

УДК 911.3

Яковенко И. М.¹
Страчкова Н. В.²

Трансформация портрета туриста Крыма

¹Таврическая академия (структурное подразделение),
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика
Крым, Российская Федерация
e-mail: yakovenko-tnu@ya.ru

²Таврическая академия (структурное подразделение),
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика
Крым, Российская Федерация
e-mail: natastrachkova@mail.ru

Аннотация. Проанализированы результаты социологических опросов 1999-2000 гг. и 2014-2018 гг. с целью выявления основных изменений ключевых параметров спроса на туристский продукт Крыма. Выделены направления трансформаций портрета туриста Крыма в контексте социо-геодемографических характеристик, социальной структуры туристского потока, регионов формирования спроса, функциональных и территориальных потребительских предпочтений. Определены тенденции, характерные для общемировой динамики потребительского спроса на услуги туризма и отдыха.

Ключевые слова: туризм, Крым, спрос, туристский продукт, портрет туриста.

Введение

Важнейшим направлением туристского геомаркетинга выступают социологические исследования туристского спроса. Изучение потенциальных и реальных потребителей туристского продукта и выявление сдвигов в объеме спроса, его структуре, функциональной и территориальной избирательности нацеливают производителей туристско-рекреационных услуг на опережающее, инновационное развитие системы туристского предложения и достижение эффективных экономических и социальных результатов в конкурентной борьбе.

Особенностью геомаркетинговых исследований международного, национальных и региональных туристских рынков в последнее десятилетие стало активное использование так называемых портретов туристов. Их миссией является детальное изучение комплекса демографических, социально-экономических, социокультурных и социально-психологических характеристик потребителей с целью прогноза будущей емкости рынка, его конъюнктуры и тенденций развития. Социологические опросы с последующим составлением портретов туристов предпринимают органы государственного управления в сфере туризма, международные, национальные и региональные туристские организации, профильные ассоциации, высшие учебные заведения и отдельные исследователи. Так, в России в 2018 г. портрет российского туриста составляли эксперты онлайн-сервиса UFS Travel [1], сервисной компании Туту.ру [2], компании «Ernst & Young» [3]. Успешным примером частной инициативы является деятельность интегрированной компании маркетинговых коммуникаций MMGY Global, в

рамках которой с 2017 г. ежегодно выпускается «Портрет американских путешественников» [4]. Заслуживает внимания ориентированная на туроператоров информация, касающаяся предпочтений узких сегментов потребителей, в т.ч. путешествующих семьей, любителей истории, изысканной кухни, приключений, шопинга, сознательных экологов и др.

В Крыму портреты туриста, начиная с 2014 г., составляются на основе социологических опросов отдыхающих, проводимых Министерством курортов и туризма Р. Крым. Вместе с тем, серьезные аналитические исследования разновременных срезов потребительской аудитории крымского регионального турпродукта в специальной литературе отсутствуют. Целью данной статьи является выявление направлений трансформации туристского спроса в Крыму на основе портретов туристов, составленных в 1999-2000 гг. и 2014-2018 гг.

Материалы и методы

В рамках литературно-аналитического метода изучены опубликованные материалы, имеющие отношение к исследованиям особенностей спроса на услуги туристско-рекреационного рынка Крыма. Анализ результатов социологических исследований осуществлялся с использованием данных отчетов Министерства курортов и туризма Республики Крым, а также авторских геомаркетинговых исследований 1999-2000 гг.

Результаты и обсуждение

Процесс интеграции Республики Крым и г. Севастополя в российское социально-экономическое пространство обуславливает изменение всех параметров туристско-рекреационного продукта региона. Социологические опросы, ежегодно проводимые Министерством курортов и туризма Республики Крым, отражают ряд устойчивых изменений в потребительском сегменте туристско-рекреационных услуг региона.

Анализ социо-демографических характеристик туристов выявил устойчивое численное преобладание женщин в общем количестве отдыхающих (около 60% в период 1999-2000 гг. и 2015-2016 гг.); при этом данная тенденция является общемировой и отражает растущую популярность отдыха женщин с детьми (рис. 1). Возрастная структура крымских туристов представлена преимущественно молодыми, наиболее мобильными возрастными группами (доля лиц в возрасте до 45 лет составляет около 80%), однако по сравнению с сезонами 1999 и 2000 гг. заметно резкое сокращение удельного веса лиц в возрасте до 25 лет (более, чем на 20%).

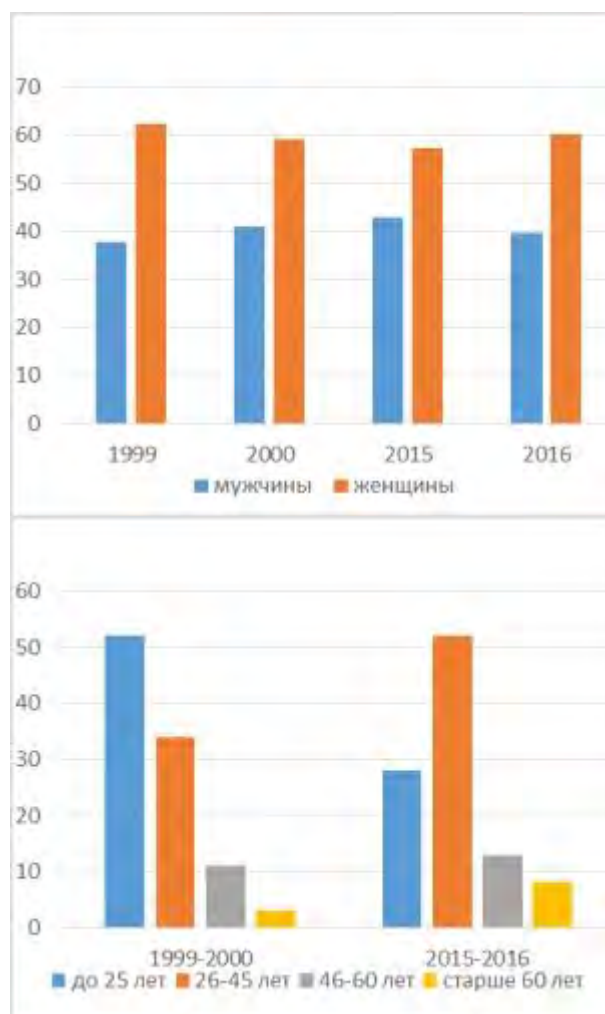


Рис. 1. Половозрастная структура туристского потока в Крым в 1999-2016 гг., %.
Составлено авторами по: [5, 6, 7]

В структуре респондентов по социальному положению доминируют работники бюджетных организаций (более 50% респондентов), отдых которых организован с участием профильных профсоюзных организаций (рис. 2). Диаграмма зафиксировала существенное сокращение удельного веса государственных служащих в опросах 2015 и 2016 гг. в сравнении с 1999 г., а также учащихся и студентов (до 16% в 2016 г.), что объясняется невысокими доходами последних и отсутствием специальных программ государственной поддержки молодежного туризма. Несмотря на то, что пенсионеры составляют основной контингент санаторно-курортных учреждений полуострова, их удельный вес остается низким (около 5%). Доля предпринимателей в структуре туристского потока стабильно растет, но пока не превышает 10% (2% в 2015 г., 9% в 2018 г.) [8].

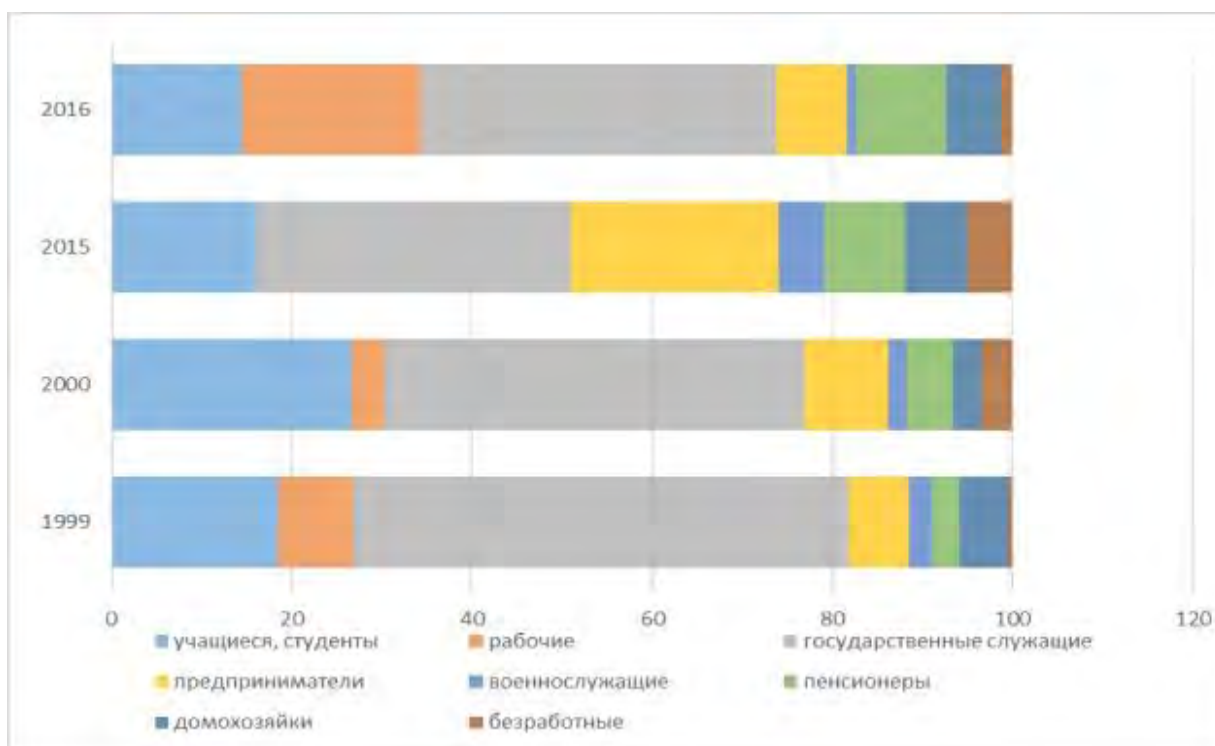


Рис. 2. Социальная структура туристского потока, %.
Составлено авторами по: [5, 6, 7]

Благоприятные перспективы для активизации делового туризма в Крыму открываются в связи с вступлением в силу с 01 января 2015 года Федерального закона №377-ФЗ от 29.11.2014 г. «О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя», а также в результате введения в действие в 2018 г. двух важнейших инфраструктурных объектов – нового аэровокзального комплекса Международного аэропорта «Симферополь» и Крымского моста, соединившего полуостров с материковой частью Российской Федерации.

С 2014 г. Республика. Крым и г. Севастополь интегрируются в туристское пространство Российской Федерации, и в условиях антикрымских санкций приоритетным направлением становится обслуживание внутреннего туристского потока [9]. Если российские граждане по результатам опросов в 2000 г. формировали 22,4% туристского потока, то с 2015 г. их доля составляет не менее 90% (рис. 3). Удельный вес украинцев за те же периоды сократился с 74,3% до 10%. Постоянное уменьшение доли иностранных туристов следует рассматривать как закономерное, но крайне отрицательное последствие изменения геополитических позиций Крыма (по сравнению с 1999 г. данный сегмент въездного потока уменьшился с 24,6% до 4% в 2015 г. и 2% в 2018 г.), при этом особую деструктивную роль сыграл запрет ЕС на заход в крымские порты круизных лайнеров.

По официальному заявлению А. Черняка, председателя комитета по санаторно-курортному комплексу Государственного совета Республики Крым, за

курортный сезон 2018 г. Крым посетили с деловыми и лечебными целями представители 132 стран, в том числе США, Германии, Великобритании, Франции, Канады, Австралии [10]. По мнению экспертов, визиты иностранцев в Крым в настоящее время носят характер частной инициативы, поскольку в Крыму не осталось фирм, которые специализируются на организованном приёме иностранных туристов. Крупные российские туристические фирмы также не занимаются перевозкой иностранцев в Крым, поскольку из-за санкций Евросоюза, предполагающих запрет на оказание туристических услуг Крыму, у них возникают проблемы с осуществлением международных платежей [11].

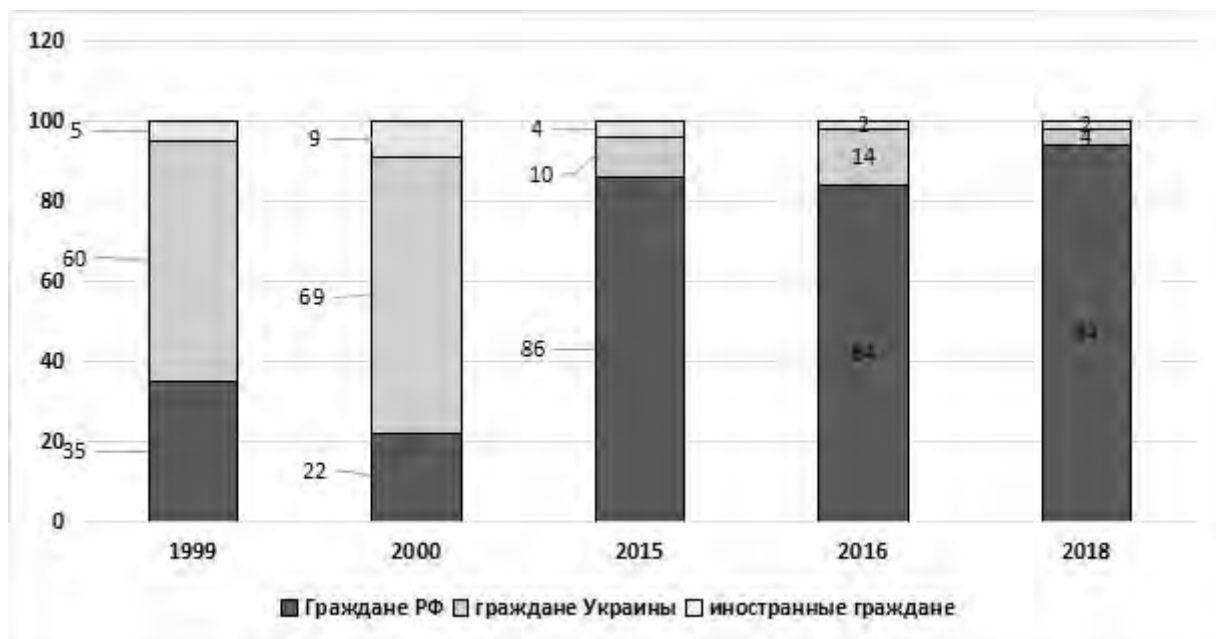


Рис. 3. Регионы формирования спроса на туристский продукт Республики Крым, %. Составлено по: [5, 6,]

Формирование барьерных сухопутных рубежей на границе с Украиной вызвало не только переориентацию рынка сбыта туристских услуг Крыма с северного вектора на восточный, но и определило кардинальные изменения в структуре видов транспорта, используемых для прибытия к месту проведения отдыха. Следствием транспортной блокады Крыма стало изменение позиций региона в системе международного туристского движения, а также реструктуризация транспортных потоков в пользу авиационного и автомобильного видов транспорта (табл. 1).

Таблица 1.
Виды транспорта, используемые туристами для прибытия к месту отдыха в Р. Крым, %

Виды транспорта	1999 г.	2000 г.	2015 г.	2016 г.	2018 г.
железнодорожный	84,1	78,7	6,0	1,0	-
авиационный	7,0	7,9	54,0	55,0	37
автомобильный	8,6	13,2	36,0	38,9	63
водный	0,3	0	3,0	5,0	-
прочие виды	-	0,2	1,0	0,1	-

Составлено авторами по [5, 6, 12-15]

Открытие Крымского моста и нового аэровокзального комплекса Международного аэропорта «Симферополь» привели к расширению географии формирования спроса на отдых в Крым на российском рынке и вовлечению в туристский поток жителей более отдаленных от полуострова регионов. Примерами могут служить Уральский и Поволжский федеральные округа, удельный вес которых вырос с 7% в 2015 г. до 23% в 2018 г. При этом главными регионами, поставляющими туристов в Крым, по-прежнему остаются г. Москва и г. Санкт-Петербург, на долю которых приходится до 40% въездного туристского потока в Крым (рис. 4).

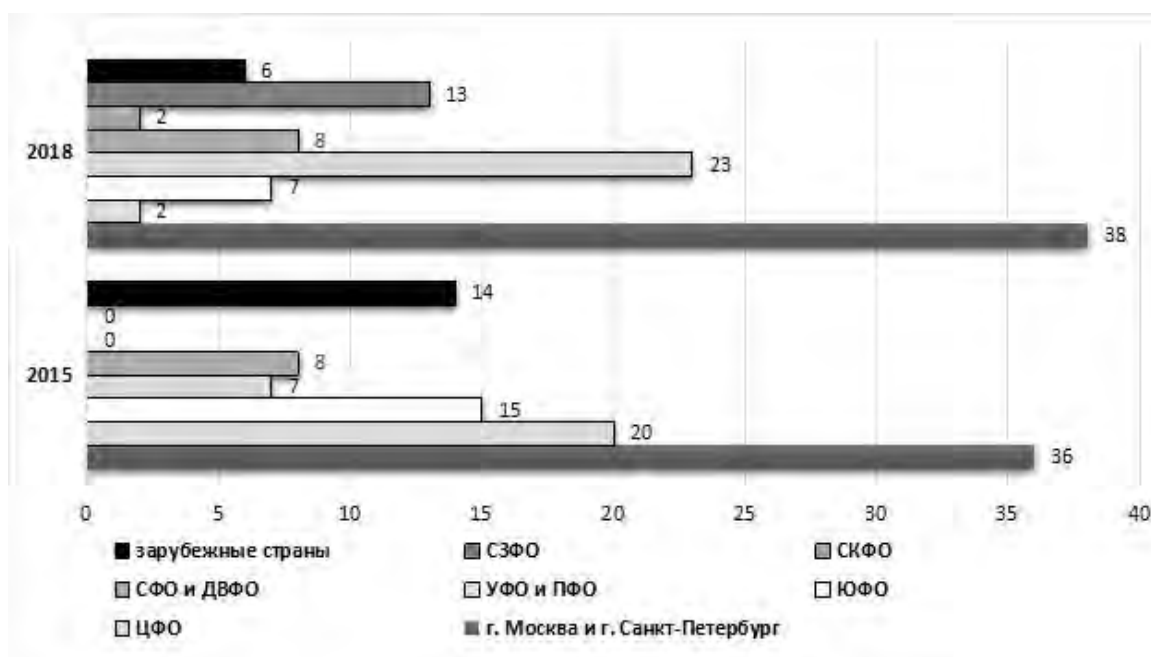


Рис. 4. География спроса на туристский продукт Республики Крым в РФ, %.

Составлено авторами по: [12-15]

На протяжении двух десятилетий наблюдался рост популярности неорганизованного отдыха в Крыму (рис. 5). В 2015 г. услугами турагентств воспользовались 24% респондентов, а в 2018 г. лишь 19% [6, 7, 8]. Основными источниками информации для потенциальных туристов становятся социальные сети, сайты отелей, туристские порталы, информация туристско-информационных центров, при помощи которых запланировали и осуществили отдых в Крыму 39% респондентов в 2015 г. и около 60% респондентов в 2018 г.



Рис. 5. Предпочтения в выборе типа отдыха, %
Составлено авторами по: [5, 6]

Участники опросов отмечают более выгодную стоимость неорганизованного отдыха, удобство самостоятельного согласования сроков и маршрутов поездки, а также возможность за одну поездку в Крым посетить несколько дестинаций в различных районах полуострова. Тяготение к неформальной концепции отдыха прослеживается и в выборе типа размещения – около 40% респондентов предпочитают отдых в частной квартире или доме.

Общемировой тенденцией является сокращение средней продолжительности путешествия. В течение 2000-2016 гг. средняя длительность отдыха на полуострове уменьшилась на 3 дня, но положительным фактом можно признать рост доли лиц, осуществляющих отдых в течение 7-12 дней (с 2015 г. этот показатель вырос с 32% до 42%). В Крыму также возрождается система кратковременного отдыха: открытие Крымского моста и строительство трассы «Таврида» стимулируют поток автотуристов, прибывающих в Крым на выходные и праздничные дни (с 3% в 2015 г. до 8% в 2018 г.).

Трансформацию качественных характеристик потребительского спроса на туристском рынке Крыма отражают определенные изменения в целях прибытия на полуостров. Характерно снижение потребностей в традиционном пляжном отдыхе при росте спроса на услуги лечебно-оздоровительного туризма (с 17% в 2015 г. до 27% в 2018 г.), культурно-познавательного (с 15% до 20%) и активного (с 13% до 16%) туризма.

Распределение туристских потоков по территории Крыма определяется степенью благоприятности природно-географических условий рекреации в разных районах полуострова, достигнутым уровнем прошлого рекреационного освоения и сформировавшимися в сознании отдыхающих геопространственными образами крымских курортов. При этом в последние годы наметилась позитивная тенденция территориальной дифференциации туристского потока в направлении его более равномерного распределения. Если выбор Южного берега Крыма как места проведения отдыха в 2015 г. был характерен для 60% респондентов, то в 2018 г. данный регион как приоритетный указали лишь 36% респондентов. Наиболее популярной дестинацией становится Западное побережье Крыма, имеющее как традиционные курорты (г. Евпатория, г. Саки), так и туристские районы нового освоения (Черноморский и Раздольненский районы). Растет привлекательность Восточного (Керчь, Ленинский район) и Центрального Крыма (Бахчисарайский, Белогорский, Симферопольский районы), отдых в которых выбрали в 2018 г. 15% и 6% респондентов соответственно. Результаты опроса свидетельствуют о том, что туристский спрос формируется не только фактором благоприятных природно-климатических условий, но и лечебно-оздоровительными свойствами туристской дестинации, диверсификацией туристского предложения, наличием экскурсионных программ (по результатам опроса, более 47% респондентов за период отдыха посещают три и более экскурсии).

В целом геополитические изменения в Крыму не повлияли на устойчивость сегмента приверженцев бренда «Отдых в Крыму». Регулярно в Крыму отдыхают около 34% респондентов, опрошенных в 2015 г., и более 67% в 2018 г., при этом планировали вернуться на отдых в Крым в следующем году более 50% респондентов. Растет степень удовлетворенности отдыхом – ожидания от отдыха оправдались у 65% респондентов в 2015 г. и у 93% респондентов в 2018 г. [5, 6]. Высокую оценку со стороны туристов получили гостеприимство местного населения, качество экскурсионного обслуживания, состояние памятников истории и природы – это то, что является конкурентным преимуществом и в дальнейшем будет привлекать отдыхающих.

Анализ факторов, препятствующих выбору Крыма как места проведения отдыха, выявил ряд негативных тенденций. Неизменным отрицательным фактором выступает высокий уровень цен при недостаточно высоком качестве услуг. 50% респондентов в 2018 г. оценили соотношение цены и качества предоставления услуг по питанию, экскурсионному обслуживанию, обеспечению сувенирной продукцией, развлекательных услуг, а также транспортного сообщения между городами Крыма, как среднее. Если ранее основным препятствием для туристов служили недостаточно диверсифицированное туристское предложение, отсутствие дополнительных услуг, однообразие отдыха и пр., то в настоящее время наибольшие нарекания туристов вызывают элементы общей инфраструктуры региона. 30% респондентов отметили необходимость улучшения состояния автомобильных дорог, 19% – неудовлетворительное качество услуг общественного транспорта, 17% – низкое качество сервиса в объектах размещения, 14% – неудовлетворительное качество услуг пляжного туризма и низкий уровень санитарной очистки туристских территорий. В целом, туристы считают, что их расходы на пребывание в Крыму оправданы на 3,9 балла (по 5-балльной шкале), что не является показателем качественного отдыха.

Формирование имиджа Крыма как территории со спорным геополитическим статусом резко негативно отражается на позициях региона на рынке международных туристских услуг. В то же время усиливаются риски внутрорегионального характера – сохранение неконкурентных высоких цен на туристско-рекреационный продукт региона, сложность логистики, короткий туристский сезон, проблемы с обеспечением комфортного отдыха в результате водной и энергетической блокад полуострова, ограничения в работе банковской системы, необходимость быстрой модернизации дорожно-транспортной инфраструктуры регионов полуострова и многие другие. Своевременное выявление и научно-обоснованное решение сложившихся проблем должно лечь в основу стратегических мероприятий в контексте повышения качества туристского обслуживания в Крыму.

Выводы

Анализ портретов туристов Крыма, составленных в период 1999-2000 гг. и 2014-2018 гг. продемонстрировал ряд тенденций, характерных для общемировой динамики потребительского спроса на услуги отдыха и туризма. Среди них можно выделить стремление к самостоятельному планированию путешествий, рост информированности потребителей и возрастание роли социальных сетей в выборе дестинаций, видов и форм рекреационных занятий, сокращение продолжительности путешествий в сочетании с широким охватом направлений и смещением сезонов, сохранение эластичного спроса на традиционные пакетные туры в сочетании с ростом расходов на дополнительные услуги и др.

Вместе с тем, динамика портрета туриста Крыма в рассмотренный период является отражением специфических особенностей развития региона в новых геополитических, социально-экономических и социокультурных условиях. С большой долей вероятности можно утверждать, что в ближайшей перспективе ключевым сегментом потребительской аудитории туристского продукта будет оставаться российский турист. Это потребует разработки и реализации стратегии по укреплению позиций Крыма в высоко-конкурентной среде Черноморско-Средиземноморского региона и совершенствованию структуры, качества и методов продвижения крымского турпродукта.

Литература

1. Эксперты составили портрет российского туриста в 2018 году [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.trn-news.ru/news/85496>.
2. Составлен портрет типичного российского туриста, направляющегося на Юг [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20180709/1524235342.html>.
3. Создан подробный портрет российского туриста-2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tourbus.ru/news/13001.html> (дата обращения 11.05.2019).
4. Blount A. MMGY Global Launches the 2018-2018 Portrait of American Travelers Study [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mmgy.com/industry-insights/2018-19-portrait-of-american-travelers-study/>.

5. Страчкова Н. В. Рынок рекреационных услуг Крыма (социально-географическая оценка уровня развития). Симферополь: Таврия, 2001. 48 с.
6. Презентация Министерства курортов и туризма Республики Крым по итогам сезона 2016 г. [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. Режим доступа: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/131>.
7. Страчкова Н. В., Лукьяненко Е. А. Изменение туристского спроса под воздействием геополитического фактора в Крыму // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2017. Т. 3 (69). №3. Ч. 2. С. 187-196.
8. «Портрет» крымского туриста сезона 2018 года. Отчет Министерства курортов и туризма Республики Крым. Симферополь, 2019. 18 с.
9. Яковенко И. М., Воронина А. Б. Туристско-рекреационная деятельность в Крыму в условиях политических санкций Запада // Геополитические процессы в современном евразийском пространстве: сборник работ международной научной конференции, Баня-Лука, Республика Сербия, 31 мая – 04 июня 2017 г., Баня-Лука, 2017. С. 343-355.
10. Рекордное число иностранных туристов посетило Крым в 2018 году // Известия. 2018. 17 окт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iz.ru/801299/2018-10-17/rekordnoe-chislo-inostrannykh-turistov-posetilo-krym-v-2018-godu>.
11. Швец А. Б. Влияние геополитического фактора на туристско-рекреационную деятельность в Крыму // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2017. Т. 3 (69). №1. С. 252-260.
12. О развитии туристской отрасли Республики Крым за 2016 год [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма Республики Крым: . Режим доступа: https://mtur.rk.gov.ru/file/o_razvitii_turistskoy_otrasli_respubliki_krim_v_2016_godu_1.pdf.
13. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым в 2015 г. [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. Режим доступа: <u/ru/document/show/30>.
14. О развитии туристской отрасли Республики Крым за 2017 год [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. Режим доступа: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpMDdz5m_2017.pdf.
15. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым за 2018 год [Электронный ресурс] // Министерство курортов и туризма Республики Крым: [сайт]. Режим доступа: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/php1ePuTP_12.pdf.

Yakovenko I. M.¹,
Strachkova N. V.²

The transformation of the portrait of the tourist of the Crimea

¹ V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida Academy, Simferopol, Russian Federation

e-mail: yakovenko-tnu@ya.ru

² V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Taurida Academy, Simferopol, Russian Federation

e-mail: natastrachkova@mail.ru

Abstract. *The results of sociological surveys in 1999-2000 and 2014-2018 are analyzed in order to identify the main changes in the key parameters of demand for the tourism product of the Crimea. Highlighted areas of transformation of the portrait of the tourist of the Crimea in the context of socio-geodemographic characteristics of the social structure of tourist flow, regions of formation of demand, functional and territorial consumer preferences. The tendencies typical for the global dynamics of consumer demand for tourism and recreation services are determined. Among them, we can highlight the desire for independent travel planning, increasing consumer awareness and the increasing role of social networks in the choice of destinations, types and forms of recreational activities, reducing the duration of travel, combined with a wide coverage of destinations and shifting seasons, the preservation of elastic demand for traditional package tours, combined with rising costs for additional services, etc. The Formation of the image of Crimea as a territory with a disputed geopolitical status has a sharply negative impact on the positions of the region in the market of international tourist services. At the same time, the risks of intraregional nature are increasing – the preservation of non-competitive high prices for the tourist and recreational product of the region, the complexity of logistics, the short tourist season, problems with ensuring a comfortable stay as a result of the water and energy blockade of the peninsula, restrictions in the banking system, the need for rapid modernization of road transport infrastructure of the Crimean regions and many other.*

Key words: *transformation, Crimea, portrait of the tourist*

References

1. Jeksperty sostavili portret rossijskogo turista v 2018 godu. URL: <http://www.trn-news.ru/news/85496> (in Russia).
2. Sostavlen portret tipichnogo rossijskogo turista, napravljajushhegosja na Jug. URL: <https://ria.ru/20180709/1524235342.html> (in Russia)/
3. Sozdan podrobnyj portret rossijskogo turista-2018. URL: <http://tourbus.ru/news/13001.html> (in Russia).
4. Blount A. MMGY Global Launches the 2018-2018 Portrait of American Travelers Study. URL: <https://www.mmgy.com/industry-insights/2018-19-portrait-of-american-travelers-study/>.
5. Strachkova N. V. Rynok rekreacionnyh uslug Kryma (social'no-geograficheskaja ocenka urovnja razvitija). Simferopol': Tavrija, 2001. 48 s. (in Russia).

6. Prezentacija Ministerstva kurortov i turizma Respubliki Krym po itogam sezona 2016 g. // Ministerstvo kurortov i turizma Respubliki Krym: [website]. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/131> (in Russia).
7. Strachkova N. V., Luk'janenko E. A. Izmenenie turistskogo sprosa pod vozdejstviem geopoliticheskogo faktora v Krymu // Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Geografija. Geologija. 2017. T. 3 (69). №3. Ch. 2. S. 187-196.
8. «Portret» krymskogo turista sezona 2018 goda. Otchet Ministerstva kurortov i turizma Respubliki Krym. Simferopol', 2019. 18 s. (in Russia)
9. Jakovenko I. M., Voronina A. B. Turistsko-rekreacionnaja dejatel'nost' v Krymu v uslovijah politicheskikh sankcij Zapada // Geopoliticheskie processy v sovremennom evrazijskom prostranstve: sbornik rabot mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, Banja-Luka, Respublika Srbska, 31 maja – 04 ijunja 2017 g., Banja-Luka, 2017. S. 343-355. (in Russia).
10. Rekordnoe chislo inostrannykh turistov posetilo Krym v 2018 godu // Izvestija. 2018. 17 okt. URL: <https://iz.ru/801299/2018-10-17/rekordnoe-chislo-inostrannykh-turistov-posetilo-krym-v-2018-godu> (in Russia).
11. Shvec A. B. Vlijanie geopoliticheskogo faktora na turistsko-rekreacionnuju dejatel'nost' v Krymu // Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografija. Geologija. 2017. T. 3 (69). №1. S. 252-260. (in Russia).
12. O razvitii turistskoj otrasli Respubliki Krym za 2016 god // Ministerstvo kurortov i turizma Respubliki Krym: [website]. URL: https://mtur.rk.gov.ru/file/o_razvitii_turistskoj_otrasli_respubliki_krim_v_2016_godu_1.pdf (in Russia).
13. Spravochnaja informacija o kolichestve turistov, posetivshih Respubliku Krym v 2015 g. // Ministerstvo kurortov i turizma Respubliki Krym: [website]. URL: [u/ru/document/show/30](https://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/30) (in Russia).
14. O razvitii turistskoj otrasli Respubliki Krym za 2017 god // Ministerstvo kurortov i turizma Respubliki Krym: [website]. URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpMDdz5m_2017.pdf (in Russia).
15. Spravochnaja informacija o kolichestve turistov, posetivshih Respubliku Krym za 2018 god // Ministerstvo kurortov i turizma Respubliki Krym: [website]. URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/php1ePuTP_12.pdf (in Russia).

Поступила в редакцию 05.05.2019 г.