

УДК 338.48 (470+571)

Побирченко В. В.

## **Туризм Крыма в Российской Федерации: новые тренды**

Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Республика Крым, Российская Федерация  
e-mail: viktoriya\_crimea@list.ru

**Аннотация.** В статье приведен обзор туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и направлений развития сферы туристских услуг Крыма. Выявлены современные проблемы и дано видение перспектив интеграции туристских предприятий Крыма в туристическую систему России. Сделан акцент на необходимости определения нового вектора стратегического развития туристско-рекреационного комплекса Крыма и его активного интегрирования в систему мирового туристского движения с учетом новых трендов. Дана их характеристика. В итоге названы ключевые тенденции формирования сбалансированного и эффективного туристско-рекреационного комплекса Крыма на основе богатейшего туристского потенциала.

**Ключевые слова:** туризм, Крым, туристская дестинация, туристские ресурсы, бренд территории, интеграция, туристическая система, Российская Федерация.

### **Введение**

Характер природно-ресурсного потенциала, исторические традиции хозяйственного освоения и социокультурные приоритеты в течение многих лет определяли туристско-рекреационную специализацию Крыма как стратегическое направление его регионального развития.

Присоединение Крыма к Российской Федерации ставит новые задачи по развитию туристской отрасли. С одной стороны, главной задачей на текущий момент выступает интеграция Крыма в выстраиваемую туристическую систему России [1]. С другой стороны, и развитие российского туризма в целом, и крымского, как части, осуществляется под влиянием усиления процессов глобализации, интернационализации, цифровизации, продолжающихся кризисных явлений в мировой экономике и роста конкурентной борьбы на мировом рынке туристско-рекреационных услуг. В этих условиях необходимо определение нового вектора стратегического развития туристско-рекреационного комплекса Крыма и его активного интегрирования в систему мирового туристского движения с учетом новых трендов.

### **Результаты и обсуждение**

Для современного развития экономики крымского региона характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько формирование межотраслевых комплексов. В этом контексте туризм следует рассматривать как крупный самостоятельный межотраслевой хозяйственный комплекс [2]. Эффективное

взаимодействие всех видов организаций и предприятий в рамках межотраслевого туристского комплекса Крыма является основой создания качественного конкурентоспособного туристического продукта.

Крым располагает ресурсами, необходимыми для развития следующих видов рекреации и туризма [3; 4; 5]:

- пляжный отдых (446 пляжей, протяженностью 452 км);
- санаторно-курортное лечение (климатотерапия (талассотерапия, аэротерапия, гелиотерапия), бальнеотерапия (100 источников минеральных вод), грязелечение (пелоидотерапия) (14 месторождений лечебных грязей); 151 учреждение по предоставлению специализированного санаторно-курортного лечения, 316 объектов по предоставлению услуг оздоровительного характера);
- медицинский туризм;
- горно-пешеходный (трекинг) туризм (84 туристические стоянки, 39 мест массового отдыха населения, 284 туристические трассы, 25 вершин, живописные ландшафты);
- спелеотуризм (160 пещер);
- паломнический (814 культовых объектов разных конфессий, имиджевые объекты трех религий);
- велосипедный (разветвленная сеть туристических троп и сельских дорог);
- конный, сафари (20 конных клубов);
- экологический (197 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) общей площадью 220 тыс. га, 8,4% площади РК, в том числе – 190 ООПТ регионального значения);
- культурно-познавательный (218 объектов культурного наследия федерального значения; 1795 объектов культурного наследия регионального значения; 2268 выявленных объектов культурного (археологического) наследия; 315 выявленных объектов культурного наследия; научный потенциал музеев (28 государственных музейных учреждений, в ведении предприятий, учреждений, организаций, учебных заведений находится 332 музея с 329 тыс. музейных предметов; в фондах государственных музеев хранится около 800 тыс. экспонатов);
- событийный (более 100 фестивалей – музыкальные, винные, военные, хореографические, театральные, кинематографические, спортивные и фольклорные, в том числе уже традиционные ежегодные – «Война и мир», «Генуэзский шлем», Koktebel Jazz Party, «Театр. Чехов. Ялта», «Великое русское слово», Международный телекинофорум «Вместе», #Ноябрьфест и др.);
- автотуризм (11 автокемпингов, около 100 автостоянок и парковок с общим количеством мест более 3,5 тысячи, свыше 250 автозаправок, а также более 110 станций технического обслуживания и более 210 придорожных кафе);
- морской (локальный дайвинг, дайв-круизы, школы обучения, детские лагеря с обучением подводному плаванию); в том числе элитный морской (яхтинг, круизный, виндсерфинг);
- экстремальный, приключенческий (богатейшее культурно-историческое и природное наследие в сочетании с фактором неизведанности);

– аэротуризм (планеризм, парапланеризм, дельтапланеризм, парашютизм, полеты на воздушном шаре);

– экскурсионный, исторический (аутентичные музеи (музей крымско-татарской культуры (Судак), музей денег всего света и времени (Феодосия) и др.); памятники истории – 12350 шт. (древние города Керченского полуострова: античные греческие Пантикапей, Тиритака, Нимфей и Мирмекий, всемирно известный Царский курган (находится под эгидой ЮНЕСКО), турецкая крепость Ени-Кале, (Генуэзская крепость (Судак), «Малый Иерусалим» (Евпатория), древнее греко-скифское городище Кара-Тобе (Евпатория), Херсонес Таврический (Севастополь), античный город «Калос-Лимен» (Раздольное)); музеи (Музей Александра Грина (Феодосия) Царский курган (Керчь), Лапидарий (музей каменных древностей) (Керчь)); пещерные города (Бакла, Тепе-Кермен, Кыз-Куле, Каламита, Сюйреньская крепость, Чуфут-Кале, Мангуп-Кале, Эски-Кермен, Качи-Кальон и др.); более 170 ландшафтных объектов Крыма имеют высокую оценку пейзажного разнообразия (древневулканический массив Карадаг, субсредиземноморские прибрежно-аквальные комплексы ЮБК, Большой каньон Крыма, пещерные комплексы Кизил-Коба и др.);

– этнографический (многонациональный (115 национальностей) и поликонфессиональный социум, проживающий в пределах уникального историко-культурного региона, сформировавшегося в результате длительной и богатой истории освоения пространства; глубокая историко-культурная память местного населения; этнографические ресурсы («Кезлев Къавеси» (Евпатория), краеведческие музеи, греческая деревня Карачоль и др.);

– сельский (более 80 объектов сельского туризма);

– винный туризм;

– деловой, конгрессный туризм;

– научный туризм;

– военно-патриотический (11500 объектов – архитектурно-исторических, военно-исторических, культурных памятников; музеи (Государственный музей героической обороны и освобождения Севастополя, Историко-мемориальный комплекс «35-я береговая батарея» (Севастополь), Музей истории обороны Аджимушкских каменоломен (Керчь), Мемориал памяти жертв фашистской оккупации Крыма 1941-1944 гг. Концлагерь «Красный» и др.);

– спортивный (международные соревнования по дельтапланерному спорту, воздухоплаванию на тепловых аэростатах и др.).

Таким образом, в Крыму представлено достаточное количество ресурсов развития многих видов туризма, причём как природного, так и антропогенного характера, а именно – пляжный отдых, санаторно-курортное лечение, экскурсионный, горно-пешеходный, исторический и пр. Наибольшую ценность представляют ландшафтно-климатические, пляжные, грязелечебные, спелеологические, культурно-исторические и археологические ресурсы, лечебно-минеральные воды и грязи, которые можно посещать в течение всего года, а не только во время пляжного сезона. Наличие ресурсов развития различных видов туризма и их территориальные сочетания и территориальная концентрация создают условия сочетания деловых занятий с оздоровительными, пляжного отдыха с горно-пешеходным, велосипедным туризмом и т.п. Представлены

ресурсы развития детского отдыха, оздоровления и туризма, причём всех его направлений.

Приоритетным направлением сегодня выступает санаторно-курортное лечение. Несмотря на то, что в настоящее время санаторно-курортный комплекс Республики Крым отличается недостаточным уровнем диверсификации, он имеет позитивную динамику обновления видов и форм санаторно-курортной деятельности.

Несмотря на имеющиеся возможности развития туризма в Крыму, огромный туристский потенциал пока что является не реализованным. В основном данная проблема носит системный характер, и ее решение зависит от всех субъектов туристского рынка: органов государственной власти, туристического бизнеса, общественных организаций и т.д., деятельность которых должна быть взаимосвязанной и направленной на достижение эффективного развития туризма. Для реализации стратегической задачи развития отрасли необходима широкомасштабная информационная кампания, инфраструктурная перестройка, модернизация (реконструкция) объектов санаторно-курортного комплекса совместно с развитием всей инфраструктуры полуострова, в том числе подъездных дорог, сетей электроснабжения, связи и теплоснабжения, водопровода, канализации, очистных сооружений, мусороперерабатывающих комплексов и т.п.

Некоторые проблемы частично решены с 2014 года, как, например, проблема обеспечения транспортной доступности. Обустроена транспортная связь с Крымским полуостровом – открыт мост через Керченский прилив и введен новый пассажирский терминал в аэропорту г. Симферополя, сданы в эксплуатацию участки федеральной трассы «Таврида», обустроены сотни тысяч километров более мелких дорог, проложены новые направления [6]. В помощь дорогам развивается и энергетика. Достроены Сакская ТЭЦ, Таврическая ТЭС, Балаклавская ТЭС, с момента ввода их в эксплуатацию Крым практически полностью покрывает свои потребности в электроэнергии. Планово развивается и инфраструктура размещения. Только в 2017 году открыто 6 новых объектов размещения на 347 номеров, а в 2018 году – 9 на 220 номеров; проведена модернизация 82 объектов [6].

Для обеспечения комплексного развития туристской сферы, а также в качестве основного инструмента реализации политики модернизации и инновационного развития особое место занимает кластеризация. Постановлением Правительства Российской Федерации от 11 августа 2014 года была утверждена Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» [7], в которой были заявлены 11 туристско-рекреационных кластеров (6 – в Республике Крым и 5 – в г. Севастополь): «Детский отдых и оздоровление», г. Евпатория; «Лечебно-оздоровительный отдых», г. Саки; кластер в районе озера Чокракское, Ленинский р-н; «Черноморский», Черноморский р-н; «Коктебель», Феодосийский р-н; «Бахчисарайский», Бахчисарайский р-н; «Город двух оборон», «Севастопольская гавань», «Зеленое ожерелье», «Перекресток культур», «Калейдоскоп историй» – г. Севастополь. Срок реализации этих проектов был очерчен в рамках 2015-2020 гг. с установленным на весь период объемом финансирования за счет средств федерального бюджета в 39 560,7 млн. руб. [8]. В рамках формируемых

кластеров создаются необходимые объекты обеспечивающей инфраструктуры, которые соответствуют не только настоящим, но и перспективным потребностям регионов как туристских дестинаций. Кластеры позволяют активизировать инвестиционную и туристическую деятельность в Крыму, обеспечивают востребованность и конкурентоспособность, решают проблему сезонной дифференциации въездного потока, повышают уровень занятости населения. Однако, не все кластерные проекты удастся реализовать в Республике Крым по окончанию запланированного периода. Некоторые уже исключены из федеральной целевой программы, как, например, кластер военно-патриотического туризма «Город двух оборон», кластеры «Зеленое ожерелье» и «Калейдоскоп историй», пункт «Объекты обеспечивающей инфраструктуры туристско-рекреационного кластера «Бахчисарайский» и др.

И все же, за прошедший период в Крыму много сделано для снижения потерь от негативных эффектов переходного периода в туристической сфере, о чем свидетельствует официальная статистическая информация Министерства курортов и туризма Республики Крым [4; 6]. Вышеназванные мероприятия, наряду с предпринятыми мерами по повышению туристской привлекательности региона привели к резкому росту спроса на отдых в Крыму и росту туристского потока. За 2015 год в Крыму отдохнуло 4,6 млн. туристов, что на 21% выше уровня 2014 года, а в 2018 году – был достигнут максимальный рекорд предыдущих лет в 6 млн. чел., и это на 30% больше чем в 2017 году [6]. В настоящее время осуществляется переориентация турпотока – с 2014 года основные туристы – это граждане Российской Федерации. В связи с чем, следует помнить, что фактором аттрактивности для российских туристов должны выступать не только патриотические и ностальгические чувства, но и реальные конкурентные преимущества региона, базирующиеся на качественном диверсифицированном туристском продукте и продуманной системе ценообразования [9, с. 25].

Для стабильного развития туризма необходимо проведение масштабной работы по формированию объективного имиджа Крыма, как востребованного безопасного туристского направления с последующим формированием устойчивого бренда [10]. Понятие «Крым» как туристский бренд существовало не одно столетие, но в современной интерпретации появилось совсем недавно. Так или иначе, крымская туристская дестинация имеет ярко выраженную привлекательность, и уже существует определенный туристский поток, соответствующий данной привлекательности, но уровень достижимой конкурентоспособности территории будет определяться развитием туристской инфраструктуры, соответствующей этой привлекательности.

Рассматривая современное состояние, потенциал и перспективы развития туризма в Крыму нельзя не сказать об угрозах, о возможном невыполнении в срок программы развития туризма, и последующем торможении интеграции комплекса в туристическую систему России и, конечно, о территориальной конкуренции между российскими регионами со значимым туристским потенциалом. Преодолеть угрозы и выиграть в конкурентной борьбе будет возможно только в том случае, если программа развития туризма в Крыму не станет опираться только на имеющиеся объективно сильные стороны и преимущества, а сможет эффективно использовать свои сильные стороны, с учетом возможностей и мировых трендов [11]. Самые новые мировые тренды в туризме следующие:

### *1. Цифровизация туризма.*

Использование цифровых технологий в туризме приобретает разнообразные формы проявления, в том числе, онлайн-покупка готовых туров, сформированных туроператорами, разработка и внедрение мобильных приложений, предназначенных для туристов, цифровизация самостоятельных туров посредством создания онлайн-школ начинающих путешественников и др. [12]. Исследование мест назначения, бронирование отелей и оплата авиабилетов на мобильном устройстве теперь является таким же обычным явлением для пользователей, как и покупки в Интернете. Следует учитывать, что использование мобильных устройств приводит к большей склонности к бронированию в последнюю минуту. Данные Google показывают, что за последние два года количество поисковых запросов «сегодня» на «сегодня» на мобильных устройствах выросло более чем на 150% [11, с. 20]. А значит, следует сделать доступ к различным функциям для потенциального туриста максимально простым и комфортным, в том числе в автономном режиме.

В перспективе цифровизация туризма будет сопровождаться дальнейшим процессом вытеснения с туристского рынка традиционных компаний с офлайн-офисами, развитием проектирования туров по параметрам, индивидуально заданным каждым конкретным клиентом, а, следовательно, преимущества в конкурентной борьбе получают те туристские организации, которые смогут наилучшим способом внедрить процесс кастомизации в оказание туристских услуг потребителям, превращая их из числа потенциальных клиентов не просто в реальных, но и в лояльных и, значит, постоянных.

### *2. Учет требований нового типа потребителя туристских услуг.*

К особенностям и характеристикам нового типа массового потребителя туристских услуг, можно отнести следующие:

– Усиление гедонистической ориентации потребления, предполагающей спрос на удовольствия, положительные эмоции, новые впечатления и т.п. Наибольшую значимость приобретает сам процесс получения удовольствия, а не его объект. При этом возрастают требования к туристскому обслуживанию на всех его этапах, включая стадию подбора и покупки клиентом соответствующего продукта: клиент хочет получать удовольствие не только от путешествия, но и от процесса приобретения туристского продукта, до и после тура.

– Повышение ценности и значимости свободного времени в сознании потребителя, осознание им того, что именно в свободное время он может самосовершенствоваться, получать максимум удовольствий, наслаждений, новых впечатлений, эмоций и т.д. В связи с этим возрастают требования потребителя к рациональной организации свободного времяпрепровождения. Турист не хочет терять драгоценное время и стремится использовать его наиболее результативно.

– Физическая и умственная активность на отдыхе и стремление получать «калейдоскоп впечатлений».

– Экологизация мышления, осознание человеком своей связи с природой, забота о здоровье, своем внешнем виде, «мода» на здоровый образ жизни.

– Высокий уровень образованности и информированности современного потребителя требует высокого уровня профессионализма персонала туристских предприятий.

– Высокие требования потребителя к комфорту и качеству услуг (на всех этапах туристского обслуживания, включая сам процесс продажи).

– Требование индивидуализации обслуживания и рост индивидуальных путешествий.

– «Разделение отпуска» потребителя, спонтанность его принятия решения об отдыхе. Современный потребитель предпочитает совершить несколько более коротких путешествий вместо одного продолжительного, т.е. возрастает частота поездок при сокращении их длительности. Короткие, но частые поездки отвечают таким потребностям современного потребителя туристских услуг, как спонтанность выбора дестинации, гибкий график поездки, насыщенный впечатлениями отдых. Как следствие, происходит интенсификация туристского отдыха, усиление активности туристов, рост расходов туриста на день пребывания в туристской дестинации, увеличение мобильности потребителя.

– Сочетание деловой поездки с отдыхом. Деловые путешественники все чаще используют возможность не торопиться, изучить местность и попутешествовать. Согласно отчету Expedia Media Solutions, около 60% командировок в 2018 году включали отдых.

– Высокая чувствительность к цене. Желание туриста получить более качественный продукт по более низкой цене усиливает конкуренцию среди туроператоров и стремление к созданию уникального турпродукта.

Таким образом, изменения в общественной психологии и системе ценностей современного потребителя специфическим образом преломляются в потребительском и покупательском поведении субъекта туристского спроса, что во многом определяет стратегию деятельности производителя и продавца туристских услуг.

### *3. Интерес к новым направлениям.*

Исследования последних лет подтверждают увеличение спроса (на 22%) на посещение новых мест [11, с. 56].

### *4. Спрос на уникальные впечатления / новый опыт.*

Туроператоры теперь получают запросы на уникальные впечатления от путешественников. Это становится все более распространенным среди поколения «Millennials» (туристы молодых возрастов, рожденные после 1981 года), которые хотят исследовать мир и делиться своими историями с другими посредством цифровых технологий.

### *5. «Глубокое погружение» в местный опыт / местную культуру.*

Еще одна важная тенденция в будущем – это путешествия, которые включают в себя добавленную стоимость, а не просто «ленивое солнце» [13]. Современные туристы отдают предпочтения путешествиям, которые обогащают их культуру и позволяют им жить и чувствовать себя частью социума даже на отдыхе. Кроме того, они ищут поездки, которые включают волонтерство (например, оказание поддержки нуждающемуся населению, гуманитарные действия и т.д.), или определенную миссию, например, изучение нового языка, изучение новых кулинарных приемов, посещение семинаров, концертов или событий и т.д.

### *6. «Туризм без границ».*

Туризм многогранный феномен: не только мощный фактор развития экономики и социальный институт а и, в условиях глобализации, форма общения

и межкультурной коммуникации в отношении социально незащищенных групп населения, в том числе, многодетных семей, молодежи, пенсионеров, лиц имеющих низкие доходы и ограниченные возможности здоровья (ОВЗ). В данном случае, туризм не только активизирует интерес к жизни, но и способствует преодолению культурных различий и восприятия неравенства, вызванного ограничениями доходов и/или здоровья. Этот аспект делает туризм интенсивным фактором, создающим дополнительные условия социализации и инкультурации социально незащищенных слоев населения, и особым пространством самоактуализации и самореализации личности. Использование практик социально ориентированного туризма способствует повышению самооценки людей с ОВЗ, расширению кругозора и развитию коммуникативных способностей, накоплению социального капитала.

#### *7. Повышенные требования к безопасности.*

Современный туризм сильно отличается от того, каким он был до известных террористических и криминальных нападений, свидетелем которых мир стал в последние 20 лет. Поэтому безопасность и защита должны быть приоритетными для любого туристического направления. Чтобы достичь цели безопасности, правительства туристских дестинаций должны работать над реализацией плана действий, который должен включать: 1) выделение специальных и достаточных бюджетов на вопросы безопасности; 2) вовлечение всех заинтересованных сторон в программы по предупреждению преступности (например, отельеров, авиакомпаний, местного населения, транспортных агентств, ресторанов, баров, водителей такси и т.д.). Поскольку безопасность - это ответственность каждого. Это может быть достигнуто путем улучшения координации между заинтересованными сторонами, а также посредством соответствующих кампаний по планированию и повышению осведомленности; 3) тренинги по профессиональному туризму в сфере безопасности и т.п. Специалисты по безопасности, работающие в туристических зонах, должны учитывать особые потребности современного человека. На самом деле им нужно знать, как снизить вероятность совершения преступления и как утешить туриста, если он / она является жертвой преступления и др.

В общем, поскольку современные туристы ищут безопасные и надежные места, страны должны и впредь активно участвовать в разработке политики, которая защищает их население и туристов от предполагаемых небезопасных ситуаций.

#### *8. Новые требования к качеству персонала, занятого в туризме.*

Успех сектора туризма и гостеприимства основан на постоянно изменяющейся проблеме «продажи нематериальных активов». Таким образом, человеческий фактор приобретает все большее значение. Если мы посмотрим, например, на направления и компании, продающие туристические услуги, они изо всех сил пытаются дифференцировать себя за пределы только физического продукта. Другими словами, именно человеческий фактор создает их конкурентное преимущество, а также создает или разрушает туристический опыт.

Проведенный анализ показывает, что туристские дестинации, стремящиеся сохранить или укрепить свои позиции в будущем мире туризма, должны начать работу над долгосрочным планом действий, включающим набор стратегий, с учетом названных современных трендов.

## Выводы

Крым располагает богатым и разнообразным ресурсным потенциалом для развития рекреации и туризма. Наибольшую ценность представляют ландшафтно-климатические, пляжные, грязелечебные, спелеологические, культурно-исторические и археологические ресурсы, лечебно-минеральные воды и грязи, которые можно посещать в течение всего года, а не только во время пляжного сезона. Наличие ресурсов развития различных видов туризма и их территориальные сочетания и территориальная концентрация создают условия сочетания деловых занятий с оздоровительными, пляжного отдыха с горно-пешеходным, велосипедным туризмом и т.п. Представлены ресурсы развития детского отдыха, оздоровления и туризма, причём всех его направлений. Приоритетным видом в настоящее время выступает санаторно-курортное лечение. Несмотря на то, что санаторно-курортный комплекс Крыма отличается недостаточным уровнем диверсификации, он имеет позитивную динамику обновления видов и форм санаторно-курортной деятельности.

Однако, излишняя концентрация на традиционных природно-географических преимуществах региона и недоучет новых мировых тенденций в формировании потребительского спроса не способствуют эффективной интеграции в выстраиваемую туристическую систему России и формированию позитивного имиджа Крыма на мировом рынке туристско-рекреационных услуг.

В перспективе огромный потенциал крымского региона может быть использован для создания сбалансированного и эффективного туристско-рекреационного комплекса, ориентированного не только на российский рынок туристских услуг, но и на международный рынок, с учетом следующих ключевых тенденций:

- Широкое внедрение цифровых технологий.
- Формирование положительного бренда территории посредством механизмов работы с информационным полем.
- Диверсификация видов и форм туризма с учетом новых потребностей рынка и имеющегося потенциала с особой поддержкой направлений, расширяющих рамки туристского сезона [14, с. 94].
- Возрождение системы санаторно-курортного лечения; актуализация новых ресурсов бальнео- и грязелечения; продвижение программ медицинского и SPA-туризма.
- Оптимизация рекреационного пространства (сдвиг туризма в глубинные районы полуострова, систематизация туристских маршрутов, достижение стилового единства).
- Экологизация туристского продукта.
- Использование практик социально ориентированного туризма.
- Достижение мировых стандартов качества туристских услуг, в том числе и в отношении квалификации персонала.
- Оптимизация ценовой политики.
- Обеспечение безопасности туристской дестинации; внедрение в сознание местного населения принципов гостеприимства и др.

Наиболее весомым фактором в развитии интеграционных связей Крыма в сфере туризма в ближайшей перспективе будет оставаться политика государства, заинтересованного в поддержке туристско-рекреационного комплекса Крыма как одного из приоритетных направлений регионального социально-экономического развития [9, с. 27]. В качестве основной модели реализации стратегии развития туризма в Крыму целесообразно частно-государственное партнерство: созданный с помощью государства инфраструктурный каркас территории впоследствии будет насыщаться частными инвестиционными проектами.

### *Литература*

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года №941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/41d4e55c9b1d8bca7b6a.pdf>
2. Никитина М. Г., Побирченко В. В., Шутаева Е. А. Модернизация экономики Республики Крым: специфика регионального проекта / Модернизация экономики России в глобальном геоэкономическом пространстве [монография] / Под научной редакцией М.Г. Никитиной. Симферополь: ИП Корниенко А. А., 2018. С. 177-207.
3. Постановление СМ РК от 29 декабря 2016 года № 650 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017 – 2020 годы». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view/90575263/>
4. Официальный портал Министерства курортов и туризма Республики Крым / Статистические данные. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>
5. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 (проект) / Научный руководитель проекта – Яковенко И.М., д.г.н., профессор. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://b-ok.org/book/3004274/238776>
6. Об итогах высокого туристского сезона 2018 года в Республике Крым / Доклад министра курортов и туризма Республики Крым В.А. Волченко. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/1653>
7. Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2018/429>
8. Побирченко В. В., Фахретдинова Н. И. Роль туристско-рекреационных кластеров в развитии туристической отрасли Республики Крым // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4 (60). С. 256-259. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66031>
9. Воронин И. Н., Швец А. Б., Яковенко И. М. Крымский опыт интеграции туристской отрасли в российское экономическое пространство // Россия и ее регионы в полимасштабных интеграционно-дезинтеграционных процессах: материалы междунар. науч. конф. в рамках VIII ежегод. науч. ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов/ гл. ред. А.И. Зырянов, М.Д. Шарыгин; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. Пермь, 2017. С. 24-29.

10. Густенко В. А., Побирченко В. В. Брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации / Инновационные технологии в развитии социально-экономических систем: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции (23-25 мая 2018г., Севастополь). Севастополь: СевГУ, 2018. С. 50-55.
11. Travel Trends Report 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.trekksoft.com/en/resources-thanks/travel-trends-2019?submissionGuid=98d95986-66c1-4011-b3fa-ac22b5a1963e>
12. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2019. №1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya>
13. Allee J., Kotler N. Strategic tourism marketing workbook. Tourism destination management and marketing program. 2011. Washington, DC: The George Washington University.
14. Яковенко И. М. Конкурентная среда на туристском рынке Причерноморья как фактор развития туризма в Крыму // Учёные записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. Том 4 (70). № 3. 2018. С. 86–99.

*Pobirchenko V. V.*

### ***Crimean tourism in the Russian Federation: new trends***

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Institute of  
Economics and management, Simferopol  
e-mail: [viktoriya\\_crimea@list.ru](mailto:viktoriya_crimea@list.ru)

**Abstract.** *The article provides an overview of tourist resources, tourist infrastructure status and development trends of tourist services sphere of the Crimea. Revealed are the modern problems and given is the vision of the prospects for the integration of tourist enterprises of the Crimea into the tourist system of Russia. Emphasis is placed on the need to identify a new vector of strategic development of the tourist and recreational complex of the Crimea and its active integration into the system of world tourist traffic, taking into account new trends. Given is their characteristic. As a result, key trends are identified for the formation of a balanced and effective tourist and recreational complex of the Crimea based on the richest tourist potential.*

**Keywords:** *tourism, Crimea, tourist destination, tourist resources, brand territory, integration, tourist system, Russian Federation.*

### ***References***

1. Rasporyazheniye Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 31.05.2014, №941-r «Ob utverzhdenii Strategii razvitiya turizma v Rossiyskoy Federatsii na period do 2020 goda». URL: <http://static.government.ru/media/files/41d4e55c9b1d8bca7b6a.pdf> (in Russian)
2. Nikitina M. G., Pobirchenko V. V., Shutayeva E. A. Modernizatsiya ekonomiki Respubliki Krym: spetsializatsiya proyekta / Modernizatsiya ekonomiki Rossii v global'nom geoekonomicheskom prostranstve [monografiya] / Pod nauchnoy

- redaktsiyey M.G. Nikitinoy. Simferopol': IP Korniyenko A.A., 2018. P. 177-207. (in Russian)
3. Postanovleniye SM RK ot 29.12.2016, № 650 «Ob utverzhdenii Gosudarstvennoy programmy razvitiya kurortov i turizma v Respublike Krym na 2017-2020 gody». URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/90575263/> (in Russian)
  4. Ofitsial'nyy portal Ministerstva kurortov i turizma Respubliki Krym / Statisticheskiye dannyye. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14> (in Russian)
  5. Strategiya razvitiya turistsko-rekreatsionnogo kompleksa Kryma - 2020 (proyekt) / Nauchnyy rukovoditel' proyekta – Yakovenko I. M., d.g.n., professor. URL: <https://b-ok.org/book/3004274/238776> (in Russian)
  6. Ob itogakh vysokogo turisticheskogo sezona 2018 goda v Respublike Krym / Doklad ministra kurortov i turizma Respubliki Krym V. A. Volchenko. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/article/show/1653> (in Russian)
  7. Federal'naya tselevaya programma «Sotsial'no-ekonomicheskoye razvitiye Respubliki Krym i g. Sevastopolya do 2020 goda». URL: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2018/429> (in Russian)
  8. Pobirchenko V. V., Fakhretdinova N. I. Rol' turistsko-rekreatsionnykh klasterov v razvitiy turisticheskoy otrasli Respubliki Krym // Sovremennyye nauchnyye issledovaniya i innovatsii. 2016. № 4 (60). P. 256-259. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66031> (in Russian)
  9. Voronin I. N., Shvets A. B., Yakovenko I. M. Krymskiy opyt integratsii turisticheskoy otrasli v rossiyskoye ekonomicheskoye prostranstvo // Rossiya i yeye regiony v polimernyye integral'no-dezintegratsionnyye protsessy: materialy mezhdunar. nauch. konf. v ramkakh VIII yezhegod. nauch. assamblei Assotsiatsii rossiyskikh geografov-obshchestvovedov / gl. red. A. I. Zyryanov, M. D. Sharygin; Perm. gos. nats. issled. un-t. Perm', 2017. P. 24-29. (in Russian)
  10. Gustenko V. A., Pobirchenko V. V. Innovatsionnyye tekhnologii v razvitiy sotsial'no-ekonomicheskikh sistem: sbornik nauchnykh trudov, nauchno-prakticheskiye konferentsii (23-25.05.2018, Sevastopol'). Sevastopol': SevGU, 2018. P. 50-55. (in Russian)
  11. Travel Trends Report 2019. URL: <https://www.trekksoft.com/en/resources-thanks/travel-trends-2019?submissionGuid=98d95986-66c1-4011-b3fa-ac22b5a1963e>
  12. Cherevichko T. V., Temyakova T. V. Tsifrovizatsiya turizma: formy proyavleniya // Izv. Sarat. un-ta Nov. ser. Ser. Ekonomika. Upravleniye. Pravo. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya> (in Russian)
  13. Allee J., Kotler N. Strategic tourism marketing workbook. Tourism destination management and marketing program. 2011. Washington, DC: The George Washington University.
  14. Yakovenko I. M. Konkurentnaya sreda na turisticheskoy rynke Prichernomor'ya kak faktor razvitiya turizma v Krymu // Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya. Tom 4 (70). № 3. 2018. P. 86-99. (in Russian)

*Поступила в редакцию 30.04.2019 г.*