

# К ВОПРОСУ СЕЗОННОСТИ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА

## Парубец О.В.<sup>1</sup>, Шакиров Р.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Парубец Ольга Викторовна – старший преподаватель,  
кафедра туризма;

<sup>2</sup>Шакиров Ренат Вадимович – магистрант,  
направление подготовки: туризм,

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал)  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Севастополь

**Аннотация:** в статье рассмотрены проблемы сезонности в туристской отрасли Республики Крым. Проанализированы официальные данные турпотока в регион, предложены факторы, способствующие решению поставленной проблематики в статье.

**Ключевые слова:** туризм, Крым, туристский поток, сезонность.

Сезонность – это один из ключевых факторов, негативно влияющих на развитие туристской индустрии. Это касается не только Российской Федерации, но и большинства стран в мире. Эта проблема негативно влияет на экономику региона и страны. Негативный аспект заключается в том, что все туристские потоки сосредотачиваются в одних и тех же местах в определённое время года. Это подтверждает основное понятие, данное во многих учебниках: сезонность – устойчиво повторяющаяся, характерная для данной области цикличность туристской деятельности, связанная с изменением условий рекреации [1].

В Крыму, как нигде, это отчётливо прослеживается. Здесь расположены десятки небольших городов и посёлков, живущих за счёт туристов, которые посещают Крым преимущественно летом. Конечно, есть туристы и в остальные поры года, но это не меняет сложившегося положения в целом. На сезонность влияет огромное количество факторов, свойственных для данного региона, например, такие как: неудобное расположение к материковой части России, нерациональность освоения территории, посезонное прогревание моря, сервис, гостеприимство и многое другое [2].

Огромное влияние на количество туристов и на туризм в целом, оказал переход республики из состава Украины в состав Российской Федерации. Если брать статистические данные, которые приводит Министерство курортов и туризма Республики Крым [3] с 2015 по июнь 2017 года включительно (2014 не указан, в связи с неточностью информации при вхождении в состав РФ), то мы видим следующие цифры по триместрам в таблице 1:

Таблица 1. Табличное представление о посещениях туристами Республики Крым по триместрам (2015-2017), тыс. чел.

Годы и порядок триместров	2015 год	2016 год	2017 год
Триместр 1	387,4	455,1	475,2
Триместр 2	2959,9	3809,5	
Триместр 3	1638,4	1308,9	

Данные, представленные в таблице, наиболее чётко отображают общую ситуацию в туристской сфере на протяжении почти двух с половиной лет. Можно заметить, что посещения туристами Республики Крым, неоднородно по периодичности. Наиболее численными значениями обладает 2-ой триместр каждого из приведённого в таблице года, такие месяцы как: май, июнь, июль и август. Убывающие значения показывает 3-ий триместр (сентябрь, октябрь, ноябрь и декабрь), но он в разы лучше, чем начальный 1-ый триместр из-за того, что в сентябре ещё много «элитарных» туристов, приехавших на «бархатный сезон» – именно так называют период с сентября по октябрь в Крыму, когда у солнца самое меньшее излучение и море ещё благоприятно для купания и оздоровления.

В связи с этим, можно представить несколько путей решения проблемы сезонности в Республике Крым:

1. Создание такой туристской инфраструктуры, которая позволит максимально систематизировать потоки туристов на самых оживлённых туристских территориях Республики Крым;
2. Обновление существующих видов туризма, попытка модернизации их, как самостоятельных ответвлений туристской деятельности в современных реалиях, например усовершенствование туров гастрономического туризма, с целью придания нового этому уникальному виду туристской деятельности;
3. Построение правильного туристского маркетингового плана, который позволит преподнести туризм в Крыму потребителю настолько грамотно и качественно, что иные направления станут просто не интересны, так как уникальность и самобытность туристского продукта, исключительна по своим свойствам.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что Крым – поистине уникальное место, которое занимает не последнее место среди многих именитых мест путешествий. Одна из главных проблем – сезонность, которая прослеживается исходя из данных, представленных Министерством курортов и туризма Республики Крым, мешает развитию туристской индустрии и многим, в дальнейшем, самостоятельным видам туризма. Именно поэтому, были представлены некоторые пути решения этой проблемы: создание оптимальной туристской инфраструктуры; обновление существующих видов туризма, а также построение правильного туристского маркетингового плана. Соблюдение данных предложений, будет способствовать грамотному и гармоничному росту туристской индустрии и повышению экономики в целом.

### Список литературы

1. Дурович А.П., Копанев А.С. / Маркетинг в туризме. М.: Экономпресс, 1998. 496 с.
2. Шакиров Р.В. Проблемы развития рекреационного туризма в Крыму // округе : сб. науч. тр. Симферополь: ИТ

«АРИАЛ», 2016. С. 34-37.

3. Ежемесячная справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mtur.rk.gov.ru/rus/opendata/9102015531-Forma8/> (дата обращения: 03.07.2017).