в местах продажи (оконные витрины, рекламные планшеты, магазинные композиции, наклейки).

Использование многих средств рекламы для экскурсионной деятельности не подходит, так как это очень дорого и нерентабельно. Основными рекламносителями для нее остаются средства прямой рекламы, а так же публикации в прессе. Продвижение экскурсий может проводиться путём рассылки плакатов и брошюр с их описанием в учебные заведения и различные общественные учреждения, публикации рекламных

сообщений об экскурсиях, еженедельного вывешивания объявлений с расписанием экскурсий в гостиницах, пансионатах, водолечебницах.

Продвижение через интернет сейчас становится самым популярным методом поиска своего клиента. Существует отдельное направление, называемое интернет-маркетингом. Поисковая оптимизация позволяет вывести сайт по определенным ключевым запросам в верхние строчки поисковых систем. Смысл контекстной рекламы заключается в том, что предприятие оплачивает каждый клик пользователей, которые приходят на его сайт.

Еще одним способом продвижения экскурсионного продукта через интернет, является использование специальных тематических интернет-порталов. Туристические порталы обладают огромной целевой аудиторией, поэтому размещение на них различных новостей, баннеров, статей, сообщений на форуме способно заинтересовать значительное число людей.

Использование социальных сетей открывает огромные возможности по поиску клиентов, проведению опросов покупателей и продвижению экскурсий. Наряду с рекламой и информированием важное место в системе продвижения занимает работа с общественностью. Она заключается в создании и поддержании имиджа экскурсовода или фирмы, привлечении и удержании клиентов. С этим направлением напрямую связана популяризация экскурсионного продукта. Это может достигаться следующими способами:

- организация бесплатных экскурсий;
- проведение конкурсов и розыгрышей;
- раздача фирменных сувениров и подарков;
- организация культурных мероприятий;
- предоставление скидок и другое.

При продвижении экскурсий для школьников лучшим способом является прямое сотрудничество с общеобразовательными учреждениями. В настоящее время именно школьники являются основными потребителями экскурсионных услуг. Заключая договор со школой, экскурсовод выходит на прямого потребителя и получает доступ к неограниченному числу клиентов. Так же возможна

информационная работа с классными руководителями и председателями родительских комитетов. Именно они являются инициаторами внеклассных поездок.

Для повышения популярности экскурсий следует отходить от традиционных вариантов услуги и вводить новые формы экскурсионного обслуживания. Это поможет охватить более широкую группу потребителей и повысить интерес к фирме.

Популярными являются экскурсионные маршруты выходного дня. Это небольшие туры с продолжительностью от двух до трех дней. Данное направление позволяет охватить большее число объектов, что повышает информативную наполненность.

Не слишком известной, но от этого не менее интересной является такая форма экскурсионного обслуживания как цикл экскурсий. Обычно в цикл включают от трех до десяти экскурсий. Организация экскурсионной услуги в виде определенного цикла позволяет охватить больший объем знаний, дать комплексное видение определенной проблемы.

Все экскурсионные циклы можно разделить на три группы:

1. общеобразовательные – рассчитаны на смешанную группу и состоит из разных тем;
2. тематические – состоящие из экскурсий, объединенных единой темой.
3. циклы, предназначенные для определенной группы участников [Бочкарь, Сандул, 2016].

Общеобразовательные циклы строятся на принципе «обо всем интересном – понемногу». Как правило, они состоят из городской обзорной, городской тематической, производственной и загородной экскурсий. Целевой аудиторией являются приезжие туристы и местное население.

Тематические циклы являются очень хорошей общеобразовательной базой – можно всесторонне ознакомиться с интересующей темой, получив при этом максимум удовольствия.

Экскурсионные циклы для определенных групп участников предполагают проведение экскурсий для бизнесменов, членов предприятий, школьников или студентов, людей определенных профессий и так далее. Они объединены темами, которые интересны только этой группе экскурсантов (Рис. 1, 2).



Рис. 1 – Аллея Ботанического сада [Бочкарь, Сандул, 2016]

Данная форма экскурсионного обслуживания позволяет создать цикл экскурсий для учащихся или студентов, направленных на закрепление образовательной программы.



Рис. 2 – Водные объекты [Бочкарь, Сандул, 2016]

В целом разработка цикла обучающих экскурсий это многосторонняя образовательная задача. В экологическом образовании, для молодежи наиболее важно комплексное

информационное обеспечение, сведения о природе Краснодарского края. Отдельного внимания заслуживают проблемы, связанные с популяризацией и продвижением подобных обучающих программ, особенно среди обозначенных целевых аудиторий. Идея, что экскурсия – удобный инструмент обучения, – это целый комплекс специальных мероприятий. Требуется разработка презентационного материала, наглядно демонстрирующего запланированную программу экскурсии, также необходим грамотный подход самого экскурсовода или представителя туристской компании, формирующего группу, или занимающегося комплектованием подобного экскурсионного продукта по заказу.

Список использованных источников

1. *Бочкарь Е.В., Максименко А.Г.* Обучающая природоведческая экскурсия для детей с ограниченными возможностями / Вестн. научн. общества геогр. ф-та: матер. молодежной науч.-практ. конф. «Наука, творчество и инновации молодых ученых в XXI в.» Краснодар, 2016.

2. *Бочкарь Е.В., Сандул Б.Н., Рыжволова Э.А.* Основы разработки экскурсионных программ / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2016.

3. *Добринина Н.А.* Экскурсоведение: учебн. пособ. М., 2013.

4. *Долженко Г.П.* Экскурсионное дело: учебн. пособ. М.; Ростов н/Д, 2008.

5. Стандарт Минтруда России от 04.8.2014 г. №539н «Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)».

6. Туристские и экскурсионные услуги. Общие положения: ГОСТ Р 53522-2009.

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

М.Ф. Ходыкина

Summary: Public catering is an industry of economy which influences various spheres not only in Russia in general, but also separately in regions, in particular in Krasnodar region. The industry of a public catering promotes the solution of many tasks, concerning social society, the state and regional economy. Significant growth in development of the industry is over the last 10 years observed. However, despite it, there is a number of problematic issues which are obligatory to the decision.

Key words: industry of public catering, production sphere, non-productive sphere, social and public sphere, economy, tourist and recreational complex, economic development, influence of the sphere of public catering on economy, development of the sphere of public catering.

Сегодня непроизводственная сфера играет большую роль и является одним из важнейших секторов экономики страны. Она является важным источником дохода в бюджет, как Российской Федерации, так и каждого ее субъекта в отдельности. Как правило, к непроизводственной сфере принято относить такие отрасли как транспорт, здравоохранение, культура и искусство, бытовое обслуживание, образование, фундаментальную науку и научное обслуживание, физическую культуру и спорт, туристско-рекреационный и санаторный комплекс и др. отрасли [Алиева, 2015].

Помимо вышеуказанных отраслей к непроизводственной сфере также можно отнести и индустрию общественного питания. Согласно Национальному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р 50647–2010 «Услуги общественного питания. Термины и определения»: *индустрия питания* – это самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-

управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и др. дополнительных услуг.

Несмотря на то, что данная сфера непосредственно связана с материальным производством, можно смело утверждать, что главная ее цель – удовлетворение крайне сложного комплекса потребностей человека – от простого утоления чувства голода и жажды до имиджевых и статусных притязаний.

Индустрия общественного питания выполняет три важные функции – изготовление, сбыт и организация потребления продуктов питания населению в специализированных для этого местах, но, наряду с вышеперечисленными, необходимым также является выделение и такой функции как организация общественно-социального досуга. В связи с чем, общепит играет важную роль не только в экономическом развитии, но также косвенно в становлении отдельного человека и современного социального общества в целом.

Индустрия общественного питания в Краснодарском крае является одной из мощнейших систем хозяйствования и имеет значительное влияние на экономику в регионе [Алиева и др., 2016].

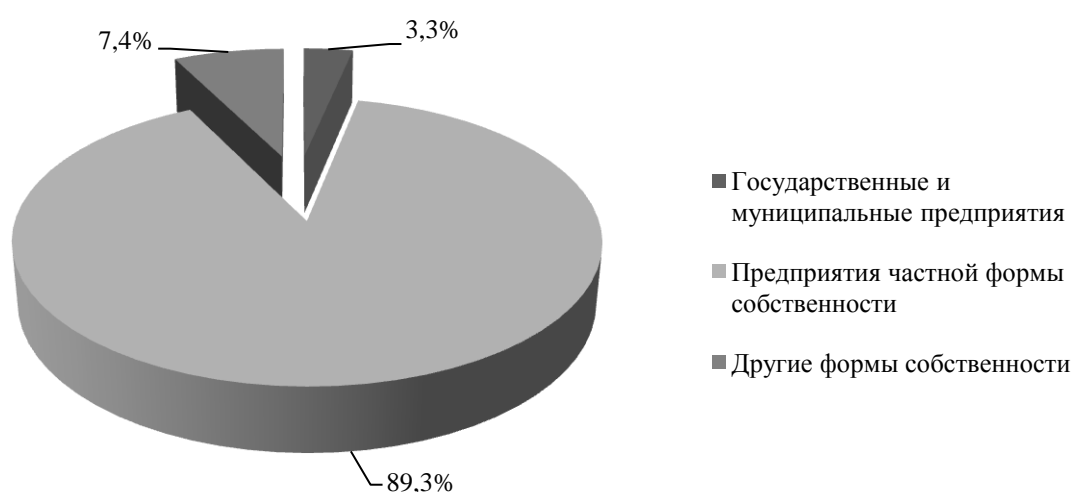


Рис. 1 – Оборот предприятий общественного питания в Краснодарском крае по типам хозяйствующих субъектов на 2015 г. [Департамент потребительской сферы..., 2016]

Как видно на рисунке 1, в 2015 г. на долю государственных и муниципальных предприятий края приходилось 3,3% оборота общественного питания, предприятий частной формы собственности – 89,3%, других форм собственности – 7,4%. По этому показателю Краснодарский край занимает первое место в Южном федеральном округе, оставив далеко позади даже Ростовскую область, удельный вес этих предприятий Краснодарского края в обороте общественного питания ЮФО – более 50%. Помимо этого, данный показатель является одним из самых высоких в Российской Федерации. По нему Кубань занимает 5-е место среди всех регионов нашей страны, уступая только г. Москва, Московской области, Тюменской области и Республике Дагестан.

Согласно утвержденным данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю, в регионе насчитывается более 7 тыс. общедоступных предприятий общественного питания на 375,5 тыс. посадочных мест. Обеспеченность посадочными местами в 2014–2015 гг. достигла показателя 70 мест на 1000 чел. населения края.

Структура общедоступного общепита выглядит следующим образом (Рис. 2): на долю ресторанов и баров приходится 11,5%, кафе – 47%, закусочных и столовых – 28,6%, доля других типов предприятий, таких как бистро, кофейни, кафетерии, магазины кулинарии составляет 12,8%. Подавляющее большинство – малые и микропредприятия.

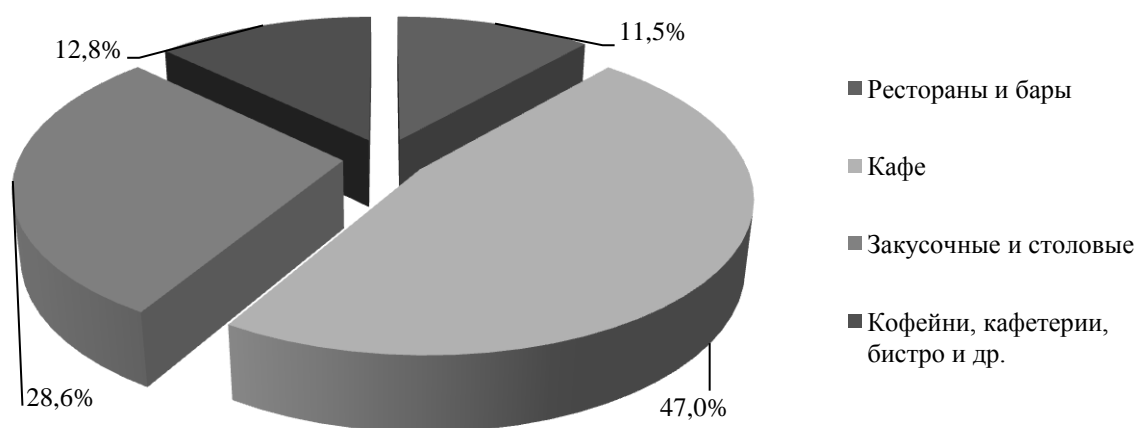


Рисунок 2 – Структура общедоступного общепита Краснодарского края на 2015 г. [4 Департамент потребительской сферы..., 2016]

Из года в год прирастает и летняя сеть. В сезон открываются более 1,5 тыс. летних кафе на 93 тыс. посадочных мест. При этом обеспеченность посадочными местами в прибрежной курортной зоне увеличивается более чем на 60%.

Большинство вновь открываемых предприятий общественного питания в регионе являются одиночными (несетевыми). Тем не менее, рынок крупных городов края – Краснодар, Сочи, Армавира, Геленджика, Новороссийска – достаточно быстро привлёк и продолжает пополняться сетевыми объектами, как правило, формата фаст-фуд. Здесь присутствуют такие глобальные мировые сети как «Subway», «McDonalds», «Baskin-Robbins», «KFC», «Sbarro», «Cinnabon», «Starbucks», «Papa Johns», которые развиваются наиболее активно. В общей сложности, франчайзинговая сеть предприятий общественного питания в крае в последние годы пополнилась 13 объектами. Рост числа франчайзи обусловлен, в т. ч. проведением массовых спортивных и культурных мероприятий в г. Сочи, на долю которого приходится более трети открывшихся предприятий.

На данный момент в сфере общественного питания Краснодарского края занято около 57 тыс. чел. Для определения кадрового состава и уровня квалификации персонала предприятий общественного питания, Департаментом потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края по данным, предоставленным муниципальными образованиями региона, был проведен анализ объектов общедоступного общепита с числом сотрудников 5 и более человек. В результате анализа, по оперативной информации муниципалитетов в указанных предприятиях работают более 22 тыс. чел., из них 26% имеют высшее образование, 35% – среднее специальное образование, 16% – начальное профессиональное образование, 23% – не имеет профессионального образования вовсе. Из чего следует, что хотя рынок услуг общественного питания постоянно расширяется и краевой показатель обеспеченности населения посадочными местами на 1000 жителей в общедоступной сети составляет 70 единиц, однако отрасль испытывает острую нехватку квалифицированного персонала и целесообразность развития институтов повышения квалификации и переподготовки кадров.

Тем не менее, учитывая выше указанную проблему, стоит отметить, что на протяжении последних шестнадцати лет отрасль имеет устойчивый положительный вектор развития. С 2000 по 2016 гг. оборот общественного питания Краснодарского края увеличился в 29 раз и достиг максимального значения в 2016 г. (Рис. 3).



Рисунок 3 – Динамика оборота общественного питания Краснодарского края с 2000 по 2016 гг., млн руб. (сост. автором по данным Краснодарстат)

При этом значительный скачок роста оборота предприятий общественного питания пришелся, конечно же, на 2014 г., главной причиной которого стало проведение XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр в г. Сочи, а затем и российского этапа «Гран-при Формулы-1». Помимо этого, положительной динамике развития отрасли общественного питания в регионе способствуют:

- достаточно большая плотность населения края;
- природно-климатический фактор, обеспечивающий приток в летний и зимний курортные сезоны порядка 14 млн отдыхающих;

– проведение массовых спортивно-событийных мероприятий международного уровня на постолимпийском пространстве;

– развитый АПК на территории Краснодарского края [Ходыкина, Миненкова, 2016].

Учитывая все вышесказанное и статистические данные можно сделать прогноз оборота отрасли общественного питания Краснодарского края на 2020 г. (Рис. 3). Для расчета данного прогноза используем формулу линии тренда отраженную на графике:

$$y = 4543x - 11327 \quad (1),$$

где x – количество временных периодов, в нашем случае это 20, т. к. учитываются периоды с 2000 по 2020 гг. Получается, что $y = 4543x - 11327$,

$$y = 90860 - 11327,$$
$$y = 79533.$$

Следовательно, прогноз оборота отрасли общественного питания Краснодарского края на 2020 г. – 79533 млн руб., при этом стоит отметить, что коэффициент достоверности аппроксимации R^2 , показывающий соответствие трендовой модели исходным данным, лежит в диапазоне от 0 до 1, и чем ближе его значение к 1, тем достовернее и точнее модель описывает имеющиеся данные.

Тем не менее, хотя в целом отрасль имеет положительную динамику развития, стоит отметить, что в пределах Краснодарского края она развита крайне неоднородно, о чем свидетельствует рисунок 4. Наибольшее развитие индустрия общественного питания получила в таких муниципальных образованиях (МО) Краснодарского края как г. Краснодар, города-курорты Сочи, Геленджик и Анапа, а также г. Армавир, г. Новороссийск, г. Горячий Ключ, Туапсинский и Ейский районы ввиду указанных выше причин. Остальные же МО края условно можно разделить на две группы. Так в первой группе, количество организаций общепита приближается к 200 на МО, например, Крымский, Динской, Славянский, Темрюкский и др. районы, а другая группа – количество организаций общепита приближается к 100 на МО, например, Белоглинский, Калининский, Красноармейский, Крыловский и др. районы.

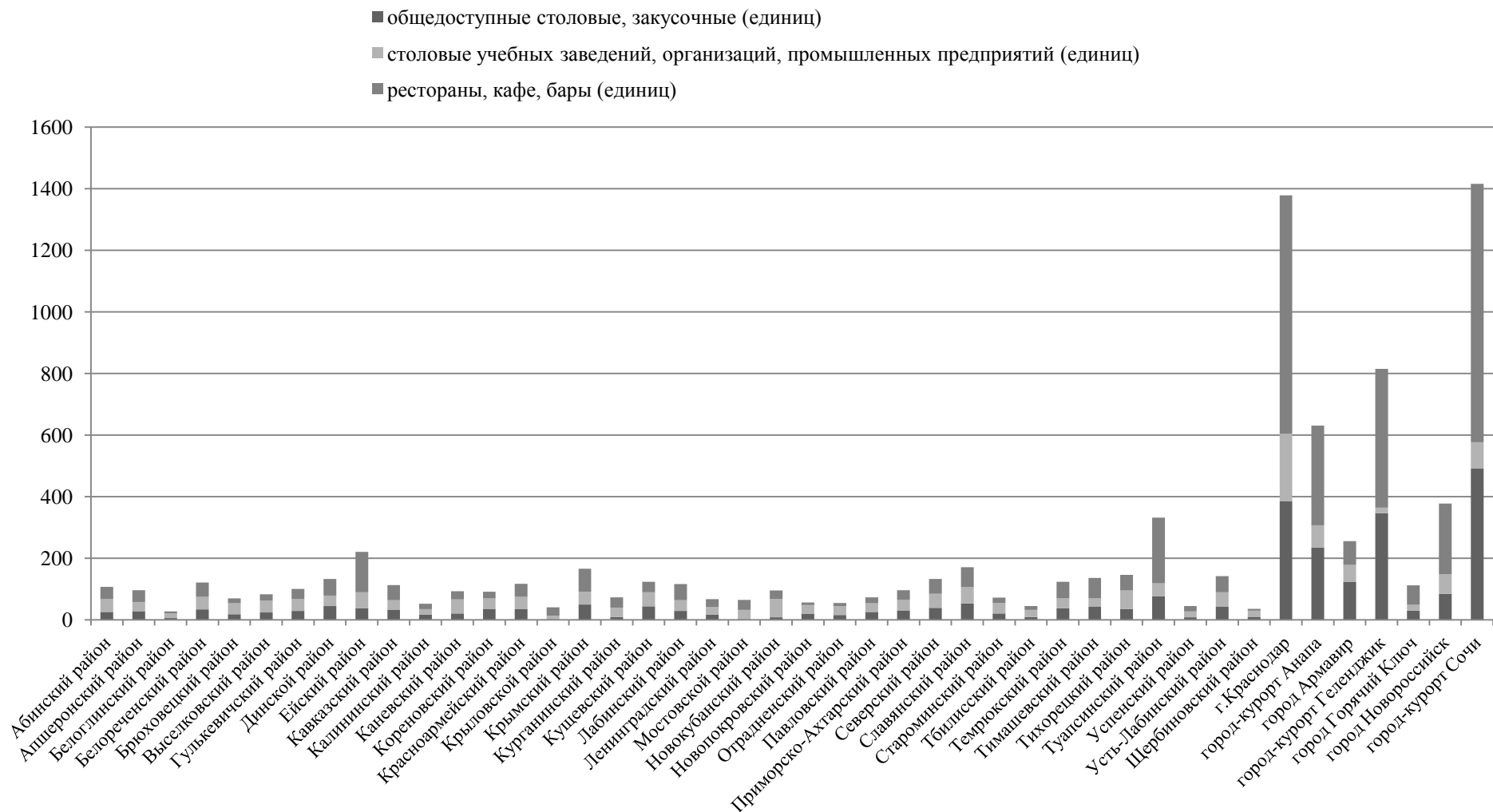


Рис. 4 – Количество организаций сферы общественного питания по категориям в муниципальных образованиях Краснодарского края (районы и города) на 2015 г., ед. (сост. автором по данным Росстат)

Осветив состояние рынка общественного питания Краснодарского края необходимо отметить тенденций его развития.

Основной тенденцией развития отрасли на современном этапе является рост оборота в сегменте «быстрого питания» («fast food») – наиболее доступного по ценам и быстрого по обслуживанию – и различных демократичных форматов в среднем ценовом сегменте, посредством появления на рынке глобальных мировых сетей [Савруков и др., 2012]. Кроме того, организации данного формата постоянно расширяют свой род деятельности путем размещения своих предприятий на фуд-кортах, в бизнес-центрах, а также путем размещением мобильных киосков питания на открытом воздухе в местах скопления людей [Ахмадеева, 2016].

Сейчас популярным среди рестораторов стало основание заведений с линией раздачи и вполне прогнозируемым набором блюд – формат столовых. Помимо этого, продолжается активное открытие различных пивных ресторанов и пабов, которые в большинстве своем расположены в спальных районах. Существует направление роста числа ресторанов, которые в основу меню заложили национальные кухни, что позволяет посетителям ближе познакомиться с культурами различных народов через кухню.

Важным сегментом в индустрии общественного питания стал сегмент специализированных заведений. Особенно нельзя оставить без внимания различные кофейни, которые стали неделимой частью жизни больших городов. Они составляют неслабую конкуренцию заведениям фастфуда и традиционным ресторанам. Активный рост числа кофеин отмечается в торговых центрах, но при этом они находятся не на одной линии с ресторанами быстрого обслуживания, а обособленно – в стороне.

На рынке общественного питания можно отметить тенденцию к творческому подходу организации, и эта тенденция активно набирает популярность. Среди таких отмечают уникальная атмосфера заведения, куда входят интерьер и дизайн, стиль обслуживания, внешний вид обслуживающего персонала, аутентичность подаваемых блюд. Рост интереса к качественной и вкусной пище способствует увеличению популярности заведений

формата «open kitchen», где посетители могут видеть, процесс приготовления пищи и, собственно, ингредиенты [Ахмадеева, 2016].

К перспективам развития данной тенденции относится появление и распространение в ближайшее время сетей здорового питания в рамках идеи «Quick&Casual», т. к. в последнее время появился спрос на питание легкой, здоровой и полезной едой. Этой концепции отведено промежуточное положение между предприятиями «быстрого питания» и традиционными кафе/ресторанами. В Краснодарском крае, как и в Российской Федерации в целом, для реализации этой политики здорового образа жизни необходимо вмешательство и помощь органов власти, например, по проведению соответствующих рекламных кампаний и поддержке общедоступных столовых [Сазонов, 2007].

Быстрое развитие кейтеринговых компаний, занимающихся исключительно обслуживанием торжеств, банкетов с предоставлением продукции кухни – еще одна тенденция развития отрасли. Однако, помимо непосредственно самих кейтеринговых компаний, в борьбе за потребителя данное направление активно осваивают рестораны и кафе крупных городов, продвигая его в качестве дополнительной услуги.

Непреренно стоит отметить и тенденции технологического характера, к которым можно отнести широкое применение безналичной оплаты, предоставление свободного доступа к высокоскоростному интернету и разработку специализированных мобильных приложений (поиск ресторанов, заказ доставки блюд и напитков на дом, бронирование столика, просмотр отзывов и т.д.) [Неганова, 2014]. Особенно активно эти тенденции внедряются в краевом и муниципальных центрах, на Азово-Черноморском побережье Краснодарского края.

Оказание дополнительных услуг предприятиями общественного питания для повышения удовлетворенности потребителей – очередная тенденция развития отрасли края. Так, помимо основного перечня услуг, предприятия общественного питания начинают предлагать своим гостям дополнительные услуги, такие как кейтеринг, услуги шеф-повара на дому, организация досуга для детей, консультации по приготовлению

блюд, проведение мастер-классов и дегустаций, «open kitchen», вызов такси, предоставление прессы и т. д.

Исходя из всего вышесказанного, следует сделать вывод, что индустрия общественного питания Краснодарского края – активно развивающаяся отрасль экономики, однако, специалисты считают, что потребность в точках общественного питания пока еще не удовлетворена. Несмотря на то, что предприятий много и конкуренция среди них достаточно высока, пока нельзя говорить о насыщении рынка.

Одно из главных и основных условий работы на рынках с высокой конкуренцией – это позиционирование предприятия на фоне основных конкурентов. Удачное позиционирование на рынке общественного питания является одним из основных моментов, потому что выбор потребителя складывается из сравнения предложений игроков на рынке. Но, несмотря на развитие и рост индустрии общественного питания в Краснодарском крае, существуют некоторые проблемы в отрасли:

- неравномерное распределение предприятий общественного питания по территории края;
- недостаточный уровень подготовки кадрового состава;
- практически полное отсутствие специализированных образовательных учреждений для подготовки обслуживающего персонала предприятий общественного питания (официантов, барменов, сомелье и т.д.);
- низкий уровень материально-технического оснащения большинства предприятий отрасли;
- низкий уровень сервиса на большинстве предприятий края (особенно в сельских местностях);
- высокая степень подобности предоставляемых услуг;
- недостаточная оснащенность предприятий отрасли для обслуживания лиц с ограниченными возможностями (особенно в сельской местности);
- отсутствие достаточной социальной поддержки предприятий отрасли, в т. ч. обслуживающих льготные категории граждан и др.

В результате, можно сделать вывод о том, что индустрия общественного питания Краснодарского края в настоящее время показывает положительную динамику и имеет большой

потенциал к развитию основных инвестиционных направлений. У активно развивающейся сферы услуг общественного питания есть масса специфических преимуществ: экономия времени, возможность позиционирования потребителем купленных готовых сложных блюд как своих собственных и др. Однако, имеются и сложности, такие как текучесть персонала, недостаток профессиональных кадров, техническое несоответствие многих помещений под размещение предприятий питания, необходимость в получении огромного количества согласований и разрешительной документации, зависимость от продуктовой инфляции и конъюнктуры рынка, ликвидация которых позволит отрасли общественно питания стать одной из приоритетных в экономике Краснодарского края и достичь прогнозируемых показателей в будущем.

Список использованных источников

1. *Алиева Ф.Б., Волкова Т.А., Карпова Ю.И., Ходыкина М.Ф.* Непроизводственная сфера Краснодарского края / Научное обозрение. 2015. №5.

2. *Алиева Ф.Б., Ходыкина М.Ф., Оконишникова Ю.Е., Волкова Т.А.* Сфера общественного питания Краснодарского края: состояние, проблемы и тенденции развития / Естественные и технические науки. 2016. №6.

3. *Ахмадеева О.А., Идрисова А.И.* Тенденции развития рынка общественного питания в России / Молодой ученый. 2016. №8.

4. Департамент потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края. URL: [http://www.dps-
kk.ru/gosserv/NoReCa/](http://www.dps-kk.ru/gosserv/NoReCa/).

5. *Неганова В.Л., Чирков А.В.* Состояние и тенденции развития рынка общественного питания региона // Экономика региона. 2014. №1.

6. *Савруков Н.Т., Воронов Е.В., Казакова Т.И.* Специфика ресурсного потенциала и тенденции развития предприятий общественного питания / Теория и практика общественного развития. 2012. №4.

7. *Сазонова З.Р.* Современные особенности развития общественного питания / Изв. Росс. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. Т.15. 2007. №39.

8. Услуги общественного питания. Термины и определения: ГОСТ Р 50647 – 2010. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135438/.

9. *Ходыкина М.Ф., Миненкова В.В.* Современное состояние сферы общественного питания Краснодарского края / Электронное периодическое издание для студентов и аспирантов URL: <http://www.journal.mrsu.ru/arts/sovremennoe-sostoyanie-sfery-obshhestvennoho-pitanya-krasnodarskogo-kraya>.

ПЕТРОВИЧ...

Владимир Петрович Рябошапка трагически ушел из жизни 15 октября 2013 г., не дожив до своего 63-го дня рождения 2 недели. Он был замечательным ученым-географом, мудрым и дальновидным, с практически безграничными познаниями в общественной жизни, он был настоящим Человеком, настоящим Другом. Человек с открытой душой – он везде был «своим», его уважали географы Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону и других городов России. Узнав, что вы из Краснодара, интересовались бытием Владимира Петровича, обязательно передавали ему привет.

Многие молодые начинающие ученые обращались к нему за помощью с написанием отзыва, поисками оппонента на защиту, ведущей организации и всегда можно было смело надеяться на Петровича (как ласково и уважительно его все называли).

Из самых сложных ситуаций он выходил с присущим ему оптимизмом, спокойствием и уверенностью. Иногда, даже трудно было поверить, что он успеет что-то сделать, но чудесным образом дело поворачивалось так, как он задумал. Только сейчас возникает мысль, а переживал ли он сам, что какое-то дело может не получиться? Ведь на его лице и в его словах не было и тени намека на возможность неудачи, что вселяло такую же уверенность и в нас самих.

Петрович оставался человеком и другом и за пределами рабочей научной среды. Есть не один десяток людей, которым он помог, кто вспоминает его с теплом на душе и вечной благодарностью. Наверное, мог помочь и кто-то другой, но помогал именно Он.

Есть один случай, когда Петрович «вызволил» из тюрьмы друга, которого обвиняли в серьезном преступлении. Срочно нужно было собрать «круглую» сумму, а у того, кроме Петровича, пожалуй, и друзей-то не было. И Петрович лично отдал половину требуемой суммы, а другую собрал по своим знакомым, близким и друзьям. При этом он наверняка знал, что спасаемый им человек вряд ли вернет ему деньги. И ведь он ни минуты не задумывался над вопросом: помогать или нет?

Сможет ли кто-то повторить такой поступок? Даже не поступок – подвиг! И вся его жизнь останется примером для многих.

Мы помним его среди нас, когда разворачивались научные дискуссии, и Владимир Петрович позволял по-новому взглянуть на обсуждаемый вопрос. Когда, приходя на праздник, он садился в сторонке и сочинял стихи, а поднимая тост за женщин, обязательно провозглашал «Наши шпаги к вашим ногам!». Его поэзия трепетно хранится у коллег в поздравительных открытках ко дню рождения и юбилею, к защите диссертации, ко дню Весны и Любви...

Помним тебя, Петрович! Помнят все те, кто знал этого скромного, но исключительно обаятельного человека...

2017 г.

Д.В. Максимов

Tombe la neige, –
Я хочу вам спеть,
Не вернуть обратно то,
О чем нельзя жалеть...

Все говорят: «Петрович,
Ты пожалей его» –
Я ж не могу иначе,
Бьется быстрее оно!

Ритм этой жизни жесткий,
Задал я сам его,
Время заняться спортом
Было давным-давно...

Кто виноват? Насколько? –
Будут теперь гадать,
А мне бы хотелось только
Лихом не поминать.

Время лети, запомни,
Скоро ты будешь там,
Где мне сегодня надо
Сделать свой первый шаг.

Водкой не поминайте –
Горе я ей залил,
Сказки не сочиняйте –
Я её не любил.

Если кого обидел –
Просто прости меня,
Ведь не со зла, поверьте –
Я очень любил тебя!

15.10.2013 г.

Д.В. Максимов

ЭПИТАФИЯ ВЛАДИМИРУ ПЕТРОВИЧУ РЯБОШАПКО

Схороните меня там, где речка течет,
По кубанской равнине петляя.
Схороните меня там, где вишня цветет,
По весне лепестки рассыпая.

Не успел я дожить. Видит Бог, я хотел.
Не успел дописать, не домыслил.
Так случается часто. Грядущий удел
Неожиданен, даже немислим.

Схороните меня, да налейте вина,
Чтоб никто на поминках не плакал.
Схороните, но знайте, я с вами всегда.
Ведь я жил лишь родным Геофаком.

2016 г.

Т.А. Волкова

НА ЗАЩИТУ КАНДИДАТСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ
ЮЛИИ ИГОРЕВНЫ КАРПОВОЙ

Пришла пора Вам утвердиться:
Отныне Вы авторитет,
Заслуга в том, что пригодится
Добро, что выдал Уч. Совет!
Раскрыли тонкости туризма
Адыгских кланов и племен,
Всегда полны Вы оптимизма
Легко Майкоп был покорен!
Ясны задачи, перспективы,
Еще у Вас все впереди
Мы пожелаем много силы,
! Большого счастья на пути!

2009 г.

В.П. Рябошапко

НА ЗАЩИТУ КАНДИДАТСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ
ИРИНЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ РОМАНОВОЙ

Северокавказские проблемы
Раскрыты были здесь умело,
Беднее кто, а кто богаче
Освещены были удачно!

Асимметричность регионов
Показана весьма весомо,
Хотя и прав профессор Слука,
Здесь был внесен свой вклад в науку!

Уверенно, спокойно, мило
Доклад представлен был на диво,
Вопросы колкие звучали,
Но Иру вряд ли огорчали!

Теперь сказать тут можно смело,
Что свершено большое дело!
И здесь сказать весьма уместно
Что ты достойна тостов летных!

2002 г.

В.П. Рябошапка

В ЧЕСТЬ ВРУЧЕНИЯ ДИПЛОМА КАНДИДАТА НАУК
ИРИНЕ АЛЕКСАНДРОВНЕ РОМАНОВОЙ

Большой тут подвиг совершила,
Прекрасная и милая Ирина!
И восторгаясь вашей грацией
Мы сражены все диссертацией!

Здоровья, мира Вам желаем,
В науке славы, в жизни рая,
Успехов, новых достижений,
Любви и счастья – без сомнений!

А чтоб сбылось у Вас все это,
Вы чаще кушайте конфеты,
Вином прекрасным запивайте
И нас любезно приглашайте!

2003 г.

В.П. Рябошапко

К ЮБИЛЕЮ ИРИНЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ РОМАНОВОЙ

С таким событием прекрасным

Мы славим Вас единогласно!
И шлем привет и пожелания,
Как радостны для нас свиданья!
Рассказ о Ваших достижениях
Отнял бы множество страниц
Юг весь без всякого сомненья,
Болел за Вас и преклонялся ниц
Исследования Ваши изучая.
Любви, здоровья Вам желаем
Еще хороших многих лет
Еще добра и счастья Вам без края
Мы радости сплетаем Вам букет
! И стоя пьем, блюдя сей этикет!

2006 г.

В.П. Рябошапко

НЕМНОГО О ВЫПУСКНИКАХ

Образование кафедры международного туризма и менеджмента на географическом факультете Кубанского государственного университета в 1996 г., совпало с началом развития туризма в Краснодарском крае. Заведующим стал молодой доктор наук Беликов Михаил Юрьевич, под руководством которого кафедра развивалась вместе с отраслью в новом экономическом пространстве, отзываясь на все структурные изменения, инновации и исправно поставляла специалистов для туристской индустрии региона.

За 20 лет продуктивной работы кафедра выпустила 1700 специалистов и бакалавров различных направлений подготовки. Первый выпуск состоялся 1999 г. и 42 молодых специалиста заняли свою нишу на туристском рынке. Вера Владимировна Миненкова – была в их числе, после защиты диссертации и многолетней успешной работы на кафедре, сейчас она возглавляет кафедру экономической социальной и политической географии КубГУ.

С 1996 г. подготовка шла по специальности «Менеджмент организации» со специализацией «международный туризм». 1260 менеджеров успешно работают в туристской индустрии не только в нашем крае и России, но и за рубежом.

Пуныко Инга Мерабовна выпускница 2001 г., одна из первых сотрудников кафедры, уже 22 года работает методистом и преподавателем.

Выпускники 2002 г. – Самойленко Елена и Медникова Юлия живут и работают в Лондоне, Ткаченко Елена в Италии, Педченко Елена работает в туристской компании в Бостоне (США), Бабичева Елена и Торосян Григорий работают в Китае. Дубровская Наталья возглавляет турфирму «Н-Тревел» в Краснодаре, Духовенко Евгения владеет международной туроператорской компанией «Альтаир» в г. Краснодаре. Некрасова Марина Леонидовна доктор географических наук, работает на кафедре уже 14 лет.

Поистине, звездным, был выпуск 2003 г. Клавдия Венцель долгое время работала в Японии в туристской компании, и была очень ценным сотрудником, так как в совершенстве владела

английским и японским языками, сейчас живет в Австралии. Тигран Папян учился и работал в гостиничном бизнесе в Новой Зеландии. Афанасьева Юлия работает в гостинице в США. Сулавко Ольга владеет гостиницей «Максимус» в г. Анапа, Щербина Елена гостиницей «Круиз» в г. Геленджике, Козюра Екатерина открыла детскую языковую школу в Анапе, Драчева Яна кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного и туристского бизнеса в ЮИМ, входит в состав учредителей ООО «Аэросервис Трэвел» в г. Краснодаре. Мостовой Владимир, хотя и не работает в туризме, но является заместителем руководителя департамента промышленной политики Краснодарского края. Карпова Юлия Игоревна кандидат географических наук, доцент, работает на кафедре 10 лет.

Выпускница 2005 г. Фирсова Виктория успешно занимается разработкой индивидуальных туров в собственной туристской компании «Бель Тур» в г. Краснодаре. Волкова Татьяна Александровна кандидат географических наук, доцент, зам. декана по науке географического факультета и Рововая Татьяна Александровна, доктор философских наук, доцент кафедры, работают на кафедре 12 лет.

Фокин Дмитрий Николаевич, выпускник 2009 г., генеральный директор IT-компании «CarX Technologies», с 2015 г. преподаватель кафедры.

Никишов Станислав Юрьевич выпускник 2012 г., генеральный директор ООО «Сто-Тур» г. Краснодар, с 2013 г. преподаватель кафедры.

Последний выпуск специалистов-менеджеров состоялся в 2013 г., один из лучших студентов Кузнецов Игорь работает в Министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края.

С 2012 по 2015 гг. кафедра выпускала специалистов по направлению «Социально-культурный сервис и туризм» (СКСТ). Выпускницы СКСТ 2012 и 2013 гг. Баядян Анна Юрьевна и Ходыкина Мария Федоровна также являются преподавателями кафедры. В целом около 40% профессорско-преподавательского состава составляют выпускники кафедры.

В 2013 г. кафедра международного туризма и менеджмента в связи с переходом на новую систему обучения начала

выпускать бакалавров по направлениям «Туризм», «Сервис» и «Гостиничное дело». Приятно сознавать, что популярность кафедры с годами только растет, это видно по количеству выпускников. В 2014 г. – 108 чел., в 2015 г. – 156, а в 2016 г. – 158.

Поэтому сегодня, спустя 20 лет, можно с уверенностью сказать, что кафедра международного туризма и менеджмента, внесла весомый вклад в современный уровень развития краевой туристской индустрии, обеспечив отрасль специалистами различного ранга от администратора до министра.

2016 г.

*И.А. Романова, В.В. Анисимова,
М.Л. Некрасова*

НЕМНОГО О СОТРУДНИКАХ

Беликов Михаил Юрьевич – декан географического факультета КубГУ, заведующий кафедрой международного туризма и менеджмента, академик РАЕН, доктор географических наук, профессор.

Рыжволова Элла Александровна – заместитель декана географического факультета по воспитательной работе, кандидат географических наук, доцент.

Мищенко Александр Александрович – заместитель декана географического факультета по учебной работе, кандидат географических наук, доцент.

Волкова Татьяна Александровна – заместитель декана географического факультета по науке, кандидат географических наук, доцент.

Миненкова Вера Владимировна – заведующая кафедрой экономической социальной и политической географии, кандидат географических наук, доцент.

Некрасова Марина Леонидовна – доктор географических наук, доцент.

Рововая Татьяна Александровна – доктор философских наук, профессор.

Анисимова Виктория Викторовна – кандидат географических наук, доцент.

Карпова Юлия Игоревна – кандидат географических наук, доцент.

Комаревцева Наталья Александровна – кандидат географических наук, доцент.

Максименко Анна Григорьевна – кандидат географических наук, доцент.

Максимов Дмитрий Васильевич – кандидат географических наук, доцент.

Романова Ирина Александровна – кандидат географических наук, доцент.

Горецкий Владислав Владимирович – кандидат экономических наук, доцент.

Фокин Дмитрий Николаевич – кандидат географических наук, преподаватель.

Жаворонков Дмитрий Викторович – кандидат социологических наук, доцент.

Макрем Исмаил Фарес – кандидат филологических наук, доцент.

Баядян Анна Юрьевна – преподаватель.

Воронина Виктория Владимировна – преподаватель.

Жуликов Антон Андреевич – преподаватель.

Лагодина Лидия Игоревна – преподаватель.

Никишов Станислав Юрьевич – преподаватель.

Ходыкина Мария Федоровна – преподаватель.

Пунько Инга Мерабовна – преподаватель, методист.

Малова Элла Викторовна – методист.

Хорт Татьяна Викторовна – методист.

Ходыкина Анна Федоровна – лаборант.

Ягода Алеся Вадимовна – лаборант.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
Поздравления с юбилеем кафедры международного туризма и менеджмента	5
1. Ретроспективный анализ развития туризма в Краснодарском крае <i>Беликов М.Ю., Романова И.А., Анисимова В.В., Некрасова М.Л.</i>	12
2. Коса Долгая как ресурс развития ТРК Ейского района Краснодарского края <i>Волкова Т.А.</i>	24
3. Корпоративный кодекс отеля: функции и цели создания <i>Жаворонков Д.В.</i>	47
4. Общая характеристика основных видов активного отдыха <i>Карпова Ю.И.</i>	51
5. Природные лечебные факторы курортов Краснодарского края <i>Комаревцева Н.А., Карпенко П.Л., Пунько И.М.</i>	61
6. Новый взгляд на туризм с целью отдыха и развлечений <i>Максименко А.Г.</i>	73
7. Разработка методики расчета величины туристского потока по данным о роумерах операторов сотовой сети <i>Максимов Д.В., Кузнецов И.К., Куделя Е.В.</i>	79
8. Территориальная дифференциация инвестиций в санаторно-курортную и туристскую сферу Краснодарского края <i>Максимов Д.В., Миненкова В.В., Филобок А.А.</i>	92
9. Территориальная организация туристской отрасли как объект исследования современной рекреационной географии <i>Некрасова М.Л., Романова И.А., Анисимова В.В., Баядян А.Ю.</i>	103
10. Влияние экономических факторов на основные тенденции развития туристической отрасли России <i>Рововая Т.А.</i>	117

11. Познавательные экскурсионные программы в системе экологического образования	124
<i>Рыжволова Э.А.</i>	
12. Оценка современного состояния индустрии общественного питания Краснодарского края	139
<i>Ходыкина М.Ф.</i>	
ПЕТРОВИЧ. Произведения В.П. Рябошапко	151
Немного о выпускниках	159
Немного о сотрудниках	162
Содержание	164

Научное издание

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ
В ТУРИЗМЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ:
первые 20 лет в науке – взгляд в будущее

Монография

Монография издается в авторской редакции

Подписано в печать 01.03.2017. Формат 60x84¹/₁₆

Печать цифровая. Усл. печ. л. 10,3

Тираж 500 экз. Заказ № 2903.

Кубанский государственный университет
Издательско-полиграфический центр КубГУ
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

