

УДК 338.48-31:167.1  
Е. В. Логвина

## ***Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях санкционной политики в Крыму***

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», Таврическая академия (структурное подразделение), г. Симферополь  
e-mail: [vivat.log.1474@mail.ru](mailto:vivat.log.1474@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы сезонности в условиях санкционной политики. Учитывая выявленные проблемы, касающиеся сезонности в туристской отрасли в Крыму, рассмотрены пути расширения рамок курортного сезона путем диверсификации видов туризма, стимулирования сферы туризма, переориентации на внутренний туризм, а также привлечения инвестиций с использованием механизмов государственно-частного партнерства.

**Ключевые слова:** полуостров, политические и экономические санкции, сезонность, туризм, границы сезонности, туристский продукт, туристская отрасль Крыма, санкции, туристский сезон.

### **Введение**

В условиях политических и экономических санкций в Крыму сократились туристские потоки въездных туристов из Европы и Азии, увеличились риски реализации совместных инвестиционных проектов индустрии гостеприимства.

Ответом туристского бизнеса полуострова будет решение одной из важнейших задач – расширение границ сезонности, что будет способствовать переориентации на внутренний туризм.

Главной особенностью туристического бизнеса является подверженность резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт.

Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики определенных явлений, которые проявляются во внутригодовых повышениях или понижениях уровней показателей на протяжении ряда лет. Если рассматривать сезонность применительно к туристской индустрии – это устойчиво повторяющаяся, характерная для данного места цикличность туристической деятельности, связанная с изменением условий рекреации. С экономической точки зрения это повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами.

На протяжении столетий в Крыму развивается туризм, являясь при этом приоритетной отраслью развития народного хозяйства Республики.

Сезонность в туризме оказывает большое влияние на рентабельность всех туристских предприятий, а также др. производств, ориентированных на обслуживание туристов (особенно это сказывается на предприятиях с высокой трудоемкостью и капиталоемкостью, а также на сфере услуг). Изучение сезонности в туризме позволяет не только выявить степень влияния природно-климатических условий на формирование потока туристов, установить продолжительность туристического сезона, а также определить экономические последствия сезонности на уровне региона и туристской фирмы и разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов и т. п.

Проблема сезонности, цикличности в туризме прослеживается на протяжении столетий. Функционирование туристского рынка и связанных с ним предприятий туристской индустрии подвержено резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт.

Расширение границ туристского сезона оказывает влияние на эффективность работы в туризме:

- полная «занятость» населения ведет к сокращению безработицы;
- наиболее полное использование «основных фондов» других отраслей – транспорта, питания, коммунально-бытового хозяйства и др.;
- сглаживание сезонных колебаний ведет к более рациональному использованию природных ресурсов [1].

### **Материалы и методы**

Крым в чрезвычайно непростой международной обстановке продолжает интеграцию в российскую государственную и экономическую систему [2].

В связи с геополитической обстановкой и введением санкций западными странами против Крыма произошло осознание новых реальностей и определение возможных изменений, а также возможностей им противостоять.

Как работает Крым в условиях санкций? За четыре года в российском Крыму реализованы масштабные проекты, направленные на обеспечение его устойчивого развития: строительство транспортного моста через Керченский пролив, трассы «Таврида», нового аэровокзального комплекса симферопольского аэропорта.

Повлияли ли санкции на развитие туристской отрасли Крыма?

Ответ такой: какие бы санкции не вводились, Крым всегда будет привлекать туристов природной красотой гармонично сочетающихся лесной, степной и горной зон, а также историко-культурным наследием.

Рассмотрим анализ следующих показателей. Так средства, поступившие от реализации туристского продукта в 2016 году, по сравнению с 2014 годом возросли в 6,2 раза (соответственно 2813972,5 тыс. руб. – 2016 г. и 454835,0 тыс. руб. – 2014 г.).

По итогам 2015 года Крым посетили 4,6 млн туристов, что на 21,0 % выше уровня 2014 года, а в 2016 году – 5,6 млн туристов (21,2 % выше уровня 2015 года).

Налоговые поступления в бюджет Крыма от туристской отрасли составили: в 2014 году – 1 млрд 697 млн руб.; в 2015 году – 2 млрд 055 млн руб.; и в 2016 году – 2 млрд 362 млн руб.

В 2015 году из общего количества туристов на ЮБК отдохнуло 59 %, на Восточном побережье 17 %, на Западном также 17 %, в других регионах – 6 %.

В 2016 году ЮБК – 46,5 %, на Восточном – 18 %, на Западном – 31 %, в других регионах – 4,5 %.

Предпочтения в 2016 туристами отдано ЮБК и Западному побережью.

В 2016 г. проведена работа по модернизации более 20 санаторно-курортных и гостиничных учреждений.

**Таблица 1.**

#### **Анализ структуры туристских фирм по видам деятельности**

Виды деятельности	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	к-во	%	к-во	%	к-во	%

Туроператорская деятельность	13	18,0	4	8,3	10	2,9
Туроператорская и турагентская	18	25,0	14	29,2	51	14,7
Турагентская	24	34,0	24	50,0	125	36,1
Экскурсионная	16	23,0	6	12,5	160	46,3
Всего, ед.	71	100	48	100	346	100

Составлено автором [3]

Из таблицы видим, что в 2016 году количество турфирм, занимающихся турагентской деятельностью, возросло до 125 единиц (в 2015 году данный показатель составил 24 единицы). А в структуре общего количества турфирм составило 36,1 %. Отметим, что экскурсионная деятельность в 2016 году осуществлялась 160 единицами, что в структуре – 46,3 % (в 2015 году – 6 единиц, или 12,5 %). Также отметим, что в 2016г. количество турфирм, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, составило 51 единицу (2015 г. – 14 ед.).

Однако отметим, что наиболее сильное отрицательное воздействие на развитие туризма в Крыму оказывает такое явление, как сезонность.

Проблеме сезонности уделяли внимание отечественные ученые: Квартальнов В. А., Александрова А. Ю., Балабанов И. Т.

Балабанов И. Т. отмечает, что **сезонность** – это устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет.

Под **сезонностью** понимают устойчиво (из года в год) повторяющуюся, характерную для данного места цикличность туристской деятельности, связанную с изменением условий рекреации [4].

Сезонный туризм – это такие посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта. [5]

Также можно отметить, что туристским сезоном называется время, в которое совершается максимальное количество поездок. А межсезоньем – период спада путешествий. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно-климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия.

Сезонные колебания – повышение или понижение уровня экономической активности, масштабов экономической деятельности вследствие смены сезонов. Сезонные колебания различны для отдельных видов и форм туризма. Продолжительность того или иного туристского сезона зависит от уровня развития туристского предложения. Сезонность в туризме обусловлена рядом объективных и субъективных факторов [6].

Сезонность в туризме характеризуется следующими признаками:

1. период максимальной интенсивности туристского потока называется главным туристским сезоном;
2. туристский регион, туристская фирма в зависимости от развития вида туризма могут иметь один или несколько туристских сезонов. Различают четыре

сезона по степени интенсивности туристских поездок: «**пик**» – период, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности, характеризующийся максимальной плотностью туристов и наиболее комфортными условиями для рекреации; «**высокий**» – наибольшая деловая активность на туристском рынке, действие наиболее высоких тарифов на туристский продукт и услуги; «**низкий**» – сезон снижения деловой активности на туристском рынке, для которого характерны самые низкие цены на туристский продукт и услуги; «**мертвый**» – период, максимально неблагоприятный для организации рекреационной деятельности;

3. развитые в туристском отношении страны, регионы, центры, фирмы имеют более продолжительный главный туристский сезон, а интенсивность туристского потока не имеет ярко выраженной сезонной неравномерности, то есть значительные сезонные колебания характерны для невысокого уровня развития туристского предложения;

4. сезонные колебания в туризме различны для отдельных видов туризма по времени.

Необходимо отметить факторы, оказывающие влияние на сезонность в туризме:

- природно-климатические – это сочетание уникальных рекреационных ресурсов для развития спортивного, оздоровительного, познавательного и других видов туризма;
- экономические – структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения;
- социальные – наличие свободного времени;
- демографические – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам;
- психологические – традиции, мода, подражание;
- материально-технические – развитие сети размещения, питания, транспорта, культурно-оздоровительного обслуживания;
- технологические – комплексный подход в предоставлении качественных услуг.
- политическая обстановка и международное окружение [7].

В Крыму фактор сезонности проявляется внутригодовой климатической контрастностью. Поэтому туристская деятельность носит массовый характер в летний период (сухой и жаркий), а холодный период года (самый длинный из всех стран Средиземноморья) – это «мертвый» сезон. В летние месяцы наблюдается интенсивность туристских потоков и снижение их зимой и в межсезонье. Однако для тех, кто предпочитает зимние виды спорта, подходят и зимние месяцы.

Сглаживание сезонности является первоочередной задачей реорганизации туристской деятельности в Крыму.

Расширение границ сезонности имеет две цели: экологическую и экономическую. Экологическая цель: частичное сглаживание сезонных колебаний численности туристов позволит уменьшить нагрузку на ПТК, водные ресурсы и пр. в период массового отдыха. Экономическая цель: привлечение дополнительных денежных средств в сферу туристской деятельности, повышение экономической эффективности комплекса туристических предприятий, решение проблемы

занятости местного населения районов туристско-рекреационной деятельности в межсезонье.

Расширение границ курортного сезона необходимо для противостояния санкциям и стимулированию развития новых видов туризма.

Обратим внимание на виды туризма относительно сезонности:

1) подверженные сезонным колебаниям (оздоровительный и купально-пляжный туризм);

2) не подверженные сезонным колебаниям (культурно-познавательный туризм, конгрессный, фототуризм, событийный и т. д.).

На современном этапе развития туристской отрасли в Крымском регионе сезонные колебания туристских потоков создают экономические и организационные трудности для туристского обслуживания, что создает проблемы: в обслуживании туристов; в работе транспорта; организации питания; обеспечении жильем; проведении экскурсионной работы; несоответствие между туристским спросом и предложением.

В Крыму сезонность порождает серьезные проблемы и создает значительные трудности для развития туристской отрасли полуострова, а именно:

1. снижает рентабельность туристических предприятий;
2. эффективность использования основных фондов;
3. ухудшает обслуживание туристов в пик сезона;
4. способствует текучести кадров (вследствие недогрузки предприятий туризма в межсезонный период);

5. обострение противоречий между спросом на туруслуги и стабильным турпредложением;

6. стимулирование роста инвестиций в туротрасль и развитие инноваций.

Сезонность в туризме влияет на структуру занятости работников в туристской индустрии (значительный удельный вес неполной занятости; сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки; низкий удельный вес квалифицированного персонала; ограниченные возможности профессионального роста).

Сезонность оказывает влияние на отдельные отрасли экономики, на окружающую среду и кадровый потенциал в сфере туризма.

В связи с сезонностью на туристских предприятиях значительно снижается экономическая эффективность капитальных вложений. Из этого следует стремление по возможности продлить период функционирования туристских предприятий, сводя к минимуму факторы сезонности. Не использованные на протяжении длительного периода фонды туристических предприятий заметно повышают цену туристских услуг. Единственный путь решения проблемы – сглаживание сезонности, а затем достижение по возможности более или менее равномерного использования их по временам года.

### **Результаты обсуждения**

С проблемой сезонности перед туристскими организациями и учреждениями возникает необходимость выработки политики, направленной на уменьшение сезонных спадов.

Решить проблему можно с помощью различных путей преодоления сезонной контрастности:

1. введение сезонной дифференциации цен;
2. разработка и продвижение новых видов туристического продукта, не подверженных сезонным колебаниям (развитие конгрессного и событийного туризма, а также социального туризма для целевых групп);
3. привлечение туристов в межсезонье (мероприятия: ярмарки, национальные праздники и т. д.);
4. реклама новых видов туризма;
5. повышение уровня сервиса;
6. внедрение новейших научных разработок и достижений техники (информационные терминалы для туристов);
7. стимулирование программ обновления и реконструкции существующей туристской инфраструктуры.

Туристскому бизнесу Крыма необходимо уделять особое внимание формированию информационного поля через целевые информационные системы и компании, имеющие высокую репутацию на международном рынке. Постоянно практиковать выставки-презентации и другие мероприятия по формированию привлекательного имиджа (различных территорий рекреации).

Современный туристский продукт должен быть ориентирован не только на диверсификацию, но и на соответствие тенденциям развития туристских потребностей.

Для удовлетворения потребностей туристов место их назначения должно отвечать принципам формирования туристской стоимости, удобства и своевременности. Туристы как потребители сравнивают цены и преимущества мест назначения, а также оценивают время, усилия и ресурсы, которые необходимо потратить на возможное повышение уровня знаний и опыта, получение удовлетворения от развлечений и воспоминаний во время туристской поездки. При этом основные удобства включают время поездки туриста до места размещения, отсутствие языкового барьера, чистоту и санитарию, доступ к интересным местам и личные потребности (питание, медицинское обслуживание, коммуникации и т. д.) [8].

Продолжительность того или иного туристского сезона зависит от уровня развития туристского предложения.

### **Выводы**

Рекреационно-туристский комплекс Крыма – это совокупность связанных между собой отраслей и предприятий, объединенных общей целью круглогодичного использования курортов полуострова в целях восстановительного лечения, медицинской реабилитации и оздоровления населения ближнего и дальнего зарубежья, а также создание конкурентоспособного туристского продукта на основе эффективного использования природных, лечебных, социально-культурных и производственно-экономических ресурсов региона.

Крымский рынок курортных и туристических услуг характеризуется достаточно высокими потенциальными возможностями, где имеется большое количество субъектов, предлагающих санаторно-курортные и туристические услуги, различные по качеству и стоимости.

Преодоление сезонности будет способствовать продвижению турпродукта как на внутренние, так и на международные рынки.

Санкции приводят к сокращению объемов туристских потоков и расходов в сфере туризма.

Задачей повышения устойчивости турбизнеса в условиях санкций является переход на «импортозамещение», т. е. переориентация туристского комплекса с выездного на внутренний туризм. Необходимо уделять большое внимание обновлению существующих турпродуктов и поиску новых ресурсов для туризма (создание заповедных и культурных территорий, выделение природных, ландшафтных ресурсов и т. д.). Удовлетворение растущих потребностей туристов требует от туристской индустрии высокого качества туристского продукта.

Принятие закона о введении обязательной классификации гостиниц и других средств размещения позволит повысить уровень сервиса, а также сделает соотношение «цена-качество» более доступным для потребителей, повысит доверие граждан к качеству отдыха.

Крым по своему геополитическому положению является привлекательным для инвестиций.

Сегодня инвестиции могут осуществляться только за счет внутренних источников, поэтому одним из способов развития туризма можно считать механизм государственно-частного партнерства. Турфирмы должны начать работу по формированию, совершенствованию и диверсификации туристских продуктов, связанных с различными программами внутреннего туризма. Эти программы будут иметь результат при условии формирования и модернизации гостиничной и транспортной инфраструктуры.

«Сочетание территориально-географического аспекта с культурно-историческими, этнонациональными, конфессиональными факторами» позволит справиться с сезонностью в туристском бизнесе и введенными санкциями на полуострове.

В управлении туризмом за последние годы внедряются новые технологии, такие как туристские кластеры, обеспечивающие функционирование туристской деятельности на определенной территории. Изменения в управлении туризмом приводят к качественным изменениям в процессах туристской отрасли, а именно форматированию туристских услуг и появлению сетевых продуктов.

С 2015 года в рамках ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» осуществляется финансирование создания на территории республики туристско-рекреационных кластеров (предусмотрено 5 туристско-рекреационных кластеров). Данные кластеры будут создаваться до 2020 года – общий объем финансирования кластеров из федерального бюджета составляет 23881,57 млн руб.

Расширению границ сезонности будет способствовать сотрудничество Крымского региона с регионами Российской Федерации в сфере развития туризма и межрегионального сотрудничества (использование историко-культурного и туристско-рекреационного потенциала регионов, в т. ч. зимой, проведение экскурсий и организация отдыха туристских групп, а также создание единой сети туристских маршрутов).

Введение санкций США и Евросоюзом против граждан, бизнесменов и компаний не повлияло на проведение в Крыму IV Ялтинского международного

экономического форума, участие в котором приняло 71 государство. «Самыми многочисленными из международных участников стали делегации Австрии и Германии», – отметил Сергей Аксенов.

Государственная политика в сфере развития туризма отражена ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)».

В ежегодном президентском послании Федеральному собранию Президент подчеркнул, «что в мире накоплен колоссальный технологический потенциал, скорость прогресса увеличивается и от того, насколько эффективно мы сможем ответить на вызовы времени, зависит будущее страны... Нам нужно обеспечить такую созидательную мощь, такую динамику развития, чтобы никакие преграды не помешали нам уверенно, самостоятельно идти в перед. Это и есть наша общая задача в настоящий момент» [9].

### *Литература*

1. Социально-культурный сервис и туризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://revolution.allbest.ru>
2. Туризм в Крыму и внешнеполитический фактор дата: 26 мая 2017 журнал №: 60 рубрика: среда обитания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.menswork.ru/>
3. Статистический ежегодник Республики Крым. 2016. Симферополь, 2017. 380 с.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 1999. 176 с.
5. Александрова А. Ю. Международный туризм [Учебник]. М.: Аспект Пресс, 2002. 286 с.
6. Сезонные колебания [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://dic.academic.ru>.
7. Бабкин А. В. Эволюция туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism](http://tourlib.net/books_tourism).
8. Сенин В. С. Организация международного туризма: учеб. 2-е изд., перераб, и доп. М.: Финансы и статистика, 2010. 400 с.
9. Филиппов Н. Путин наше будущее. Газета «Крымская Правда» № 37 (26780) от 02.03.2018г.)

*Logvina E.*

---

### ***Seasonality problems in tourism and the way of her overcoming in the conditions of sanctions policy in the Crimea***

---

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida  
Academy, Simferopol, Russian Federation  
e-mail: [vivat.log.1474@mail.ru](mailto:vivat.log.1474@mail.ru)

***Annotation.*** In article seasonality problems in the conditions of sanctions policy are considered. Considering the revealed problems concerning seasonality in tourist branch in the Crimea ways of expansion of a framework of a resort season by

*diversification of types of tourism, stimulation of the sphere of tourism, reorientation to internal tourism and also attraction of investments with use of mechanisms of public-private partnership are considered.*

**Keywords.** *peninsula, political and economic sanctions, seasonality, tourism, limits of seasonality, tourist product, tourist branch of the Crimea, sanction, tourist season.*

### **References**

1. Social'no-kul'turnyj servis i turizm, [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://revolution.allbest.ru> (in Russian)
2. Turizm v Krymu i vneshnepoliticheskij faktor data: 26 maja 2017 zhurnal №: 60 rubrika: sreda obitanija [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.menswork.ru/>. (in Russian)
3. Statisticheskij ezhegodnik Respubliki Krym. 2016, Simferopol' 2017g. 380s. (in Russian)
4. Balabanov I. T., Balabanov A. I. Jekonomika turizma: Ucheb. Posobie. M.: Finansy i statistika, 1999. 176 s. (in Russian)
5. Aleksandrova A. Ju. Mezhdunarodnyj turizm Uchebnik. M.: Aspekt Press, 2002. (in Russian)
6. Sezonnye kolebanija [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa <http://dic.academic.ru>
7. Babkin A. V. /A. V. Babkin. Jevoljucija turizma. [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: [http://tourlib.net/books\\_tourism](http://tourlib.net/books_tourism). (in Russian)
8. Senin V. S. Organizacija mezhdunarodnogo turizma: ucheb. – 2-e izd., pererab. i dop. M.: Finansy i statistika, 2010. 400 s. (in Russian)
9. Filippov N. Putin nashe budushhee. Gazeta «Krymskaja Pravda» № 37 (26780) ot 02.03.2018g.). (in Russian)

*Поступила в редакцию 10.05.2018г.*