


Министерство науки высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 - Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы:
Организация и предоставление туристских услуг»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой



В.В. Ульянова

« 17 » июня 2024г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Регион Кавказских Минеральных вод как туристская дестинация:
особенности, проблемы и перспективы развития

Исполнитель
студент группы 034-об



(подпись, дата)

П.О. Рослик

Руководитель
доцент, к.пед.н.



(подпись, дата)

В.В. Ульянова

Нормоконтроль
инженер



(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2024

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

В.В. Ульянова

«07» марта 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента

Рослик Пашиня Александр

1. Тема бакалаврской работы

(проекта) Роль Кавказской Минеральной Воды как туристической достопримечательности: особенности, проблемы и перспективы развития

(утверждено приказом от 06.03.2024 № 632-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 10.06.2024 г.

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

требуемая литература, статистические данные, онлайн-источники, корпоративные правовые акты

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке

вопросов): Теоретические основы туристической деятельности; Анализ рынка

Кавказской Минеральной Воды как достопримечательности курортно-туристического назначения; Разработка экскурсионно-проспективного тура в регион Кавказской Минеральной Воды

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем,

программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 26 таблиц,

45 рисунков, 28 фотографий, 5 приложений

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) нет

7. Дата выдачи задания 07.03.2024 г.

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Ульянова Валентина Владимировна

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

директор ИБТ, к.и.н.

Задание принял к исполнению (дата) 07.03.2024 г.

Рослик (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 96 страницы, 26 таблиц, 45 рисунков, 28 источников, 5 приложений.

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ, КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, ТУРИСТСКАЯ СИСТЕМА, КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ, ТУРПРОДУКТ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ

Бакалаврская работа состоит из трех глав.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты понятия туристская дестинация, подходы к определению туристской дестинации, ее классификационные системы, опыт развития российских и зарубежных дестинаций и правила государственного регулирования.

Во второй главе работы проводится анализ современного состояния и развития региона Кавказские Минеральные Воды, анализ уже существующих турпродуктов и объектов туристского показа.

Третья глава является практической. В ней был разработан турпродукт по городам Кавказских Минеральных Вод, и было дано его экономическое обоснование и разработано его продвижение на туристском рынке.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические основы туристских дестинаций	8
1.1 Понятие и подходы к определению «туристская дестинация» в научной литературе	8
1.2 Виды туристских дестинаций	14
1.3 Основные подходы к анализу и оценки туристских дестинаций	17
1.4 Опыт развития туристских дестинаций в России и за рубежом	27
2 Анализ региона Кавказские Минеральные воды как дестинация культурно-познавательного туризма	31
2.1 Возможности развития туристского потенциала региона Кавказских Минеральных вод	31
2.2 Основные тенденции развития туризма в Кавказских Минеральных водах	37
2.3 Основные объекты культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод	46
2.4 Анализ турпродукта культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод	49
3 Разработка культурно-познавательного тура в регион Кавказские Минеральные воды	52
3.1 Маркетинговое обоснование тура	52
3.2 Программа тура	66
3.3 Калькуляция тура	70
3.4 Продвижение тура	76
Заключение	81
Библиографический список	83
Приложение А	86
Приложение Б	87

Приложение В	88
Приложение Г	89
Приложение Д	96

ВВЕДЕНИЕ

Туризм – одна из самых востребованных и постоянно развивающихся отраслей экономики любого государства. Его изучают многие специалисты, ежегодно увеличивая турпоток и привнося новые направления и понятия.

В настоящее время «туристская дестинация» вызывает большой интерес у научного сообщества: проводятся исследования, выдвигаются определения. Так как в России множество регионов с огромным туристским потенциалом, то разрабатываются программы для развития этих регионов как туристские дестинации. Одним из таких регионов выступает Кавказские Минеральные Воды.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что туристическая дестинация выступает важным компонентом туризма в настоящее время.

Поскольку туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, стимулируют их посещение, тем самым активизируя всю туристическую систему, соответственно поддержание и развитие этих территорий умножит интерес к туристским дестинациям, а также и к Кавказским Минеральным Водам.

Объектом исследования является туристская дестинация.

Предмет исследования – особенности туристской дестинации Кавказских Минеральных Вод.

Цель работы – изучить особенности региона Кавказских Минеральных вод как туристской дестинации.

Для достижения цели исследования были выделены ряд задач:

- рассмотреть теоретические основы «туристской дестинации», её виды и особенности;
- провести анализ современного состояния туристской дестинации региона Кавказские Минеральные Воды, выявить проблемы и пути развития;
- разработать и экономически обосновать новый туристический маршрут по городам Кавказских Минеральных Вод.

Методами исследования являются анализ, синтез, обобщение материала, анкетирование, структурирование.

Методологическую базу составляют труды отечественных и зарубежных специалистов: Купер К., Котлер Ф., Холоувэй К., Бигер Т., Морозов М.А., Вишняков Н.В., Себекина Т.А., Николаев С.С.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

1.1 Понятие и подходы к определению «туристская дестинация» в научной литературе

На сегодняшний день написано много научных работ о «туристских дестинациях», но, не смотря на это, до настоящего времени не сформировалось единого взгляда на это понятие. Причина этому – отсутствие единого международного концептуального аппарата.

«Дестинация» происходит от латинского (*destino*) и переводится как адрес, место нахождения или назначения.¹ В отечественном словаре аналогами понятия «дестинация» являются «туристская зона», «город» и «район». Смежными понятиями – термины «направление», «размещение». Но все же, ни один из выше перечисленных терминов не передает точно весь смысл.

«Туристская дестинация» является комплексным понятием. Ее ошибочно рассматривают как продукт, индустрию и прочее, что дает неправильное представление о ее сущности и предназначении.

Разнообразные компоненты входят в состав дестинации, включая достопримечательности, туристскую инфраструктуру, сервис, имидж, человеческие ресурсы, доступность, стоимость и туристские ресурсы. Одним из ключевых аспектов также считается неразрывность процесса формирования и использование дестинации как туристской системы.²

Туристическая дестинация играет важную роль в индустрии туризма. В ее состав входят два основных элемента: все туристы (субъекты туристической деятельности) и все туристические предприятия и ресурсы (объекты туристической деятельности).

Туристическая дестинация – это территория, на которой развит туристический бизнес, которая привлекает посетителей и туристов и

¹Зорин А. И. Дестинация. М.: ВЛАЦ. 2009. 28 с

²Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // *Tourism Management*. 2000. № 21 (1). P. 97-116

обладает потенциалом для увеличения потока новых гостей благодаря своей конкурентноспособности.³

Этот процесс включает в себя важные компоненты туризма, такие как удобства, обслуживание и услуги, направленные на удовлетворение потребностей туристов.⁴

Для повышения конкурентноспособности и прибыли от туристической деятельности используются основы теории дестинации, разработанные в работах немецкого исследователя Т. Бигера.⁵

Согласно этой научной работе, дестинации являются коммерческими субъектами и агентами конкуренции, одновременно являясь частью социально-экономической глобальной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов туристического комплекса.

Понятие туристской дестинации имеет иерархическую структуру, включающую уровни от континентов до отдельных аттракционных пунктов (туристские центры, местности и т.п).

Конкурентноспособность туристской дестинации определяется ее способностью создавать высококачественные турпродукты, отвечающие требованиям туристов, рынка, и успешно реализовывать его для достижения следующих целей:

- повышение экономического потенциала местных туристических сообществ;
- увеличение доходов местного бюджета;
- укрепление позиций на международном туристском рынке и опережение конкурентов.

Геоэкономика туризма представляет собой важную область исследования, занимающуюся изучением экономических аспектов туризма с учетом пространственных факторов. Анализируя взаимосвязи между

³A Practical Guide to Tourism Destination Management.Madrid: UNWTO. 2007. 150 p.

⁴Комарова М. Е., Королева И. С., Жиленко В. Ю. Развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере туризма посредством создания базы // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2017. №2. С.9-18.

⁵Bieger T. Destinations Management // Oldenburg, Munchen und Wien. 2008.Vol. 21 No. 1. P. 1-7.

различными туристскими дестинациями, геоэкономика помогает определить преимущества и недостатки конкретной территории в конкуренции за туристские ресурсы и потребителей.

Изучение геоэкономики туризма способствует разработке стратегий повышения конкурентноспособности дестинации, оптимизации распределения инвестиций в сферу туризма, а также развитию инфраструктуры и услуг для привлечения туристов. Максимизация доходов от туризма, устойчивое развитие сферы и улучшение благосостояния населения в регионе – основные задачи геоэкономики туризма, которые играют важную роль в формировании успешной туристической политики и стратегий развития отдельных дестинаций.⁶

Согласно модели Т. Бигера, туристская дестинация включает в себя четыре основных элемента:

- 1) рекреационный спрос: потребности и ожидания туристов, которые определяют спрос на услуги туристической отрасли;
- 2) продавцы турпродукта: туроператоры и турагенты, которые разрабатывают и реализуют туристические предложения;
- 3) транспорт: транспортные средства и инфраструктура, которые обеспечивают перемещение туристов к местам назначения и обратно;
- 4) дестинации: конкретные места, регионы, объекты, которые интересны туристам.

Схема туристической системы Т. Бигера представлена на рисунке 1.

⁶Тарасенок А. И. - Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2011. - 271 с.

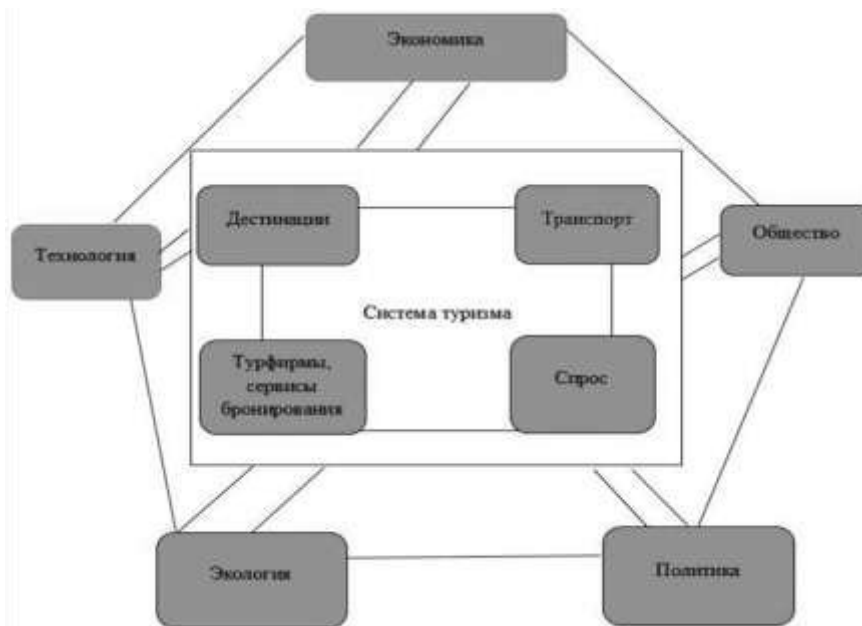


Рисунок 1 – Схема элементов туристической системы по Т. Бигеру

Туристические места привлекают путешественников, предоставляя им возможность отдохнуть, насладиться развлечениями и другими видами отдыха. Роль посредников, включая транспортные компании и туристические агентства, важна для облегчения связи между этими местами и туристами.

Туристическая система взаимодействует с различными внешними факторами, включая общественные, экономические, политические, экологические и технические сферы.

Для увеличения конкурентноспособности туристических дестинаций требуются определенные меры, учитывая особенности территории по сравнению с традиционными рынками и типичными туристическими продуктами. Турпродукт туристических мест формируется на основе чувств и эмоций туристов, которые могут быть проявлены благодаря эффективной деятельности всех сегментов туристской индустрии.

В научной работе автора М.А. Морозова раскрыт еще один взгляд на «туристскую дестинацию» (рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные подходы к определению туристской дeстинации по М. А. Морозову

В рамках географического подхода понятие «туристская дeстинация» соответствует понятиям «туристский центр» и «туристский регион», которые широко используются в отечественной туристической науке.

Во втором подходе, то есть клиенто-ориентированном подходе, акцент делается на привлекательность данной территории непосредственно для туристов.

Дeстинацией может быть, как отдельный курорт, город, регион внутри определенной страны, целая страна, а также группы стран, объединенных общими сходными чертами или характеристиками. Для любителей пляжного туризма дeстинацией будет являться курортный отель, например, из-за широты ассортимента предоставляемых услуг. Иногда искусственно созданный объект также предоставляет собой туристскую дeстинацию.

Для упорядочения различных подходов было проведено углубленное изучение и сравнение литературных источников по теме дипломной работы. Это позволило выявить основные подходы к понятию «туристская дeстинация», которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные подходы научных деятелей к понятию «туристская дестинация»

Термин	Автор/источник	Определение
Туристская дестинация	Биегер Т.	Туристский продукт, конкурентноспособный на определенном рынке.
Туристская дестинация	Купер С.	Мотив туризма.
Туристская дестинация	Каспар С.	«Пункт кристаллизации спроса», первостепенная значимость для развития туристского бизнеса, выступает не только как «коллективный производитель», но и как «туристский продукт».
Туристская дестинация	Себекина Т.А.	Место, имеющее реальную или умозрительную границу (физическую, политическую, географическую, рыночную): страна, область, остров и т.п., которое посещают туристы с определенной целью.
Туристская дестинация	Морозов М.А.	Географическая территория, обладающая определенной привлекательностью, которая может быть разной для различных групп туристов.
Туристская дестинация	Николаев С.С.	Социально-географическая местность (место, регион, город, деревня, парк аттракционов), которую конкретный турист или целый сегмент туристского спроса выбрал в качестве цели поездки, которая располагает всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания и развлечений.

После изучения всех определений, учитывая последние теоретические исследования в области туризма, был выбран основной подход к термину

«туристская дестинация», разработанный кандидатом экономических наук Сергеем Сергеевичем Николаевым.

В своих исследованиях Николаев С.С. рассматривал «туристскую дестинацию» как социально-географическую территорию, выбранную определенным туристом или группой туристов в качестве направления поездки, которое имеет все необходимые удобства и инфраструктуру для проживания и обслуживания гостей.

Подводя итог выше сказанному, можно сказать, что большинство западных и следователей рассматривают дестинацию как самостоятельный туристский продукт. Но, в то же время, некоторые ученые, включая российских, убеждены, что дестинация – это конкретная географическая территория, на которой можно получить разнообразную туристическую продукцию и услуги, и привлекательные туристические ресурсы не являются ее основным преимуществом для формирования региональной туристской дестинации, так как в первую очередь это комплекс всех факторов.

1.2 Виды туристских дестинаций

Классификация является научно-методическим способом прием для упорядочения информации видов субъекта исследования по определенному признаку. Если признаков несколько, то это будет считаться типологией. Наиболее простым примером применение является применение системы по упорядочению туристских терминов.

Исходя из представленного определения туристских дестинации, очевидно, что можно классифицировать их по отличительным признакам. В разных источниках можно встретить некоторые классификации.

Для того, чтобы было легче разделять туристские дестинации, была сформулирована единая классификация видов туристских дестинаций (таблица 2).

Таблица 2 – Классификационные системы туристских дестинаций

Автор классификации	Критерии классификации	Виды туристских дестинаций	Особенности классификационной системы
Купер К.	По целенаправленности формирования туристской дестинации	1. Столичные города 2.1. Центры целенаправленного развития местных обычаев и культуры для привлечения 2.2. Города – центры для туров 3. Центры, специально построенные для туристов	Города возникли намного раньше, чем туризм. Позже, по мере разрастания, некоторые из них становились столицами, а эру бурного развития транспорта и туризма – объектами
Морозов М.А.	По полноте удовлетворения туристских потребностей конкретного туриста	1. Первичная 2. Вторичная	Главная цель первичной дестинации – удовлетворить интерес туриста за определенный промежуток времени. Вторичная дестинация представляет собой место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации
Холоувэй К.	По характеру расположения основных достопримечательностей на территории дестинации	1. Узловые 2. Линейные	Достопримечательности узловой дестинации географически тесно сгруппированы на ее территории. Объекты туристского показа линейной дестинации раскиданы по обширной географической территории без ярко выраженного центра
Котлер Ф.	По количеству расположенных на территории дестинации достопримечательностей	1. Макродестинации 2. Микродестинации	Макродестинация – совокупность микродестинаций
Бигер Т.	По удаленности дестинации от центра спроса и размеру ее пространства, в котором турист осуществляет потребление	1. Континент 2. Международный регион 3. Страна 4. Туристский регион 5. Туристский центр или местность 6. Аттракционный пункт	Отсутствие жестких критериев отнесения той или иной дестинации к определенному типу

Из данных таблицы был сделан вывод, что наиболее подходящей классификацией видов туризма для данной работы является система кандидата экономических наук, Михаила Анатольевича Морозова. По его мнению, главным критерием классификации является полнота удовлетворения туристских потребностей. Всемирная Туристская Организация (UNWTO) выделяет следующие потребности у туристов: главные, специальные, дополнительные.

Согласно работе М.А. Морозова, первичные дестинации – это популярные места привлечения туристов, которые притягивают их своими уникальными достопримечательностями, культурой и природой, и предназначены для прямого посещения. Вторичные дестинации могут быть менее известными местами, которые туристы посещают во время пути к основной туристической цели или для удовлетворения промежуточных потребностей.

Кроме того, важно отметить, что множество дестинаций остаются неизвестными для людей, по меньшей мере, до определенного момента или даже на протяжении всей жизни. Не многие туристы обладают информацией о туристских дестинациях, которые могут наилучшим образом соответствовать их ожиданиям и удовлетворить потребности, что ограничивает выбор туристов из-за недостаточности знаний. Поэтому рационально классифицировать все дестинации нужно в соответствии с двумя основными факторами, которые влияют на решение туристов: знание туристской информации о дестинации и ее привлекательности.

Таким образом, возможна иная классификация туристских дестинаций:

- 1) осознанно привлекательные: турист имеет полную и достоверную информацию о желаемой дестинации;
- 2) осознанно недоступные: турист обладает полной информацией о желаемой, но недоступной по разным причинам дестинации, пример – дестинация-мечта;

3) незнакомые: туристы не знают о дестинациях, которые могут удовлетворить их потребности и не могут оценить их привлекательность;

4) нейтральные: дестинация обладает средней степенью привлекательности, не смотря на наличие информации о ней;

5) с низкой привлекательностью: турист считает дестинацию не подходящей для отпуска из-за своих требований;

6) выбираемые под влиянием: влияние менеджера, партнера, друзей на выбор дестинации;

7) инертные: рекламные тренды формируют имидж дестинации и определяют ее привлекательность;

8) «горящие»: выбор дестинации, чаще всего из-за недостатка информации и низкой цены.

Учитывая данные исследования, рекомендуется рассматривать туристскую дестинацию как комплекс территориальных объектов, услуг и организаций, целенаправленно взаимодействующих для обеспечения наилучшего удовлетворения потребностей туристов.

1.3 Основные подходы к анализу и оценке туристских дестинаций

Для комплексного анализа и оценки туристских дестинаций была разработана специальная методика. Данная оценка потенциала туристских и рекреационных мест в современных условиях принадлежит кандидату экономических наук Вишнякову Николаю Владимировичу.

В научной работе Вишняков Н.В. говорит о том, что сам потенциал туристской территории подразделяется на несколько категорий: ресурсы и инфраструктура, но данные две группы имеют общую подгруппу – социально-экономические ресурсы.

Сама структура туристского потенциала отражена на рисунке 3.

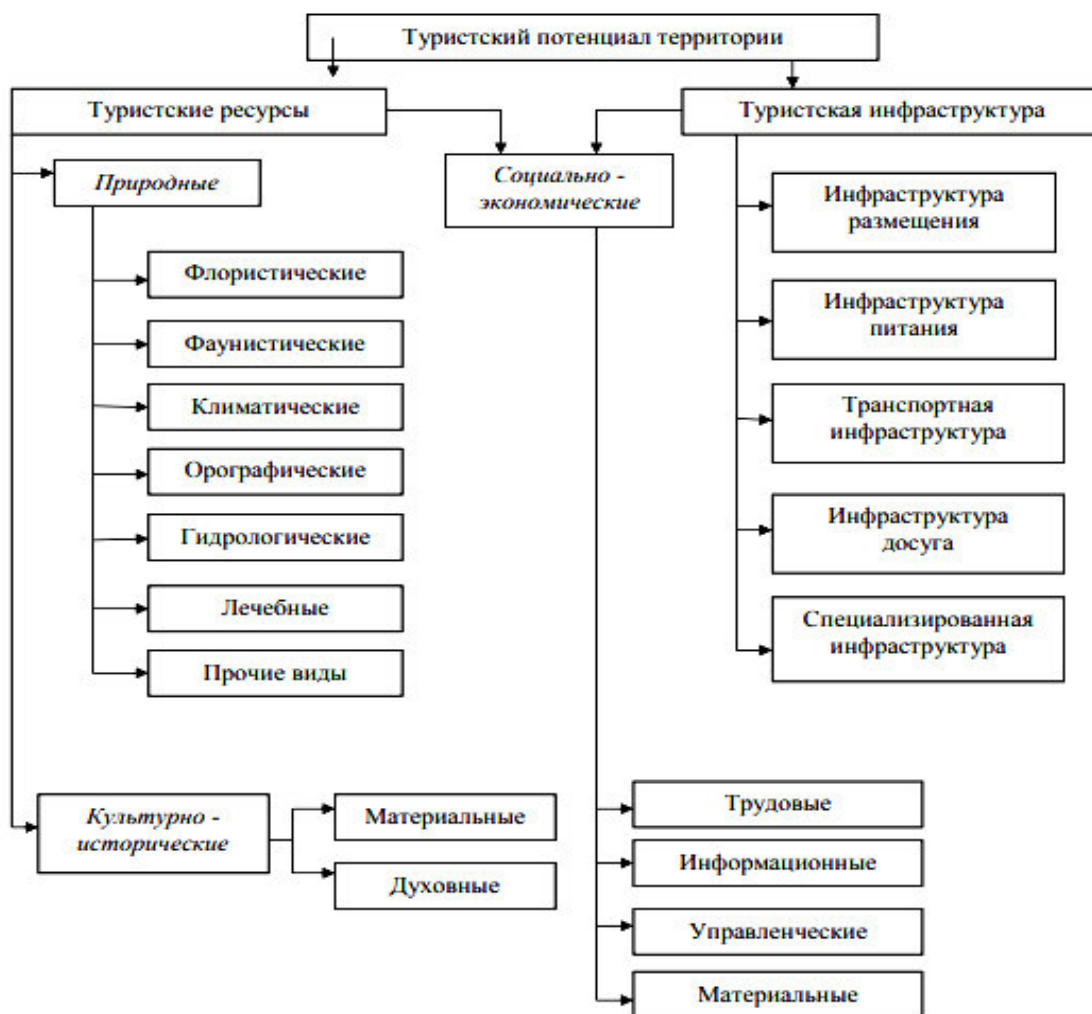


Рисунок 3 – Структура туристского потенциала территории

Для оценки эффективности использования туристского потенциала необходимо:

- выявить неиспользованные возможности;
- провести оценку потенциала;
- определить текущее состояние потенциала на территории;
- определить наличие ресурсов и сил для более активного использования;
- изучить проблемы, которые могут затруднять развитие туристского потенциала данной территории;
- разработать и внедрить в жизни модель организации туристской дестинации.

Согласно И.В. Зорину и В.А. Квартальной, понятие «туристический потенциал» должно включать в себя определение соотношения между фактическим и потенциальным количеством туристов на основе рекреационных ресурсов.

В своих исследованиях С.Л. Сычев использует термин «рекреационный потенциал», разделяя его на социально-экономические ресурсы, включая юридические, общественные, образовательные, инфраструктурные и финансовые аспекты.

Учитывая эти толкования, формулируется термин «туристско-рекреационный потенциал», который представляет собой сочетание туристических и рекреационных факторов, которые лежат в основе туристической деятельности.

Зарубежные исследователи указывают на то, что гостеприимная обстановка и отношение местных жителей к туристам в регионе существенно влияют на туристический потенциал. Негативное отношение часто происходит из-за различий в ценностях и интересах между местным населением и туристической индустрией.

Однако для эффективного использования туристических возможностей территории необходимо проанализировать все имеющиеся ресурсы, выявить их взаимосвязи и условия дальнейшего использования.

При применении системного подхода к функционированию социально-экономической туристической системы туристский потенциал может быть определен как совокупность разнообразных ресурсов, имеющихся на данной территории, включая информационные, природные социально-экономические, культурно-исторические и другие аспекты.

Такой комплексный подход определяет особенности использования туристического потенциала определенного места назначения.

Существует несколько основных научных подходов к определению туристского потенциала (таблица 3).

Таблица 3 – Методические подходы к определению понятия туристско-рекреационного потенциала территории в современных реалиях по Вишнякову Н.В.

Ключевые подходы	Содержание понятия
Терминологическое сравнение	Рекреационный потенциал приравнивается к понятию «рекреационные ресурсы»
Ресурсный подход	Рекреационный потенциал понимается как общность природных, культурно-исторических и прочих ресурсов, свойственных данной территории, благодаря которым активизируется, или лимитируется развитие рекреации. Туристско-рекреационным потенциалом следует называть общность ресурсов туристского и рекреационного плана, составляющих разнообразные сочетания по территориальным признакам, а также обстоятельств, обеспечивающих удовлетворение потребностей населения в деятельности туристского и рекреационного плана.
Системный подход	Системный подход подразумевает рассмотрение туристско-рекреационного потенциала, как суммы отдельных потенциалов (социально-экономического, культурно-исторического, информационного, природного и т.д.), образующихся в ходе экономического использования возможностей территории, и диктующих параметры их использования в туристско-рекреационной деятельности.

Выводы из таблицы указывают на то, что распространение идей в области туристских систем требуют введения термина «туристско-рекреационного потенциала», который будет более комплексно отражать потребности участников индустрии, а именно туристов.

Также в своей диссертации Вишняков отмечает, что туристско-рекреационный потенциал местности состоит из нескольких ключевых элементов:

1) природный потенциал включает в себя ресурсы для туристического и рекреационного отдыха, определенный предел безопасного посещения объектов или территорий, превышение которого может привести к

нарушению экосистемы в результате деятельности туристов и инфраструктуры;

2) культурно-исторический потенциал определяется доступностью объектов показа, их потенциала для показа и использования, а также их значимостью с языковой, культурной и исторической точек зрения для туристов, интересующихся культурно-познавательным видом туризма и не только;

3) социально-экономический потенциал указывает на важность развития туристических мест и направлений, а также инвестиционных возможностей для оценки привлекательности территории для посещений туристами;

4) информационный потенциал представляет собой совокупность информационных потоков из различных источников, созданных для туристов коммерчески активных брендов территорий.

Из анализа терминологии можно сделать вывод, что туристско-рекреационный потенциал представляет собой объединение туристических и рекреационных ресурсов на территориальном уровне и способы их использования для удовлетворения потребностей туристов.

И для оценки этого туристско-рекреационного потенциала территории существуют актуальные методики и практические подходы.

В отечественной литературе по теме туризма фигурирует системный подход оценивания, который и является фундаментальным и основным. Основываясь на этом подходе, сложилась теория рекреационный систем территории.

Данный системный подход подразумевает туристско-рекреационный анализ возможностей и проблем развития в регионе. Такой анализ дестинаций предполагает оценку по таким параметрам, как:

- насколько ландшафт деститации считается эстетичным и экологичным;

- существуют ли на территории памятники истории, культуры, архитектуры;

- присутствуют ли негативные факторы, влияющие на данное место;

- насколько хорошо развито место назначения в плане туризма.

После проведения такого анализа специалист составляет оценку территории с учетом ее областей и привлекательных для туристов мест.

Для точности оценивания все количественные характеристики имеют систему баллов или используют шкалы с небольшими делениями.

Также для темы исследования подходит метод, позволяющий оценить всесторонний потенциал развития туризма, который был разработан Вишняковым.

Данная методика отличается от остальных тем, что в ней отсутствует зависимость от единиц измерения, финальные результаты связывают с оценочной системой.

Методика разделена на следующие этапы.

1 этап – Распределение параметров оценки от наиболее значимого к наименее значимому. Параметры фиксируются в таблице 4.

Таблица 4 – Параметры интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала по Вишнякову Н.В.

Параметры	Расстановка весов
Параметр 1	1
Параметр 2	1
...	...
Параметр m	M

Параметры вычисляются с использованием формулы арифметической прогрессии, что позволяет убедиться в сбалансированности их значений, так как все параметры имеют одинаковую значимость.

2 этап – осуществление определения границ параметров на основе теоретических материалов, практических исследований, а также анкетирования с четырьмя основными критериями.

Данные и расчеты заносятся в таблицу 5.

Таблица 5 – Распределение параметров по уровням туристско-рекреационного потенциала по Вишнякову Н.В.

Параметр	Границы уровней			
	Критический (ниже чем)	Низкий (низ-верх)	Приемлемый (низ-верх)	Желаемый (выше чем)
Параметр 1				
Параметр 2				
...				
Параметр m				

3 этап – получение балльных оценок.

Чтобы получить результат на данном этапе, используют правило Фишберна, которое говорит о том, что параметры располагаются от большего к меньшему.

4 этап – расстановка баллов с учетом полученных параметров (таблица 6).

Таблица 6 – Распределение баллов по уровням по Вишнякову Н.В.

Параметр	Границы уровней			
	Критический (ниже чем)	Низкий (низ-верх)	Приемлемый (низ-верх)	Желаемый (выше чем)
Параметр 1				
Параметр 2				
...				
Параметр m				

5 этап – определение значений. В соответствии с четвертым этапом, находится балл и вносится в таблицу 7.

Таблица 7 – Взаимодействие уровня и балла параметра по Вишнякову Н.В.

Параметры	Уровень показателя	Балл, соответствующий уровню
Параметр 1		
Параметр 2		
...		
Показатель m		
Итого	X	Сумма баллов

6 этап – преобразование числовых данных в выводы.

7 этап является заключающим. В него входит обобщение данных.

Этот метод позволяет оценить общий туристско-рекреационный потенциал определенного места, узнать степень привлекательности территории, как в целом, так и по отдельным параметрам, указывает на сильные конкурентные стороны, которые следует развивать, а также отражает проблемы или слабости, для принятия мер по их устранению.

Говоря о зарубежном опыте, можно прибегнуть к критериям дестинаций, которые были разработаны в 2019 году и известны как Критерии Глобального совета по устойчивому туризму (GSTC). Документ был составлен на английском языке, так как он является официальным языком GSTC, а переводы данного документа размещены на официальном сайте для более широкого распространения данных критериев.

Критерии для дестинаций (их неофициальное название GSTC-D) являются минимум, к которому должна стремиться любая туристская дестинация.

Область применения критериев широка, так как они могут быть использованы независимо от типа, места, размера дестинации.

Эта система критериев применима повсеместно и включает четыре основные темы, а именно: устойчивое управление, социально-экономические, культурные и экологические последствия. Каждый критерий включает в себя подразделы.

Первый раздел называется «Устойчивое управление» (таблица 8).

Таблица 8 – Критерии устойчивого управления дестинациями

Подраздел	Критерии
Структура управления и рамки	Ответственность за управление дестинацией
	Стратегия и план действия в области управления
	Мониторинг и отчетность
Участие заинтересованных сторон	Стандарты вовлеченности и устойчивости предприятия

Подраздел	Критерии
Управление нагрузкой и изменениями	Вовлечение жителей и обратная связь
	Вовлечение туристов и обратная связь
	Продвижение и информация
	Управление потоками посетителей и деятельностью
Управление нагрузкой и изменениями	Инструкцию по планированию и контроль разработки
	Адаптация к изменению климата
	Управление рисками и кризисный менеджмент

Данный раздел организует структуру и работу органов, департаментов, которые отвечают за распределение обязанностей, надзор и эффективное управление дестинацией. Еще в этом разделе разрабатывается многолетний план по развитию территории, меры поощрения, вовлечения туристов и местных жителей, а также мониторинга для увеличения эффективности.

Второй раздел – «Социально-экономическая устойчивость» (таблица 9).

Таблица 9 – Критерии социально-экономической устойчивости дестинации

Подраздел	Критерии
Обеспечение местных экономических выгод	Измерение экономического вклада туризма
	Возможности для карьерного роста
	Поддержка местных предпринимателей и торговли
Социальное благополучие и его воздействие	Оказание поддержки сообществу
	Предотвращение эксплуатации и дискриминации
	Права собственников и предпринимателей
	Охрана и безопасность
	Общедоступность

Второй раздел описывает, какой прямой и косвенный вклад туризма был привнесен в экономику дестинации, как в дестинации соблюдаются международные стандарты в области прав человека.

Третий раздел посвящен «Культурной устойчивости» (таблица 10).

Таблица 10 – Критерии культурной устойчивости дестинации

Подраздел	Критерии
Охрана культурного наследия	Охрана культурных ценностей
	Культурные артефакты
	Нематериальное наследие
	Традиционный доступ
	Интеллектуальная собственность
Посещение культурных объектов	Управление посетителями культурных объектов
	Интерпретация объекта

В разделе культурной устойчивости разрабатываются меры по продвижению и защите культурного наследия, оптимизируется поток желающих к приобщению к культуре территории.

И последний описанный в этом документе раздел – это по «Экологической устойчивости» (таблица 11).

Таблица 11 – Критерии экологической устойчивости дестинации

Подраздел	Критерии
Сохранение природного наследия	Защита экологически уязвимых сред
	Управление посетителями природных объектов
	Взаимодействие с дикой природой
	Эксплуатация видов и благополучие животных
Управление ресурсами	Энергосбережение
	Управление водными ресурсами
	Качество воды
Управление отходами и выбросами	Отработанная вода
	Твердые бытовые отходы
	Выбросы парниковых газов и смягчение последствий изменения климата
	Транспорт с низким уровнем выбросов
	Световое и шумовое загрязнение

Данный раздел посвящен экологии и минимизированию вреда, нанесенного дестинации туризмом. Применение системы критерий позволяет дестинациям приблизиться к реализации программы устойчивого развития, которая разработана до 2030 года.

Подводя итоги выше сказанного, хочется сказать, что на данном этапе развития туристской отрасли большое количество специалистов трудятся над

созданием полной методики оценки туристских дестинаций как в России, так и за рубежом.

1.4 Опыт развития туристских дестинаций в России и за рубежом

Для многих индустрия туризма играет ключевую роль в национальной экономике. Изучив опыт различных стран, можно выяснить, что успех в развитии туризма во многом зависит от того, как данная отрасль воспринимается на государственном уровне и как она поддерживается государственными институтами.

Государственные программы способствуют развитию туристического бизнеса, формированию туристических центров, созданию нужной инфраструктуры, а также проведению рекламных и информационных кампаний.

Существуют несколько подходов к организации государственного регулирования туризма. При рассмотрении опыта России и других стран в формировании туристских направлений, общими чертами в деятельности региональных властей являются:

- выполнение систематической работы по сохранению туристского потенциала уникальных природных и культурных объектов;
- обеспечение благоприятных условий для развития туристической инфраструктуры;
- эффективное взаимодействие регионального правительства с предприятиями туристической индустрии для постоянного совершенствования туристских продуктов на местности;
- создание условий, способствующих повышению привлекательности территории для инвесторов, туристов и участников туристической отрасли;
- реализация стратегий и программ формирования туристических проектов с применением кластерного подхода.

В законодательной практике термин «туристическая дестинация» не используется, поэтому для успешного развития туризма в России необходимо создание новых туристических направлений.

Планирование развития туристических направлений включает следующие этапы:

- 1) выбор места для создания туристской дестинации;
- 2) определение туристического продукта, включая различные аспекты;
- 3) инвентаризация продуктов;
- 4) анализ рынка;
- 5) организационные мероприятия, включающие различные аспекты;
- 6) установление международных контактов;
- 7) обработка информационных источников;
- 8) разработка рекламных материалов;
- 9) вхождение на международный рынок.

Подводя итоги выше сказанному, можно сказать, что туристские дестинации в России находятся только на этапе разработки, для этого создаются программы для развития туристских дестинаций и вносятся коррективы в законодательную базу РФ.

Времена COVID-19 были сложными для туризма всех стран мира. По этой причине страны принялись за разработку программ по поддержке и развитию как туризма в целом, так и отдельных туристских дестинаций. Российская Федерация не стала исключением. В сентябре 2019 года Правительство Российской Федерации распорядилось о принятии Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года.

Разработанная стратегия направлена на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма страны за счет формирования благоприятных условий, конкурентноспособных турпродуктов, их продвижений и обеспечения доступных условий для граждан Российской Федерации.

В первой части Стратегии были изложены основные понятия в сфере туризма, поставлены цели и задачи стратегии и выявлены современные тенденции и перспективы развития отрасли на международном уровне. Было отмечено, что в России сохраняет свой потенциал туристский сектор.

Особое значение для данной исследовательской работы имеет пункт «Планирование развития туристских территорий». С учетом Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года приоритетным является развитие тех территорий, где туризм определен перспективной экономической специализацией. Государственная поддержка таких территорий будет включать специальный режим.

Данная Стратегия также рассматривает развитие инфраструктуры, транспорта, увеличение мест для подготовки кадров в сфере туризма. Перечисленные меры помогут развивать туристские дестинации, формировать их благоустройство и имидж как внутри страны, так и на международном рынке.

Еще одним документом по развитию внутреннего и въездного туризма является Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» от 24 декабря 2021 года. В ходе государственной программы было оценено текущее состояние туризма в Российской Федерации, были описаны цели, задачи и приоритеты государственной политики в сфере Программы.

Так, в соответствии с положением, приоритетными территориями являются регионы Северо-Кавказского федерального округа, Дальневосточного федерального округа, регионы, входящие в Арктическую зону Российской Федерации, Республику Крым, город Севастополь и Калининградскую область. Именно на социально-экономическое развитие этих территорий направлено действие государственной программы.

К 2030 году планируется создание 30 новых туристско-рекреационных кластеров на территориях Республики Крым и города Севастополь. В рамках федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» на Дальневосточном федеральном округе и в Арктической зоне Российской Федерации будут реализованы меры по расширению порта Владивосток для осуществления круизных туристских поездок, а также продолжится развитие территорий опережающего развития.

На территории Северо-Кавказского федерального округа в рамках государственной программы «Развитие Северо-Кавказского федерального округа», реализуемой Министерством экономического развития РФ, планируется реконструкция и модернизация г. Дербента, совершенствование территории Кавказских Минеральных вод, поддержание инвестиционных проектов.

Весь перечень макротерриторий и входящих в них субъектов можно увидеть в Приложении 1, а ознакомиться с процессом получения субсидий можно в Приложении 3 к государственной программе РФ «Развитие туризма».

Подводя итог выше сказанному, хочется отметить, что туристская дестинация может включать в себя разные заинтересованные стороны, может объединяться с другими для формирования более крупных дестинация. Появление новых программ по поддержке разных территорий и дестинаций позволяют развивать государство, но в дальнейшей работе будет представлена и рассмотрена только одна – Кавказские Минеральные воды, которые также были включены в государственную программу по развитию внутреннего и въездного туризма Российской Федерации.

2 АНАЛИЗ РЕГИОНА КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ КАК ДЕСТИНАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

2.1 Возможности развития туристского потенциала региона Кавказских Минеральных вод

Курортная зона Кавказских Минеральных вод включает в себя четыре основных города: Пятигорск, Кисловодск, Железноводск и Ессентуки (рисунок 4).

Этот район расположен на юге Ставропольского края, на северных склонах Главного Кавказского хребта.

Кавказские Минеральные Воды – это крупнейший и один из старейших курортных регионов Российской Федерации. Свыше 130 минеральных источников и большие запасы иловой грязи озера Тамбукан делают КМВ уникальным бальнеологическим курортом. Регион КМВ отличается живописными природными ландшафтами, горным целебным климатом и славится своими предприятиями санаторно-курортного комплекса в России.



Рисунок 4 – Карта расположения Кавказских Минеральных вод

Кавказские Минеральные Воды – крупнейшая и уникальная курортная жемчужина России, которая по составу и качеству своих климато-бальнеологических ресурсов, сконцентрированных на относительно небольшой территории, не имеет аналогов на Евро-Азиатском континенте.

Более 115 здравниц в этом регионе, специализирующихся на лечении множества различных заболеваний, придают ему статус главной, всесторонней и многопрофильной базы страны с начала XXI века. 118 современно оснащенных лечебно-диагностическими установками здравниц 26 туристических и гостиничных комплексах в Кавказских Минеральных водах могут одновременно принимать более 40 тысяч человек.

Их основная специализация – оказание медицинских и оздоровительных услуг, лечение всемирно известными водами и минеральными грязями.

Горный целебный климат умеренно континентальный, с большим числом безоблачных и безветренных дней и умеренным количеством осадков (около 600 мм в год).

В живописных предгорьях можно увидеть степные и лесостепные ландшафты, которые сменяются горнолесными массивами широколиственных деревьев, таких как дуб, бук, граб, и переходящие в горные лесостепные участки.

Многообразие природы зависит от множества природных достопримечательностей, к ним относятся Кольцо-гора, ущелья рек Аликоновка, Ольховка и Березовая, а также водопады Медовый и Лермонтовский.

В этом регионе также можно найти и исторические, и культурные ресурсы в виде музеев, памятников, галерей и других зданий, а также в неосязаемой форме, такой как язык, традиции, ценности и образ жизни.

Перечень всех осязаемых ресурсов Кавказских Минеральных вод представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Осязаемые исторические ресурсы Кавказских Минеральных вод, кол-во ед.

Название	Количество
Музей	14
Галерея	1
Государственная филармония	3
Выставочный зал	14
Дворец культуры	37

Все туристские объекты доступны туристам и используются для проведения мероприятий и экскурсий.

Для более углубленного представления этнического разнообразия региона на диаграмме представлены народы, проживающие на территории Кавказских Минеральных вод.



Рисунок 5 – Диаграмма соотношения народностей, проживающих на территории Кавказских Минеральных вод, в %

Все представленные народности имеют свои традиции и ценности и сосуществуют вместе продолжительное время, образуя неповторимый

колорит в пределах одной дестинации, что накладывает свой отпечаток и является культурной ценностью.

Регион является популярным среди туристов, что способствует развитию туризма. Так, по данным Северо-Кавказстата от 26 сентября 2023г. на территории Кавказских Минеральных вод работает 31 туристическое агентство. В связи с особенностями данного района можно выделить следующие виды туризма в данной дестинации: лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, экстремальный, экологический и другие.

В настоящее время проводятся инвестиционные проекты, например, Комплексный план развития городов-курортов в регионе Кавказские Минеральные воды, что свидетельствует о наличии финансового потенциала.

Отмечается развитая инфраструктура дестинации. Электричество, водоснабжение есть на всей территории региона. Действует аэропорт, который осуществляет международные авиасообщения и авиасообщения с остальными частями России и находится в поселке Минеральные воды (рисунок 6).



Рисунок 6 – Аэропорт Минеральные воды

Обеспечение между городами может осуществляться как автомобильными, так и железнодорожными путями (рисунок 7).

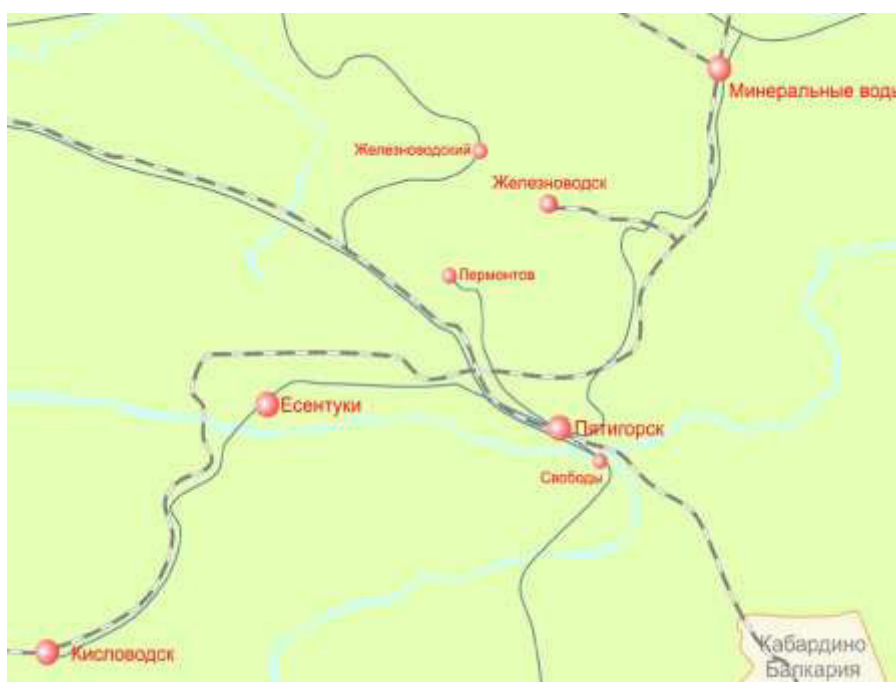


Рисунок 7 – Карта автомобильных и железнодорожных сообщений Кавказских Минеральных вод

Для анализа возможностей принято использовать SWOT-анализ. SWOT-анализ – это метод оценки перспектив выбранного объекта при учете его сильных и слабых сторон, внешних возможностей и угроз. Аббревиатура составлена на английском языке из 4 критериев оценки: Strengths – сила, Weaknesses – слабости, Opportunities – возможности, Threats – угрозы. В зонах их пересечения указывают либо как использовать слабые или сильные стороны для усиления преимуществ и возможностей, либо как избежать угроз объекту.

Данный SWOT-анализ хоть и не имеет цифр, но позволяет выбрать примерный курс развития Кавказских Минеральных вод.

Согласно анализу, разработка новых маршрутов будет способствовать развитию региона, а при должном финансировании и реализации государственных программ по развитию внутреннего и въездного туризма

будет наблюдаться рост турпотока в Кавказские Минеральные воды. Это также позволит территории быть конкурентноспособной на международном рынке.

Что же касается угроз, то, даже не смотря на повышение денежных тарифов, можно не потерять туристов за счет соотношения цены и качества. Для этого нужно также модернизировать регион.

Анализ помогает лучше адаптироваться к изменениям внешней среды, минимизировать внутренние потери. В рамках исследовательской работы был разработан SWOT-анализ туристской дестинации Кавказские Минеральные воды, который представлен в таблице 13.

Таблица 13 – SWOT-анализ региона Кавказские Минеральные воды

	Возможности	Угрозы
	1) Участие в государственных программах по финансированию 2) Разработка новых туристских маршрутов и открытие новых объектов показа 3) Внедрение инновационных технологий 4) Активное продвижение дестинации в стране и на международной арене	1) Конкуренция с другими дестинациями 2) Повышение тарифов на ресурсы 3) Высокая стоимость туристских услуг 4) Нестабильная политическая обстановка
Сильные стороны	Поле «сила и возможности»	Поле «сила и угрозы»
1) Выгодное географическое положение 2) Крупный транспортный узел 3) Природные ресурсы 4) Расположение в особо охраняемом эколого-курортном районе 5) Эффективная система муниципального управления 6) Наличие лечебно-оздоровительных ресурсов, которые известны во всем мире 7) Богатая культурно-историческая база дестинации	Разработки новых туристических маршрутов в сочетании с потенциалом региона создают уникальную возможность посетить разные места в пределах одной дестинации. Продвижение, лечебно-оздоровительные и культурно-познавательные ресурсы помогут дестинации занимать лидирующее положение и умножить денежный поток в регион. Эффективная система муниципального управления возьмет под контроль внедрение инновационных технологий.	Из-за высокой стоимости туристских услуг не все туристы будут готовы поехать в данную дестинацию, даже не смотря на богатый потенциал. Повышение тарифов на ресурсы может негативно сказаться на системе муниципального управления, так как у вторых могут возникнуть трудности. Выгодное географическое положение и культурное и природное наследие позволяют конкурировать с другими дестинациями.

	Возможности	Угроза
	1) Участие в государственных программах по финансированию 2) Разработка новых туристских маршрутов и открытие новых объектов показа 3) Внедрение инновационных технологий 4) Активное продвижение дестинации в стране и на международной арене	1) Конкуренция с другими дестинациями 2) Повышение тарифов на ресурсы 3) Высокая стоимость туристских услуг 4) Нестабильная политическая обстановка
Слабые стороны	Поле «слабость и возможности»	Поле «слабость и угроза»
1) Низкий уровень инфраструктуры относительно международных стандартов 2) Наличие депрессивных территорий в результате опустошения и банкротства.	При финансировании и разработке новых программ возможна реорганизация депрессивных территорий. Благодаря денежным вливаниям инвесторов и государства уровень инфраструктуры сможет стать конкурентноспособным на международном рынке.	Повышение тарифов может ухудшить не высокое качество инфраструктуры за счет увеличения затрат. Нестабильная обстановка может косвенно повлиять на опустошения, а соответственно на появление новых депрессивных территорий.

Таким образом, Кавказские Минеральные воды развивающийся регион на отечественном туристском рынке, который уже имеет свою туристскую базу, но на данный момент не в полной мере реализовавший свой туристско-рекреационный потенциал.

2.2 Основные тенденции развития туризма в Кавказских Минеральных водах

На данный момент на территории Российской Федерации сбор статистических данных происходит по административному делению, а именно по территориям субъектов РФ. По этой причине для анализа основных тенденций развития туризма в Кавказских Минеральных водах были использованы данные по Ставропольскому краю, так как регион находится на территории Ставропольского края.

Ставропольский край находится на юге России, между Черным и Азовским морем. Край является перспективным и попадает под Государственную программу «Развития туризма».

Для оценки состояния и тенденций развития туризма Ставропольского края проводится анализ динамики туристских потоков по видам туризма (въездной, выездной, внутренний), анализ структуры туристских потоков по видам туризма (въездной, выездной, внутренний), анализ динамики въездного и выездного туристских потоков по странам прибытия и выбытия.

Все данные, используемые в данной работе, были взяты на сайте Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС).

Для расчета динамики и структуры туристских потоков Ставропольского края по видам туризма (въездной, выездной, внутренний) были использованы данные из таблицы численности отправленных и принятых туристов по Ставропольскому краю (приложение А).

Результаты расчеты динамики туристских потоков Ставропольского края представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Динамика численности туристов (Ставропольский край)

в процентах

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	140,7	127,4	101,8	43,0	135,2	153,0	126,6	95,8	54,9	155,9	107,5
Въездной	191,7	74,0	163,3	11,0	187,9	108,5	153,7	124,8	464,8	149,7	99,9
Внутренний	113,4	133,5	72,2	47,4	291,0	143,6	130,5	100,5	63,1	146,6	109,0
Всего	131,4	128,9	92,9	43,8	176,0	148,8	128,3	97,8	59,2	151,5	108,0

На основании данных таблицы 14 был построен график динамики численности туристов в процентах к предыдущему году по Ставропольскому краю (рисунок 8).

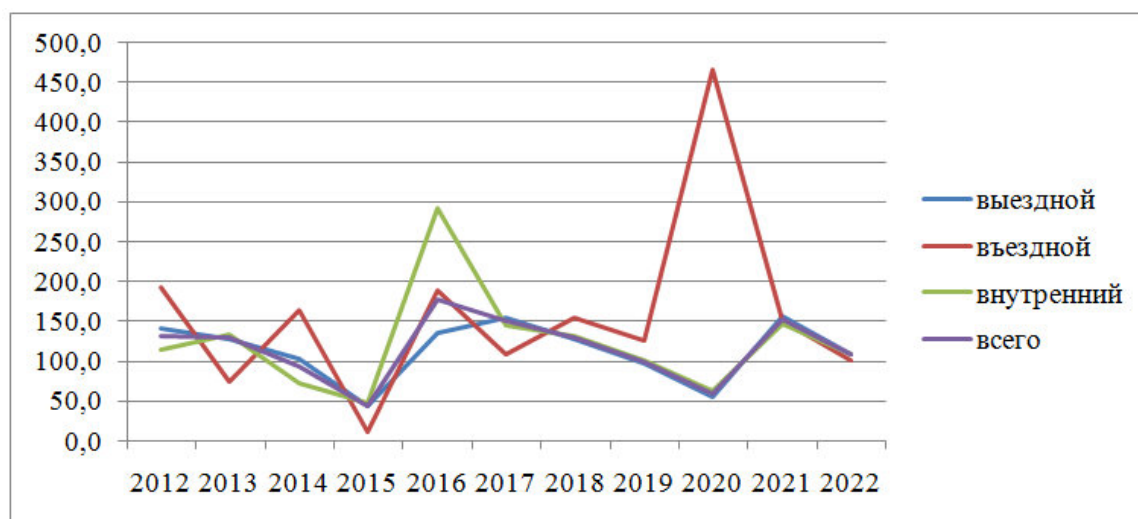


Рисунок 8 – Динамика численности туристов, в % к предыдущему году
(Ставропольский край)

Анализируя полученные данные, можно утверждать, что динамика туристских потоков по видам туризма в регионах менялась с каждым годом.

Исследуя въездной туризм, можно сказать, что наибольший пик популярности данного вида туризма приходился на 2020 год, высокий показатель объясняется тем, что в условиях пандемии произошел резкий спад выездного туризма в регионе, и относительно этого низкого показателя въездной туризм вырос.

Наибольший спад въездного туризма прослеживается с 2014 по 2015 год, причиной этому стала политическая ситуация и санкции в отношении России, которые затронули и въездной туризм.

Наибольший подъем внутреннего туризма мы можем отметить в 2015-2016 годах, этому поспособствовала поддержка правительства, которое активно финансировало и развивало данную сферу деятельности с помощью различных программ.

Спад внутреннего туризма прослеживается в 2020 году, это связано с эпидемиологическими трудностями. Но к 2021 году отмечается постепенное увеличение спроса на внутреннем туристическом рынке, что обусловлено не только закрытием границ, но и внедрением программы кешбэка, а также

активными мероприятиями туроператоров по расширению предложений организации внутренних чартерных рейсов.

Выездной туризм схож с динамикой внутреннего туризма, спад наблюдается как в 2014-2015 годах в связи с мировой ситуацией, так и 2020-2021 годах в связи с распространением вируса COVID-19 подъем наблюдается лишь после 2020 года.

Что касается туризма в 2022 году, то он напрямую связан со Специальной Военной операцией.

Для полного анализа был проведен расчет структуры туристских потоков Ставропольского края по видам туризма (выездной, въездной, внутренний). Результаты представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Структура численности туристов (Ставропольский край)

в процентах

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	64,8	69,4	68,6	75,2	73,7	56,6	58,2	57,5	56,3	52,1	53,6	53,3
Въездной	0,4	0,6	0,4	0,6	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	1,5	1,5	1,5
Внутренний	34,8	30,0	31,0	24,2	26,1	43,2	41,7	42,4	43,5	46,4	44,9	45,3
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Используя данные таблицы 15, была построена диаграмма структуры численности туристов по Ставропольскому краю в процентах к предыдущему году (рисунок 9).

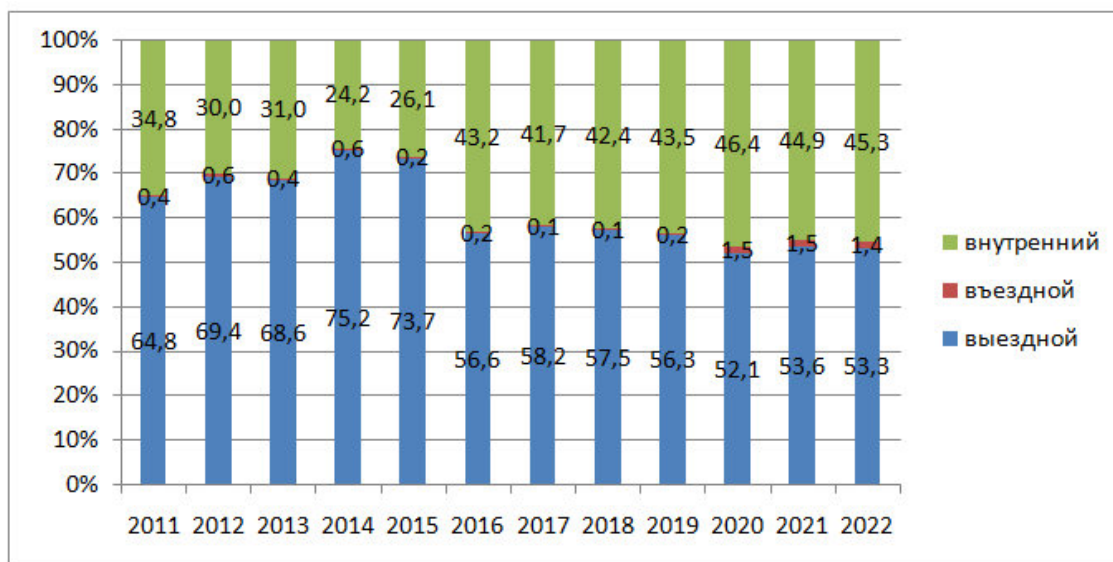


Рисунок 9 – Структура численности туристов, в % к предыдущему году
(Ставропольский край)

Диаграмма структуры подтверждает данные графика динамики численности туристов.

Можно отметить, что на протяжении всего периода (2011-2022 год) большую долю занимает выездной туризм, но прослеживается ежегодное уменьшение показателя.

Обратную ситуацию мы видим у внутреннего туризма, показатель его растет и к 2022 году составил 45,3%.

Доля въездного туризма в структуре незначительна относительно двух других видов туризма. Однако максимальный показатель пришелся на 2020-2022 годы, что говорит о его росте.

Таким образом, на основе анализа структуры можно сделать вывод, что большую долю в структуре Ставропольского края занимает выездной туризм, что противоречит направлению туристкой политики как в регионе, так и в стране, но заметна положительная динамика, а именно рост доли внутреннего и въездного туризма.

Также был проведен анализ динамики въездного и выездного туристских потоков по странам прибытия и выбытия туристов Ставропольского края. Для

расчета динамики въездного туристского потока по странам выбытия туристов в Ставропольский край были взяты данные на сайте Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС). Данные по численности принятых иностранных туристов в Ставропольском крае представлены в приложении Б. Результаты расчетов внесены в таблицу 16.

Таблица 16 – Структура въездного туристского потока по странам выбытия туристов (Ставропольский край)

в процентах

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Азербайджан	0,0	0,0	0,0	0,0	20,4	11,9	16,1	13,4	11,5	26,1	14,6
Армения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,9	29,9	23,9	30,9	25,8	29,1
Беларусь	12,2	0,0	25,5	0,0	0,5	0,0	1,5	0,0	9,6	11,3	18,6
Грузия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	3,4	3,4
Казахстан	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27,5	20,3	20,3	6,2	17,3	20,5
Киргизия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,9	7,6

На основании данных таблицы 16 была построена диаграмма структуры въездного туристского потока в Ставропольский край по странам выбытия туристов (рисунок 10).

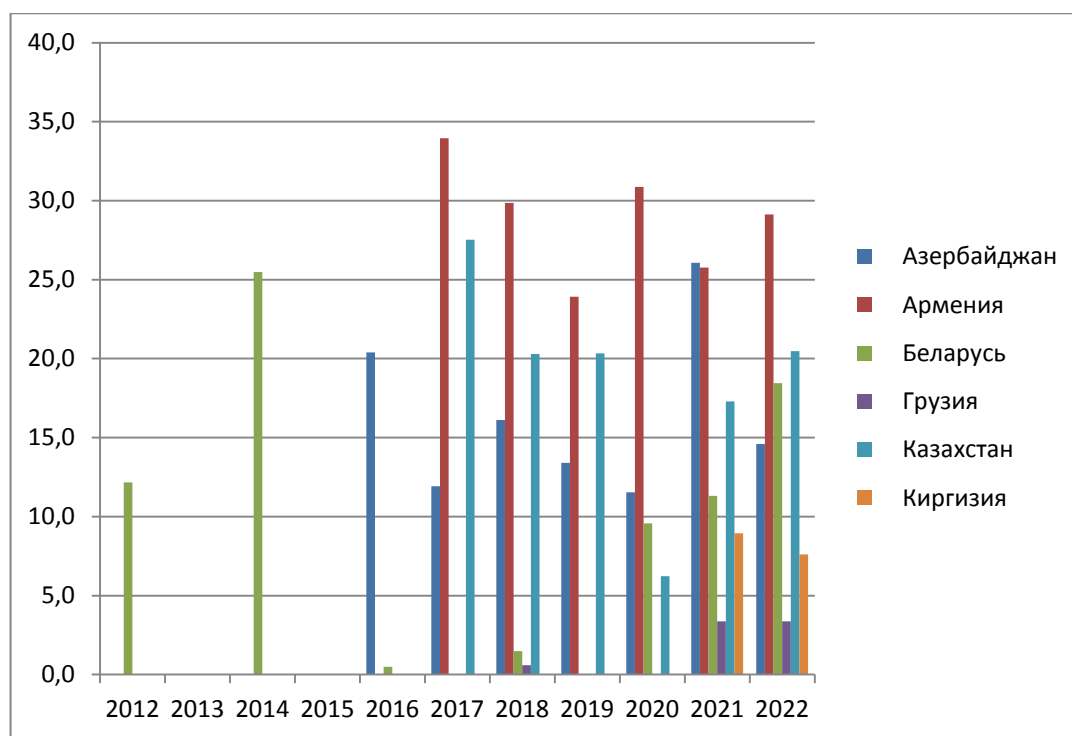


Рисунок 10 – Структура въездного туристского потока по странам отправления туристов, в % (Ставропольский край)

По данным диаграммы можно отметить, что страной-лидером по посещению Ставропольского края за весь период (2012-2022 годы) стала Армения. Максимальный показатель Армения достигла в 2017 году (33,9%). Этому способствовало близкое расположение границ и интерес иностранных граждан к данному региону.

Также можно отметить резкий скачок показателя прибытий в Ставропольский край иностранных туристов из Казахстана и Киргизии. Специалисты объясняют это комфортностью климата и интересом к минеральным источникам.

Туристы из Беларуси проявляли интерес к Ставропольскому краю на протяжении почти всего периода, что объясняется дружескими взаимоотношениями между принимающей и отправляющей сторонами.

Наименьший процент принадлежит иностранным туристам из Грузии.

По словам министра туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края Андрея Толбатова, турпоток увеличился на 14%.

Иностранные туристы поспособствовали развитию экономики региона, оставив только за последний год 43 миллиарда рублей. Также был отмечен спрос туристов на косметологические услуги в связи с ростом цен на зарубежную продукцию.

Для расчета динамики выездного туристского потока по странам прибытия туристов из Ставропольского края были взяты данные на сайте Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС). Данные по численности отправленных в туры российских туристов из Ставропольского края представлены в приложении В.

Результаты расчетов представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Структура выездного туристского потока по странам прибытия (Ставропольский край)

в процентах

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Азербайджан	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Армения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Беларусь	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Грузия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4	0,3	0,0	0,0	0,2
Казахстан	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Киргизия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

На основании данных таблицы 17 была построена диаграмма структуры выездного туристского потока из Ставропольского края по странам прибытия (рисунок 11).

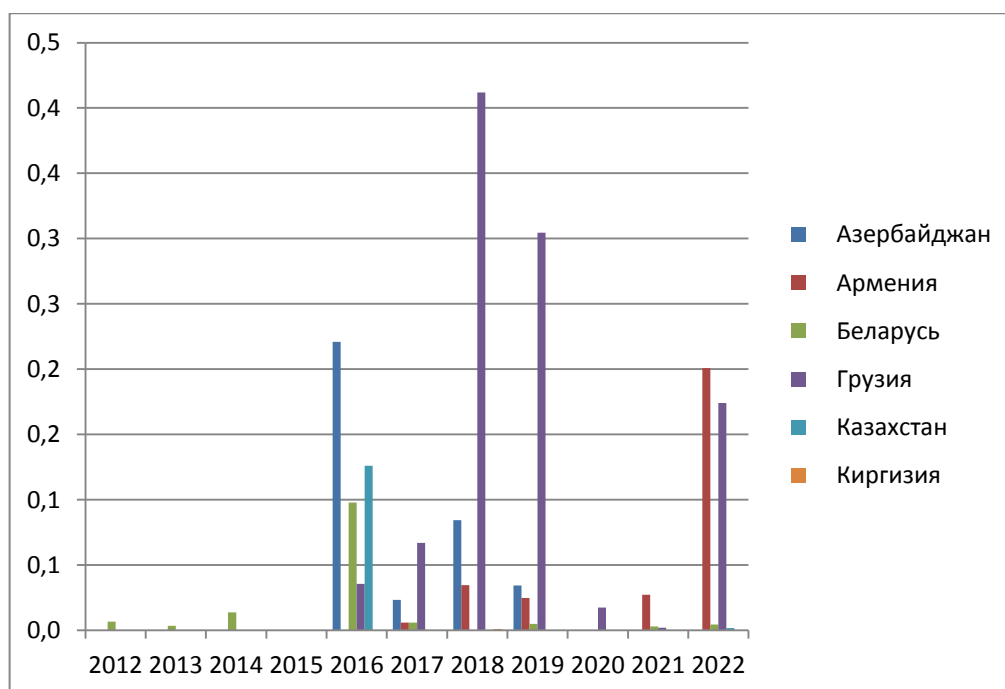


Рисунок 11 – Структура выездного туристского потока по странам прибытия, в % (Ставропольский край)

Для сравнения данных для диаграммы были взяты те же страны, туристы которых въезжали на территорию Ставропольского края. Ситуация получилась не равнозначная. Можно отметить, что из этих стран турпоток больше, чем из Ставропольского края в их страны. Это связано с тем, что жители Ставропольского края для туристических поездок предпочитают более теплые страны или страны с выходом к морю. Но, тем не менее, по результатам диаграммы можно отметить, что Грузия и Армения пользуются популярностью среди туристов Ставропольского края. Объясняется это приграничным положением края, что позволяет экономить время и финансовые ресурсы туристам. Пик таких поездок пришелся на 2018, 2019 и 2022 годы.

Часть туристов ежегодно посещают Беларусь в связи с дружеской обстановкой между странами. В свою очередь Киргизия является не привлекательной как туристская дестинация для туристов из Ставропольского края.

Подводя итог, можно сделать вывод, что анализ Ставропольского края позволил выяснить основные страны турпотока и количественно подтвердил востребованность региона среди иностранных и российских туристов.

2.3 Основные объекты культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод

Кавказские Минеральные воды является уникальным курортным регионом. Города Кавказских Минеральных вод являются ключевыми центрами дестинации для развития культурно-познавательного туризма. Этому стало причиной их близкое расположение и насыщенность местными достопримечательностями.

Регион процветает в сфере культурно-познавательного туризма благодаря обширному историко-культурному наследию, которое оживлено на местном уровне благодаря благоприятным природным условиям и удачному географическому положению. Влияние этих факторов, каждый из которых оставил свой след в истории региона, долгие годы привлекало туристов со всех регионов страны и зарубежных стран.

Культурно-познавательный туризм представляет собой путешествие с учебными целями, которое через различные пути знакомит туристов с культурным богатством местности, обогащая его мировоззрение.

Основу культурно-познавательного туризма составляют объекты культурно-исторического наследия, включая памятники архитектуры, театры, музеи, выставки, культовую и гражданскую архитектуру, этнографические объекты, технические сооружения и комплексы.

Исходя из этого, можно выделить разные подвиды культурно-познавательного туризма, используя конкретные группы объектов показа, а именно: культурно-исторический, культурно-этнический, культурно-религиозный, культурно-событийный, культурно-археологический, культурно-экологический и другие.

Был проведен анализ культурно-познавательного потенциала каждого из городов Кавказских Минеральных вод. Из большого количества

туристских объектов была проведена классификация по территориальному признаку, а именно по месту расположения и принадлежности к тому или иному городу Кавказских Минеральных вод.

Результаты проведенной работы были внесены в таблицу 18.

Таблица 18 – Туристские объекты показа городов Кавказских Минеральных вод

Наименование города	Объекты туристского показа
Кисловодск	Кольцо-гора; Рим-гора; Лермонтовский водопад; Здание Курзала; Дом Реброва; Колоннада; Лермонтовская площадка; Музей-усадьба художника Н.А. Ярошенко; Литературно-музыкальный музей «Дача Шалапина»; Историко-краеведческий музей «Крепость»; Государственная Филармония; Памятник Лермонтову; Храм воздуха; Красные камни; Усадьба Твалчрелидзе; Замок Коварства и Любви; Информационно-Культурный центр «Музей А.И. Солженицына»
Пятигорск	Парк «Цветник»; Лермонтовская галерея; Кофейня Гукасова; Памятник Кисе Воробьянинову; Пятигорский некрополь; Лазаревская церковь; Грот Лермонтова; Грот Дианы; Пушкинские ванны; Место дуэли Лермонтова; Ставропольский театр оперетты; Краеведческий музей; Музей-заповедник М.Ю. Лермонтова; Дом Эльзы

Наименование города	Объекты туристского показа
Железноводск	Феррум площадь; Смирновский источник; Пушкинская галерея; Славяновский источник; Дворец Эмира Бухарского; Островские ванны; Лермонтовский источник
Ессентуки	Грязелечебница им. Н.А. Семашко; Концертный зал им. Ф.И. Шаляпина; Музыкальная беседка Рококо; Цандеровский институт механотерапии; Дача Зимина Орлиное гнездо

По данным таблицы можно сделать вывод, что во всех городах Кавказских Минеральных вод есть потенциал, но наиболее приоритетными для развития культурно-познавательного туризма являются Кисловодск и Пятигорск.

Каждый город Кавказских Минеральных вод имеет свои особенности и уникальные объекты показа. Часть из них используются в туризме на протяжении нескольких сотен лет или не дошли в оригинальном виде до наших дней, поэтому для более полного погружения специалисты в сфере туризма применяют всевозможные методики.

Самый частый из них – это расчленение объекта показа на составные части, чтобы туристы обратил внимание на отдельные его части.

Если объект показа сохранился частично, то прибегают к приему зрительного монтажа. Турист мысленно реконструирует объект с помощью рассказов, уцелевших частей объекта или исторических справок экскурсовода.

При зрительном сравнении, он возможен при наличии нескольких объектов рядом, турист находит общие черты и черты различия, что позволяет ему понять действительные параметры объекта: высоту памятника, глубину ущелья, громкость водопада и тому подобное. Прием зрительной

аналогии позволяет туристу лучше запомнить объект показа, вспоминая похожие для него объекты вне дестинации пребывания.

На территории Кавказских Минеральных вод располагаются несколько смотровых площадок. На их территории гиды часто практикуют прием панорамного показа, что позволяет туристу за один раз увидеть несколько туристских объектов.

Также при реализации приемов гиду или экскурсоводу помогает «портфель экскурсовода», в котором находится фото, аудио и другой материал по тому или иному объекту, находящемуся на туристской территории.

Таким образом, разнообразие основных объектов культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод позволяют не только привлекать группы туристов, создавать разнообразные туры и маршруты, но и использовать разные методы и приемы при знакомстве туристов с ними.

2.4 Анализ турпродукта культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод

На отечественном рынке туроператоры ведут работы в различных направлениях. Кавказские Минеральные воды не стали исключением.

Так как потенциальная целевая исследовательской работы аудитория находится в пределах Амурской области, был проведен анализ уже существующих турпродуктов из Благовещенска в Кавказские Минеральные воды.

Проанализировав предложения туристических агентств, которые имеют доступ к рынку Амурской области. В результате выяснилось, что вылеты производятся за пределами Амурской области, самый ближайший из города Хабаровск. Есть предложения из города Благовещенск, но это комбинированные туры, в рамках которых помимо Ставропольского края туристам предлагается посетить и другие дестинации в других субъектах РФ. Данные были взяты на сайте сообщества туроператоров «Большая страна». Ведется продажа самих билетов до Минеральных вод, но это не является

полноценным туром. Также предприятия предоставляют своим работникам туристские поездки, но только санаторно-курортного лечения, что по характеру поездки не совсем подходит.

Так как на территории Кавказских Минеральных вод насчитывается около 31 турагентства, можно сделать вывод, что в регионе имеются высококвалифицированные кадры, которые работают над созданием и продвижением местных турпродуктов. По этой причине был также проведен анализ предложений местных туроператоров. Результаты анализа были представлены в таблице 19. Данные были взяты на сайте туроператора «Дельфин».

Таблица 19 – Сравнительный анализ существующих турпродуктов культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод

Название тура	Вид тура	Количество дней	Маршрут тура	Стоимость тура
«Выходные на Кавказе»	Комбинированный	3 дня	Аэропорт Минеральные воды – Пятигорск – Домбай – Кисловодск – Медовые водопады – аэропорт Минеральные воды	34 987 рублей
«Ожерелье Кавказских Минеральных вод»	Экологический	6 дней	Минеральные воды – Кисловодск – Аlikоновское ущелье – Медовые водопады – термальные источники «Суворовские» – Эссентуки – Железноводск – Южное Приэльбрусье, Эльбрус, Северное Приэльбрусье, Джылы-Су – Пятигорск – Кисловодск – Минеральные воды	157 800 рублей

Название тура	Вид тура	Количество дней	Маршрут тура	Стоимость тура
«Кавказские термы и горный комплекс»	Экологический Лечебно-оздоровительный	7 дней	Минеральные воды – Пятигорск – терм.ист. Суворовские – Эльбрус – Кисловодск – Домбай – терм. ист. Жемчужина Кавказа – Чегемские водопады – Голубые озера – Черекская теснина – Верхняя Балкария – терм. ист. Аутшигер – гора Кольцо - Медовые водопады – Железноводск – Ессентуки – Минеральные воды	139 800 рублей
«Встречи с чудесами Кавказа»	Активный Экологический	7 дней	Пятигорск – Железноводск – Приэльбрусье – Владикавказ – Грозный – Ингушетия – Чегемские водопады – Домбай – Кисловодск – Медовые водопады	116 278 рублей

Анализируя предложения, можно отменить основную тенденцию – туроператоры для насыщения своего тура посещают сразу несколько регион. Большинство туров имеет экологическую и оздоровительную направленность, а средняя их продолжительность 5-7 дней.

По этой причине хочется обратить внимание, что есть потребность в создании комбинированного тура, маршрут которого не будет выходить за пределы Кавказских Минеральных вод.

Рассмотрев основные макроэкономические показатели, можно сделать вывод о положительной динамике развития региона. Показатели хозяйственной деятельности функционируют благоприятно.

3 РАЗРАБОТКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА В РЕГИОН КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ

3.1 Маркетинговое обоснование тура

Для увеличения заинтересованности туристов был разработан культурно-познавательный тур в Кавказские Минеральные воды. Его разработка основывалась на проведенном анкетировании (вопросы анкеты представлены в приложении Г), что является маркетинговой обоснованность разработанного тура.

В опросе приняли участие 111 респондентов.

Большинство опрошенных женского пола 73,9% (рисунок 12).

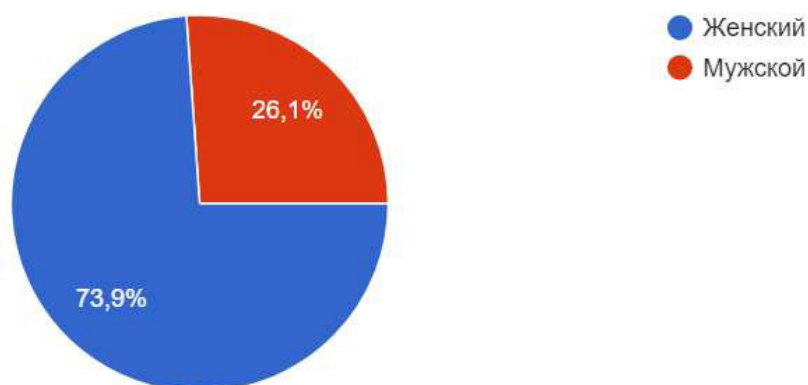


Рисунок 12 – Распределение респондентов по гендеру

Соотношение респонденту по возрасту тоже оказалось не равным (рисунок 13).

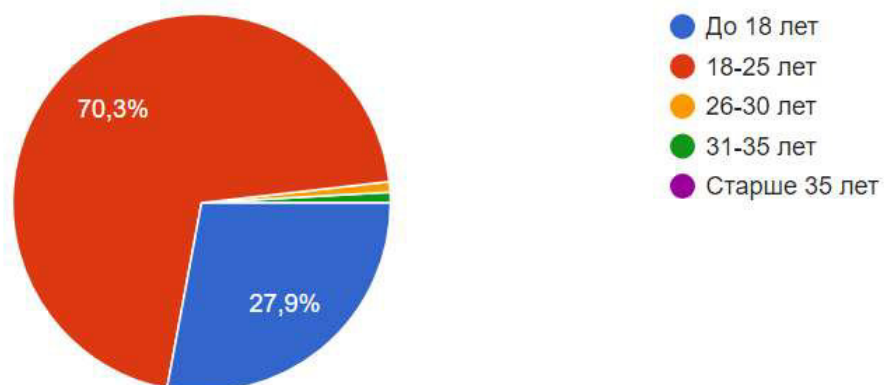
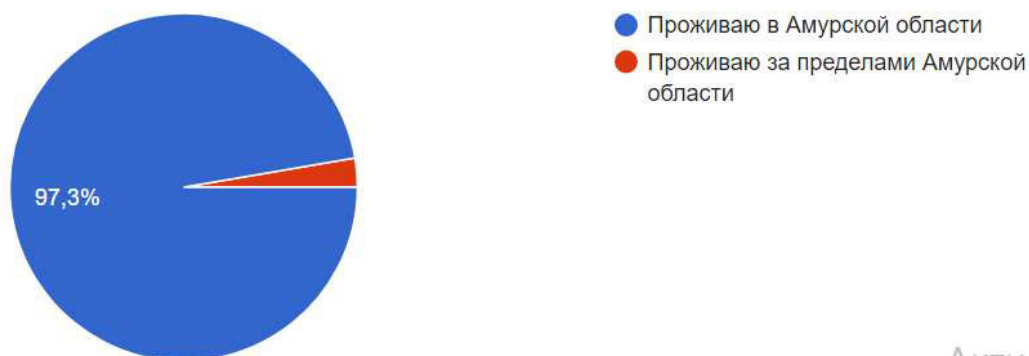


Рисунок 13 – Распределение респондентов по возрасту

70,3% лица от 18 до 25 лет. На втором месте лица, не достигшие 18 лет (27,9%). Наименьшие показатели принадлежат лицам от 26 до 30 лет и от 31 до 35 лет. Старше 35 лет опрос не проходили.

Подавляющее большинство – это жители Амурской области (рисунок 14).



Актив

Рисунок 14 – Распределение респонденту по месту жительства

Основу опроса составили учащиеся респонденты (69,4%). Четверть опрошенных учится и работает одновременно. Респонденты на пенсии опрос не проходили (рисунок 15).

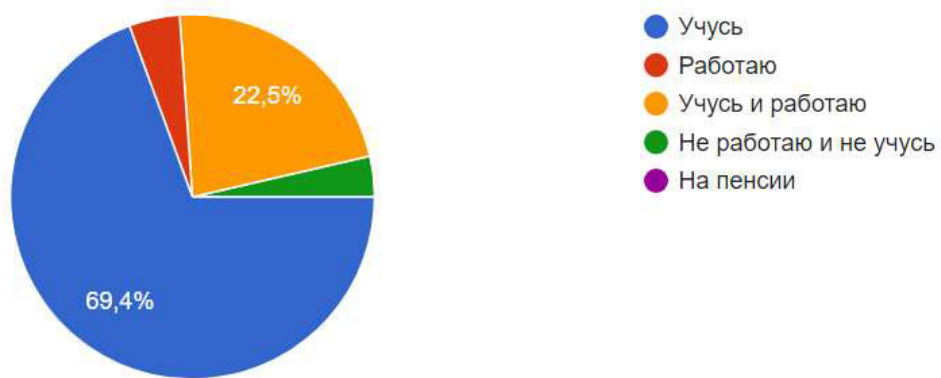


Рисунок 15 – Распределение респондентов по роду деятельности

В опросе представлен раздел, посвященный путешествиям и туристским поездкам, чтобы узнать соотношение любителей туризма и такими не являющихся.

На диаграмме представлены ответы на вопрос «Любите ли Вы путешествовать?» (рисунок 16).

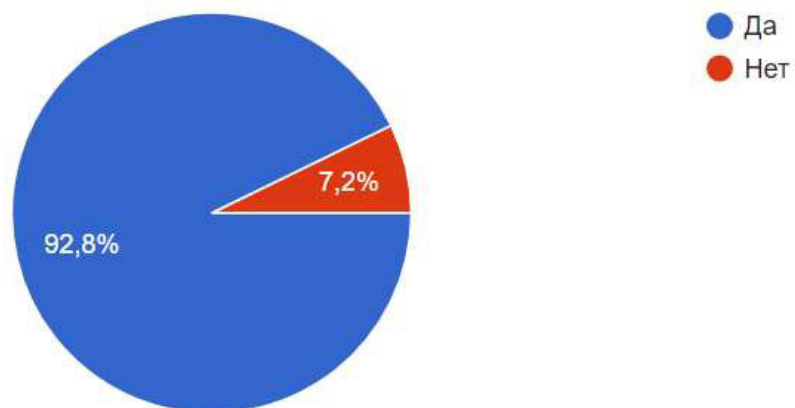


Рисунок 16 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Любите ли Вы путешествовать?»

Подавляющее большинство ответило, что они любители путешествий.

Предпочтительной компанией для большинства опрошенных является семья (рисунок 17).

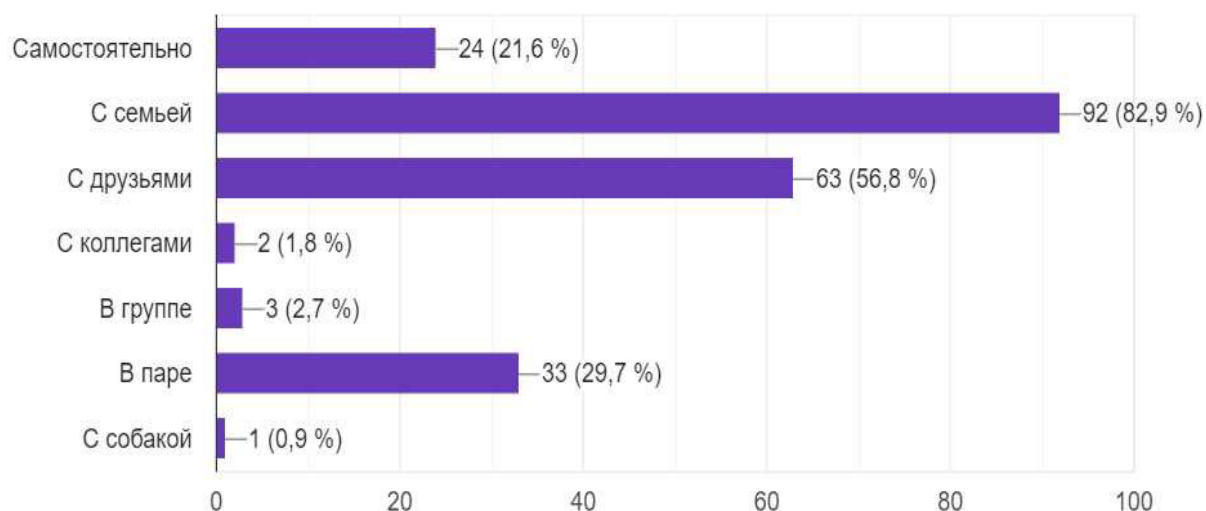


Рисунок 17 – Распределение ответов респондентов на вопрос «С кем Вы предпочитаете путешествовать?»

Второй ответ популярности – с друзьями. Наименьший процент принадлежит коллегам, что говорит о не востребованности деловых поездок среди опрошенных. Один респондент добавил свой ответ «с собакой».

Сезонность путешествий не имеет больших разрывов (рисунок 18).

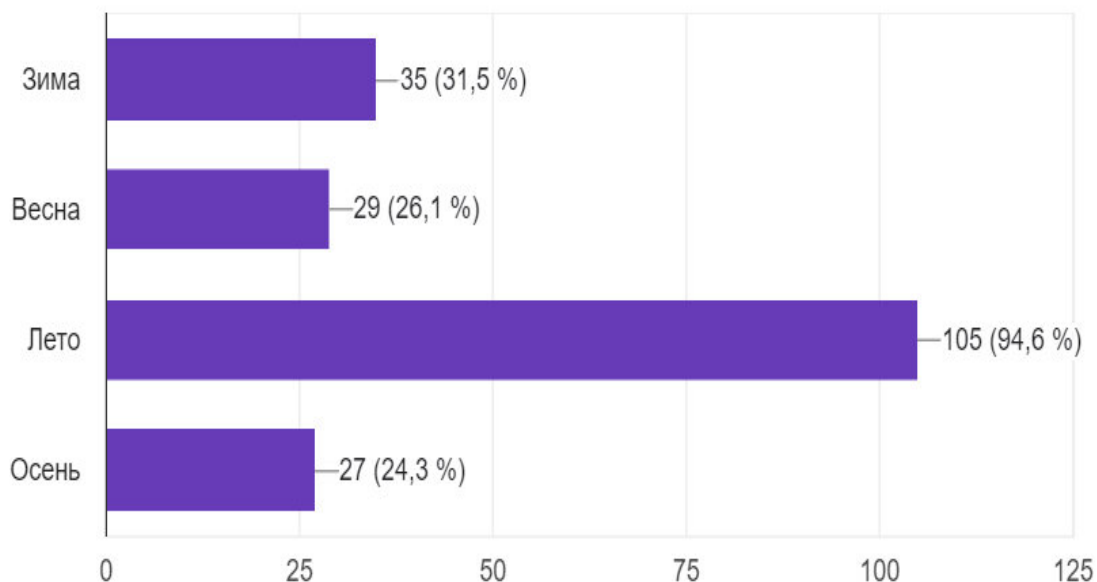


Рисунок 18 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В какое время года Вы предпочитаете путешествовать?»

Поездки с туристическими целями совершаются респондентами в течение всего года.

Частота поездок отражена на рисунке 19.

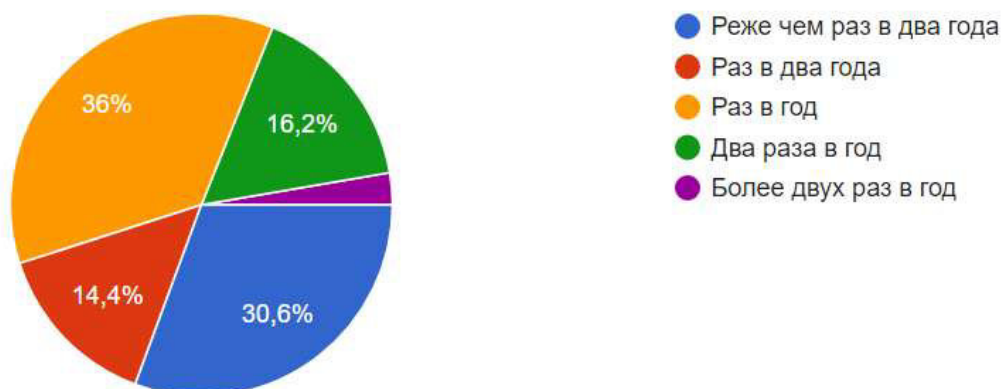


Рисунок 19 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы путешествуете?»

Результаты показали, что частота зависит только от личного предпочтения туриста, нет единой тенденции.

Продолжительность путешествий так же, как и частота зависит от предпочтений и возможностей туриста (рисунок 20).

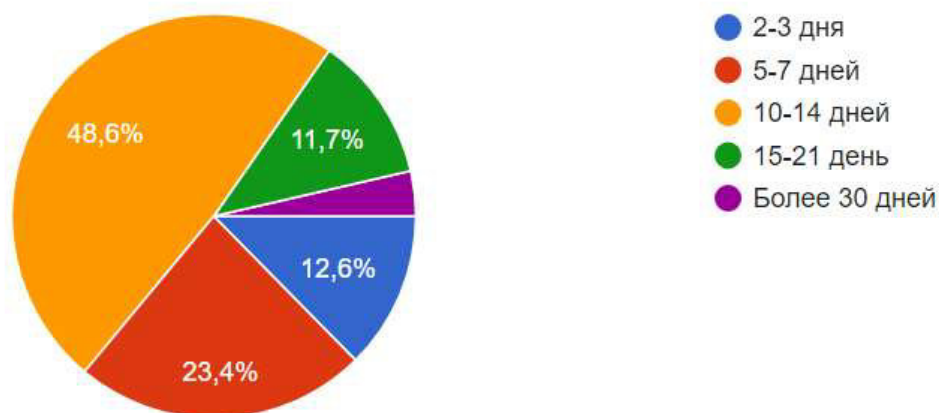


Рисунок 20 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Сколько дней в среднем составляет продолжительность Вашего путешествия?»

С небольшим отрывом преобладают туры на 10-14 дней.

Предпочтительным видом транспорта для опрошенных являются авиатранспорт и железнодорожный транспорт (рисунок 21).

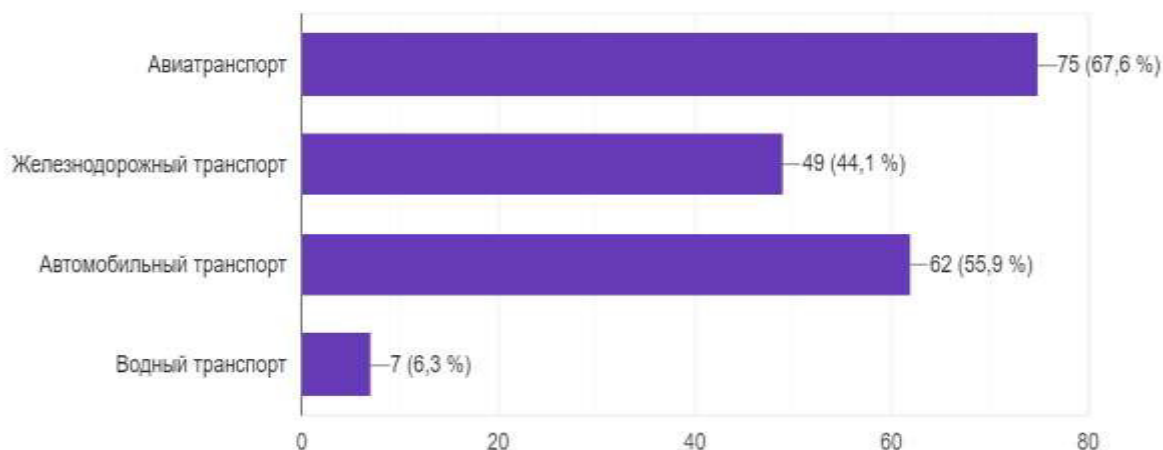


Рисунок 21 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой вид транспорта Вы чаще всего выбираете в рамках путешествия?»

Чтобы узнать сильные и слабые стороны турпродуктов, респонденты поделились мнением, на что чаще всего они обращают внимание при выборе туров (рисунок 22).

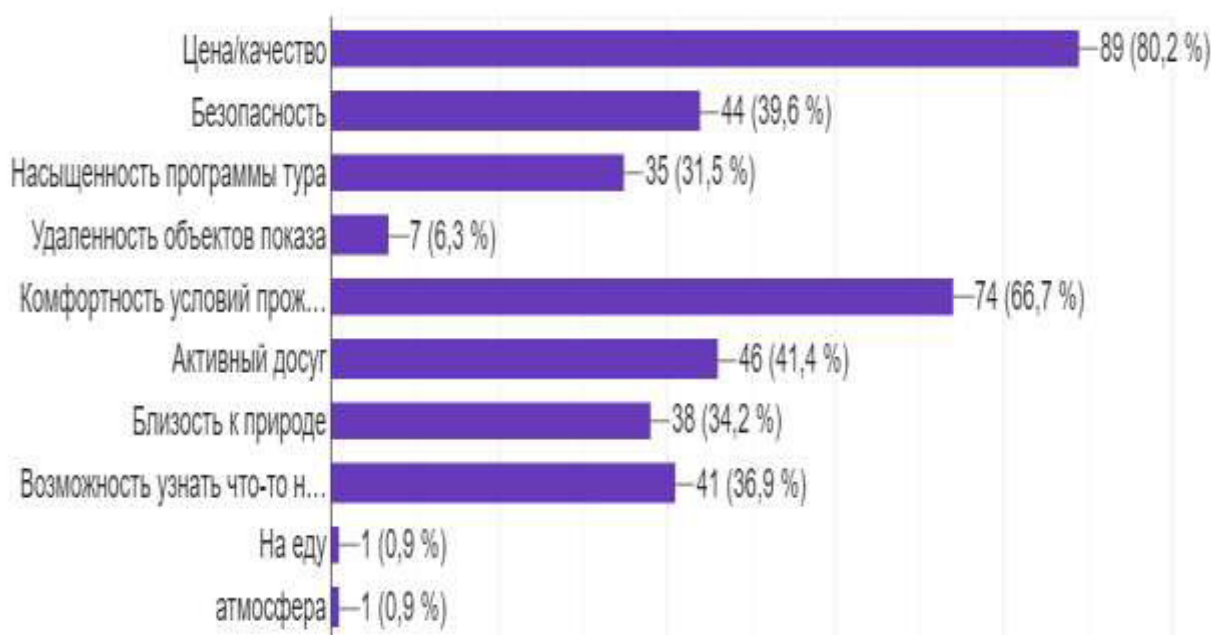


Рисунок 22 – Распределение ответов респондентов на вопрос «На что Вы чаще всего обращаете внимание при выборе поездки?»

Для большинства туристов важно соотношение цены и качества тура, а также комфортность условий проживания. Наименьшее значение имеет еда и удаленность объектов показа. Один из опрошенных поделился своим мнением, для него играет значение атмосфера в туре.

Опрошенные поделились предпочтительными видами туризма (рисунок 23).

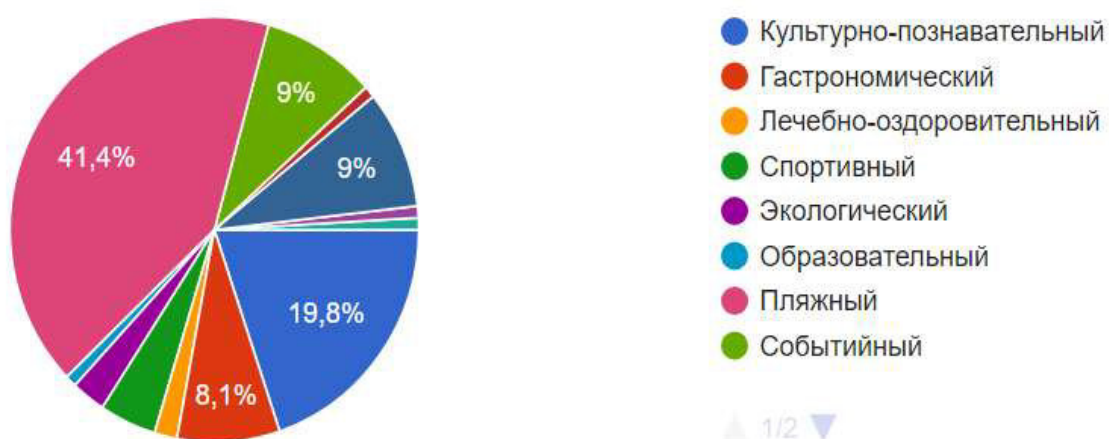


Рисунок 23 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой вид туризма для Вас наиболее предпочтительный?»

На каждый вид туризма нашлись свои любители. Наибольшей популярностью пользуется пляжный туризм (41,4%), образовательный (19,8%) и культурно-познавательный (9%).

В опросе также были представлены вопросы о культурно-познавательном туризме, чтобы сложить представление о понимании опрошенных данного вида туризма.

Большинство респондентов имеют представления о культурно-познавательном туризме (рисунок 24).

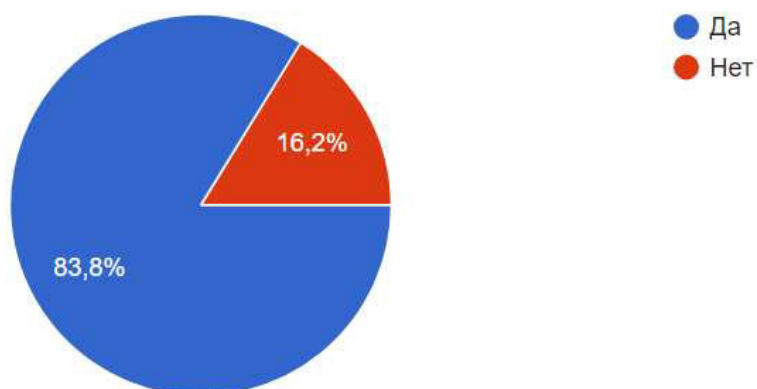


Рисунок 24 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы, что включает в себя понятие «культурно-познавательный туризм»?»

Треть из них привлекает данный вид туризма (рисунок 25).

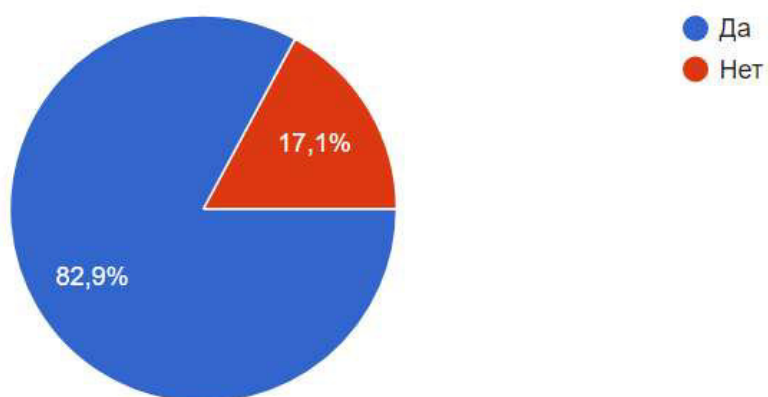


Рисунок 25 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Привлекает ли Вас культурно-познавательный туризм?»

Часть из них даже участвовали в культурно-познавательных турах и экскурсиях (рисунок 26).

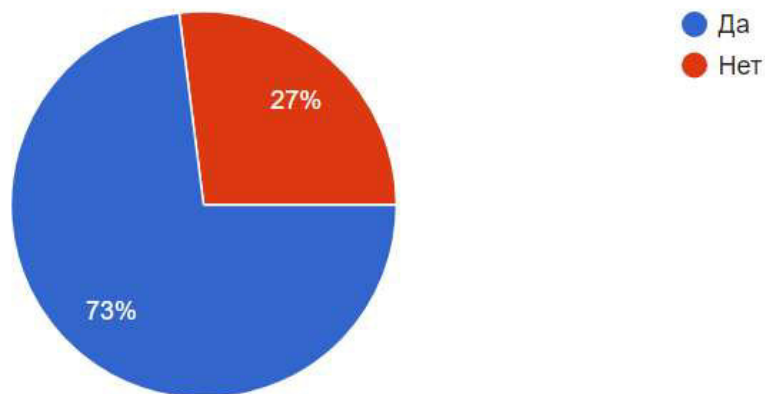


Рисунок 26 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Вы когда-нибудь участвовали в культурно-познавательных турах/экскурсиях?»

Для выявления потенциального спроса на туры в Кавказские Минеральные воды был разработан раздел опроса, посвященной данной дестинации.

59,5 % опрошенных отправились бы в туры в Кавказские Минеральные воды, 25,2% допускают такую возможность (рисунок 27).

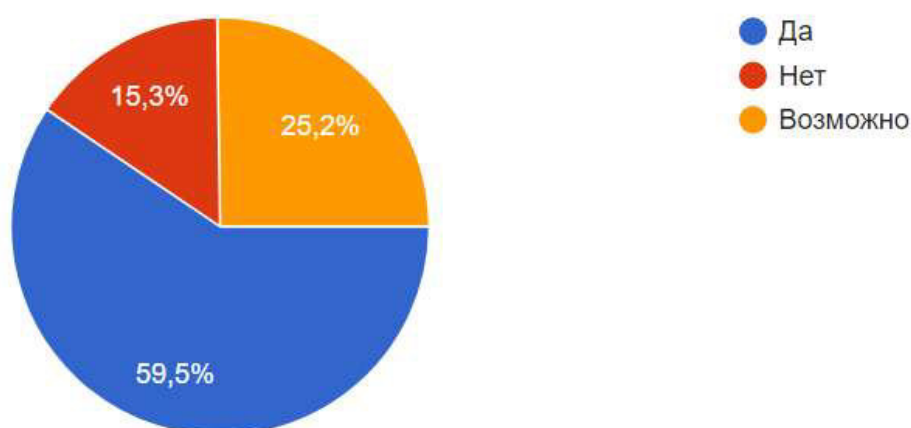


Рисунок 27 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Отправились бы Вы в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды?»

Для желающих поехать привлекательными факторами стали: климат, рельеф, историческое наследие, наличие минеральных вод (рисунок 28).

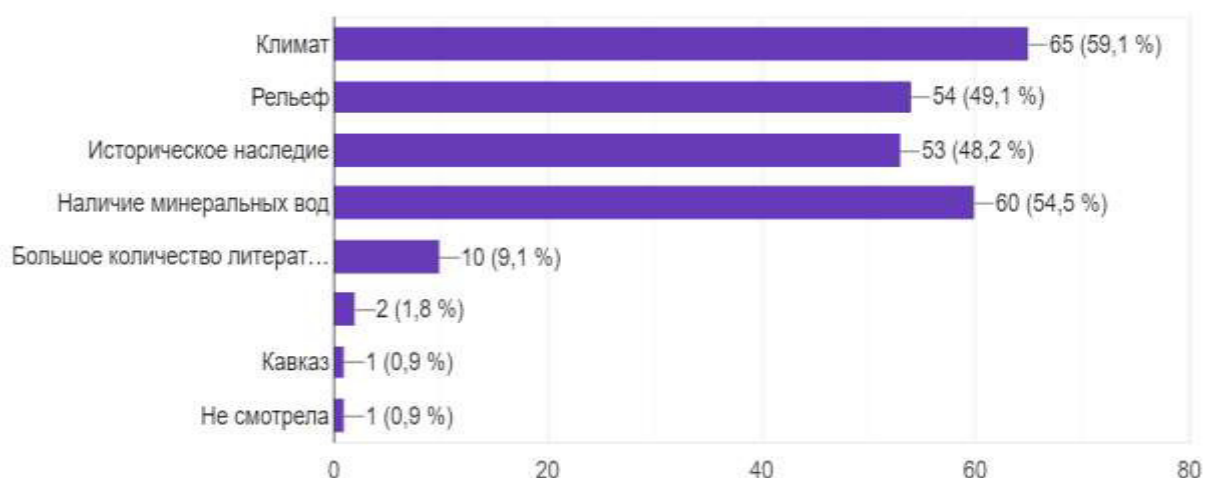


Рисунок 28 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие факторы являются привлекательными для Вас в регионе Кавказские Минеральные воды?»

Большой процент этих респондентов хотел бы отправиться в тур в регион Кавказские Минеральные воды летом (рисунок 29).

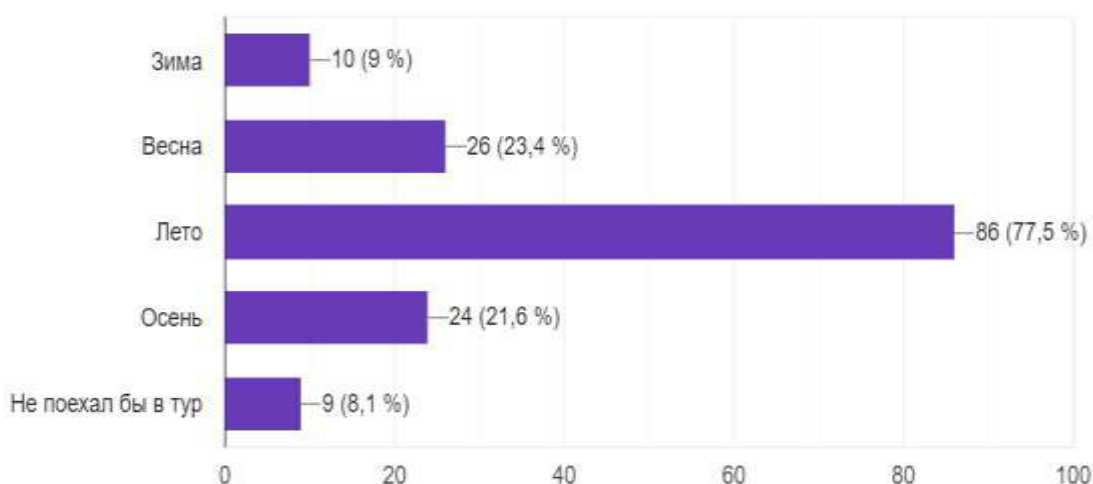


Рисунок 29 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В какое время Вы бы хотели поехать в тур?»

Наиболее комфортная продолжительность тура, по мнению респондентов, составила бы 5-7 дней. Вторая по популярности продолжительность – 10-14 дней (рисунок 30).

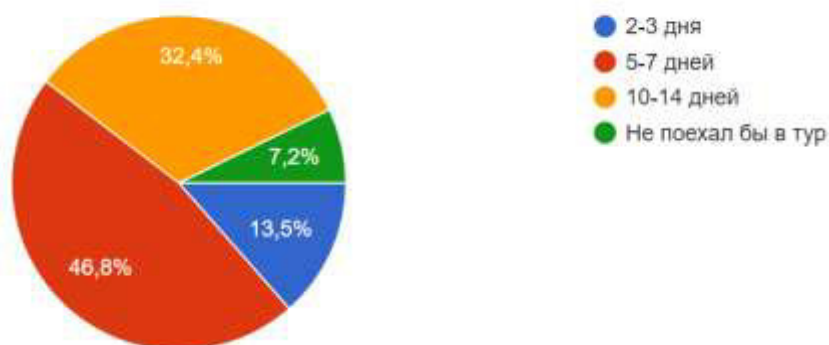


Рисунок 30 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Продолжительность Вашего путешествия составила бы?»

Для респондентов (15,3%), которые бы не поехали в тур в регион Кавказские Минеральные воды, сдерживающими факторами стали высокая стоимость, скудность программы тура, удаленность, недостаточная безопасность, транспортная недоступность (рисунок 31).

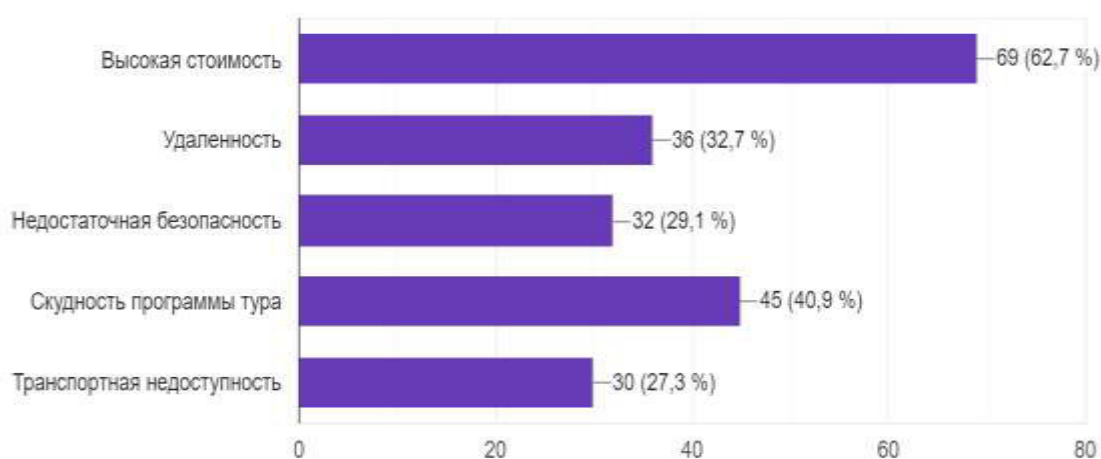


Рисунок 31 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие факторы для Вас являются сдерживающими при выборе культурно-познавательного туризма?»

Для респондентов в рамках предлагаемого тура наиболее привлекательным средством размещения стала гостиница/отель (80,2%) (рисунок 32).



Рисунок 32 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Где было бы удобнее Вам остановиться в рамках этого тура?»

Учащаяся половина респондентов не отказала в проживании в общежитии при ВУЗе по программе обмена студентами (рисунок 33).

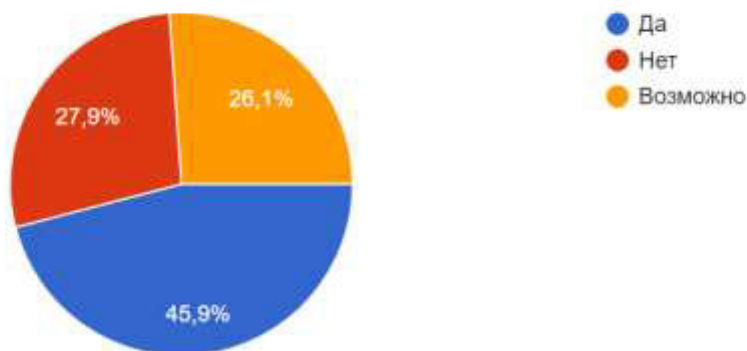


Рисунок 33 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Согласились бы Вы жить в общежитии местного ВУЗа в рамках тура по программе обмена студентами?»

Респонденты поделились списком городов, которые хотели бы посетить в рамках тура в Кавказские Минеральные воды (рисунок 34).

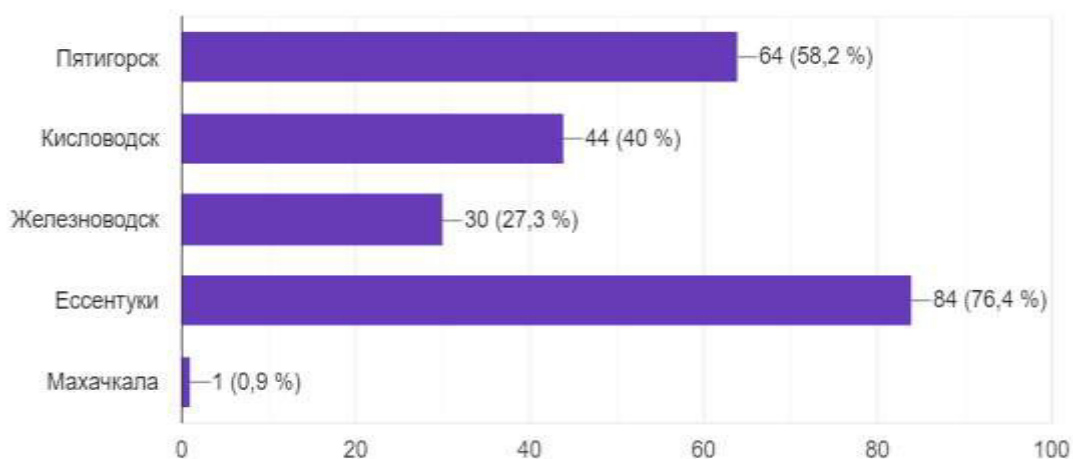


Рисунок 34 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Если бы Вы отправились в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды, то какие города Вы бы хотели посетить?»

Лидирующими городами стали Ессентуки (76,4%) и Пятигорск (58,2%). 0,9% респондентов ответили Махачкала, но город расположен за пределами Кавказских Минеральных вод в республике Дагестан, и не может быть включен в маршрут тура.

Так как на территории расположено большое количество мест жизни и творчества Михаила Юрьевича Лермонтова, респондентам было предложено посетить их в рамках тура (рисунок 35).

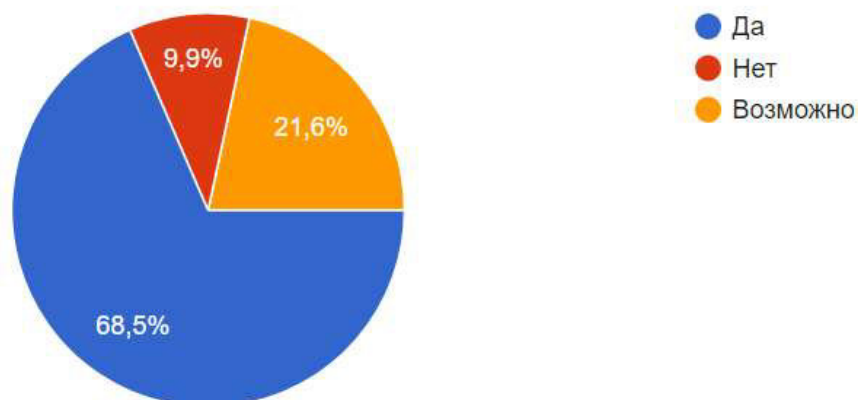


Рисунок 35 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Было ли бы Вам интересно посетить в рамках тура места жизни и творчества М.Ю. Лермонтова?»

68,5% респондентов поддержали данную идею, 21,6% допускают возможность посещения таких мест, и 9,9% респондентов было бы это неинтересно.

Помимо объектов показа, связанных с М.Ю. Лермонтовым, респондентом было предложено выбрать список мест, которые они бы хотели посетить в рамках культурно-познавательного тура в Кавказские Минеральные воды (рисунок 36).

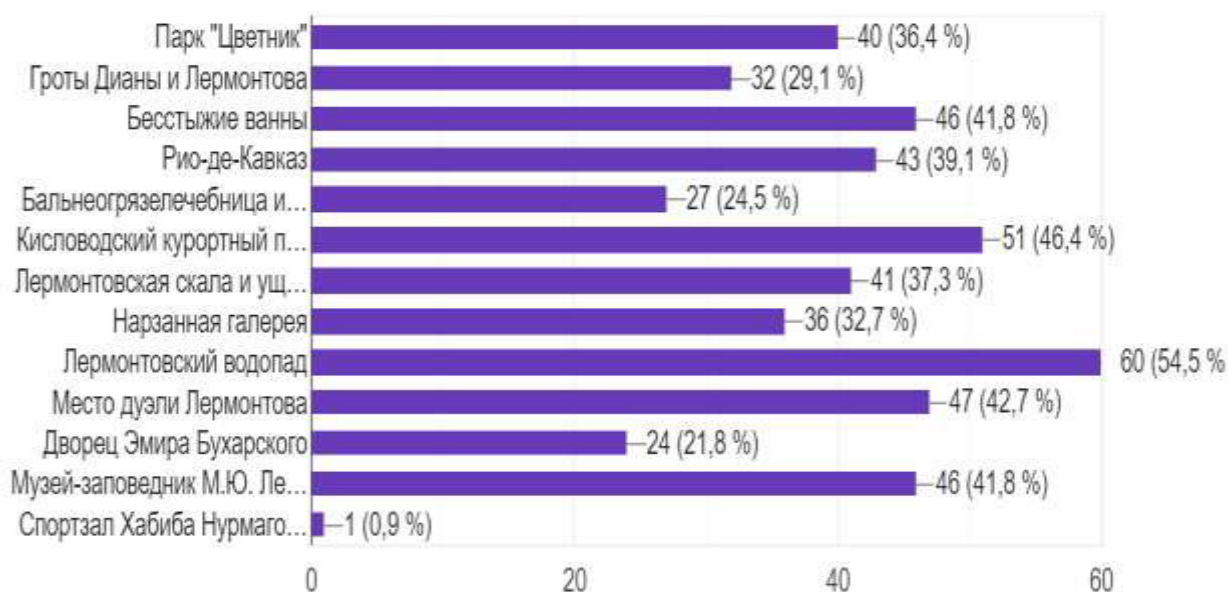


Рисунок 36 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Если бы Вы отправились в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды, то какие достопримечательности Вы бы хотели посетить?»

По результатам диаграммы, наиболее востребованными являются оздоровительные и природные объекты: Бесстыжие ванны, Кисловодский курортный парк, Парк «Цветник», и объекты, связанные с М.Ю. Лермонтовым: Музей-заповедник М.Ю. Лермонтова, Лермонтовский водопад, место дуэли Лермонтова и другие. Один респондент проявил желание посетить спортзал Хабиба Нурмагомедова, но зал находится на территории республики Дагестан, поэтому не может быть включен в

программу тура. Финансовые возможности респондентов были отражены на рисунке 37.

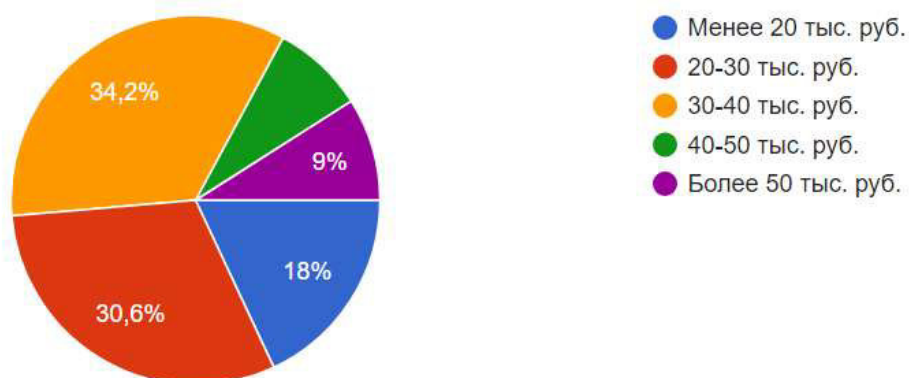


Рисунок 37 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какая стоимость культурно-познавательного тура в регион Кавказские Минеральные воды для Вас является наиболее приемлемой (на одного человека)?»

Наиболее привлекательными стоимостями культурно-познавательного тура в Кавказские Минеральные воды являются 20-30 тыс. рублей и 30-40 тыс. рублей на одного человека.

Таким образом, основываясь на данных опроса, был сформирован портрет целевой аудитории. Это студенты в возрасте от 18 до 25 лет, проживающие на территории Амурской области, интересующиеся культурно-познавательным туризмом, и готовы участвовать в программах обмена студентами.

3.2 Программа тура

Изучив основные пожелания целевой аудитории, был разработан культурно-познавательный тур в Кавказские Минеральные воды.

Так как целевая аудитория – студенты, сезонность тура – каникулярный период, а именно летнее время (июль – август). Длительность тура 7 дней 6 ночей. Тур рассчитан на группу 20 человек.

Концепция тура заключается в том, что он позволит туристам в рамках обмена программы студентами и посетить уникальные объекты показа Кавказских Минеральных вод, и осуществить образовательные цели.

Данный тур возможен в рамках Программы Студтуризма при поддержке Амурского государственного университета и других учебных заведений. В рамках данного тура сотрудничество, а именно проживание и питание, предоставляет Пятигорский государственный университет.

Программа тура включает в себя следующие мероприятия:

1 день

Группу туристов встречает трансфер в аэропорту Минеральные воды. Трансфер осуществляется в г. Пятигорск, где туристы заселяются в кампус общежития Пятигорского государственного университета, и где туристам организован прием пищи в столовой при университете. В конце оставшегося дня у туристов свободное время.

2 день

Туристы знакомятся с Пятигорским государственным университетом и его программами, после чего на автобусе отправляются по окрестностям Пятигорска. Туристы совершат подъем на гору Машук на канатной дороге. Спуск с горы будет осуществляться пешком и приведет к месту дуэли М.Ю. Лермонтова. На автобусе до Пятигорского провала с посещением смотровой площадки и памятника Остапу Бендеру. Прогулка по парку «Цветник» с осмотром Лермонтовской галереи, Ермоловских ванн, Грота Дианы, беседки «Эолова арфа», памятника орлу на горе Горячей, музея-заповедника М.Ю. Лермонтова. По возвращении в кампус свободное время.

3 день

Первая половина дня посвящена научно-оздоровительной части Пятигорска. Туристы посетят Пятигорский научно-исследовательский институт курортологии. Посетят Центральную питьевую галерею Пятигорска, Источник №19, Источник №4, Источник №14 у Пушкинских ванн. Обед пройдет в первом гастромаркете «Кухни мира» для знакомства с

местной кухней. Во второй половине дня туристы поучаствуют в мастер-классе в школе кавказских танцев «Держи ритм» в Пятигорске. По возвращении в кампус свободное время.

4 день

Выезд в Кисловодск. Посещение Кисловодского курортного парка, Аллеи туи, Долины роз, Скульптуры демона, горы Малое седло, горы-кольцо, Лермонтовскую площадку, Каскадной лестницы, беседки Стеклянная струя, замка Коварства и любви. После выезд на Медовые водопады и конная прогулка.

5 день

Выезд в Ессентуки. Посещение курортного парка, музыкальной беседки «Рококо», беседки Ореанда и грота «Дамские слезы», беседки «Случайные встречи», Театр-парка, грязелечебницы имени Н.А. Семашко, питьевой галереи «Пятитысячник», дачи Зимина «Орлиное гнездо», театральной площади и поющего фонтана, концертного зала имени Ф.И. Шаляпина.

6 день

Выезд в Железноводск. Посещение Курортного озера, острова Гулливеров, Курортного парка, Каскадной лестницы, Феррум площади, Смирновского источника, Пушкинской галереи, Славяновского источника, терренкуров, горы Железной, Островских ванн.

7 день

Выселение из кампуса Пятигорского государственного университета. Трансфер в аэропорт Минеральные воды.

Все переезды на длительные расстояния сопровождаются рассказами и активностями от гида по теме города или тура.

Программа тура с таймингом представлена в таблице 20.

Таблица 20 – Программа культурно-познавательного тура в Кавказские
Минеральные воды

День	Время	Мероприятия
1 день	16:05	Прилет в аэропорт Минеральные воды
	16:30-17:15	Трансфер в Пятигорск
	17:15	Прибытие в Пятигорск
	17:15-18:00	Заселение в кампус общежития Пятигорского государственного университета
	18:00-19:00	Ужин в столовой университета
	19:00	Свободное время
2 день	08:00-09:00	Завтрак в столовой университета
	09:00-13:00	Знакомство с университетом
	13:00-14:00	Обед в столовой университета
	14:00-14:30	Дорога из кампуса
	14:30-14:35	Подъем на канатной дороге на гору Машук
	14:35-15:00	Прогулка на горе Машук
	15:00-15:30	Спуск к месту дуэли М.Ю. Лермонтова
	15:30-16:00	Прогулка по месту дуэли М.Ю. Лермонтова
	16:00-16:30	Дорога до Пятигорского Провала
	16:30-17:00	Посещение Провала и памятника Остапу Бендеру
	17:00-19:00	Посещение парка «Цветник», Лермонтовской галереи, Ермоловских ванн, Грота Дианы, беседки «Эолова арфа», памятника орлу на горе Горячей, музея-заповедника М.Ю. Лермонтова
	19:00-19:30	Возвращение в кампус
	19:30-20:30	Ужин в столовой университета
	20:30	Свободное время
3 день	08:00-09:00	Завтрак в столовой университета
	09:00-12:00	Посещение Пятигорского научно-исследовательского института курортологии
	12:00-12:20	Дорога от Пятигорского научно-исследовательского института курортологии
	12:20-14:20	Посещение Центральной питьевой галереи, Источника №19, Источника №4, Источника №14 у Пушкинских ванн
	14:20-15:20	Обед в гастромаркете «Кухни мира»
	15:20-15:30	Дорога до школы танцев
	15:30-16:30	Мастер-класс в школе кавказских танцев «Держи ритм»
	16:30-17:00	Дорога до кампуса
	17:00-18:00	Интерактивы от гида
	18:00-19:00	Ужин в столовой университета
	20:00	Свободное время
4 день	08:00-09:00	Завтрак в столовой университета
	09:00-09:45	Дорога из Пятигорска в Кисловодск
	09:45-11:00	Посещение Кисловодского курортного парка, Аллеи туи, Долины роз, Скульптуры демона, Лермонтовской площадки, Каскадной лестницы, беседки Стекланная струя
	11:00-11:20	Дорога до замка Коварства и любви
	11:20-11:55	Посещение замка Коварства и любви

День	Время	Мероприятие
	11:55-13:00	Обед в кафе у замка Коварства и любви
	13:00-14:00	Дорога до Медовых водопадов
	14:00-15:45	Прогулка по Медовым водопадам с посещением Горы-кольцо
	15:45-16:45	Конная прогулка
	16:45-18:00	Дорога из Кисловодска в Пятигорск
	18:00-19:00	Ужин в столовой университета
	19:00	Свободное время
5 день	08:00-09:00	Завтрак в столовой университета
	09:00-09:30	Дорога в Ессентуки из Пятигорска
	09:30-12:00	Посещение курортного парка, музыкальной беседки «Рококо», беседки Ореанда и грота «Дамские слезы», беседки «Случайные встречи», Театр-парка
	12:00-13:00	Обед в кафе «Три сестры»
	13:00-14:00	Посещение грязелечебницы имени Н.А. Семашко, питьевой галереи «Пятитысячник»
	14:00-14:30	Дорога до дачи Зимина «Орлиное гнездо»
	14:30-16:00	Посещение дачи Зимина «Орлиное гнездо», театральной площади и поющего фонтана
	16:00-16:30	Дорога до концертного зала имени Ф.И. Шаляпина
	16:30-17:30	Посещение концертного зала имени Ф.И. Шаляпина
	17:30-18:00	Возвращение в Пятигорск из Ессентуков
	18:00-19:00	Ужин в столовой университета
	19:00	Свободное время
6 день	08:00-09:00	Завтрак в столовой университета
	09:00-09:30	Дорога из Пятигорска в Железноводск
	09:30-12:00	Посещение Курортного озера, острова Гулливеров, Курортного парка, Каскадной лестницы, Феррум площади
	12:00-13:00	Обед в столовой на водах
	13:00-13:30	Дорога до Смирновского источника
	13:30-16:30	Посещение Смирновского источника, Пушкинской галереи, Славяновского источника, терренкуров, горы Железной, Островских ванн
	16:30-17:00	Возвращение в Пятигорск из Ессентуков
	17:00-18:00	Ужин в столовой университета
	18:00	Свободное время
7 дней	04:00-05:00	Завтрак в столовой университета
	05:00-05:30	Выселение из кампуса общежития Пятигорского государственного университета
	05:30-06:15	Трансфер из Пятигорска в аэропорт Минеральных вод

3.3 Калькуляция тура

Для экономического обоснования культурно-познавательного тура в Кавказские Минеральные воды была рассчитана калькуляция.

Определение полной себестоимости туристского продукта подразумевает оценку расходов, которые были и будут потрачены на разработку и продвижение данного турпродукта.

Себестоимость включает в себя как непосредственные, так и косвенные издержки туроператора, связанные с созданием туристского продукта.

1. Проживание.

В рамках Программы Студтуризма проживание в общежитиях стоит 83 рубля в сутки с человека. Проживать туристы будут в трехместных квартирах, соответственно предоставят 7 квартир на группу 20 человек.

Расчет стоимости проживания:

На одного человека: 83 рубля x 6 суток = 498 рублей; на группу 498 рублей x 20 человек = 9 960 рублей.

2. Питание.

Основное питание осуществляется в столовой при университете Пятигорском государственном университете, 150 рублей – прием пищи на одного человека.

Дополнительные приемы пищи были в гастромаркете «Кухни мира», кафе у замка Коварства и любви, в кафе «Три сестры», в столовой на водах.

Расчеты представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Питание

Наименование	Стоимость, руб.	Количество питания	Стоимость на одного человека, руб.
Средний чек приема пищи в столовой при Пятигорском государственном университете	150	13	1950
Средний чек в гастромаркете «Кухни мира»	500	1	500
Средний чек в кафе у замка Коварства и любви	250	1	250
Средний чек в кафе «Три сестры»	300	1	300
Средний чек в столовой на водах	220	1	220
Итого	1420	17	3220

В результате на питание в рамках тура на одного человека – 3220 рублей, на группу 20 человек – 64400 рублей.

3. Транспортное обслуживание.

Отправной точкой стал город Москва для того, чтобы турпродукт в дальнейшем мог выйти на национальный уровень.

Субсидированный билет (по льготе молодежи и пенсионерам) по маршруту Москва – Минеральные воды авиакомпании Аэрофлот стоит 11470 рублей на одного человека; обратный билет по маршруту Минеральные Воды – Москва авиакомпании Аэрофлот составил также 11470 рублей на одного человека.

Затраты на все авиаперелеты в рамках тура на одного человека составят 22940 рублей; на группу 20 человек – 458800 рублей.

Авиабилеты по маршрутам Благовещенск – Москва, Москва – Благовещенск в стоимость тура не входят.

На все дни тура арендован для группы 20 человек микроавтобус Mercedes Spinterc количеством сидящих мест: 21.

Этот автобус также осуществляет трансфер из аэропорта Минеральных вод в Пятигорск и наоборот.

Расчет затрат на транспортное обслуживание производится 1 час – 500 рублей. Аренда за все время тура составила: 50 часов x 500 рублей = 25 000 рублей. На одного человека 1250 рублей.

4. Экскурсионное обслуживание.

Гид местный, поэтому оплата идет только за его работу. 1 день работы гида – 3000 рублей, 5 дней – 15 000 рублей. 30,2% составляют страховые взносы гида – 4530 рублей. Итоговая сумма оплаты работы гида 19530 рублей на группу 20 человек; 977 рублей с одного человека.

Музей-заповедник М.Ю. Лермонтова – 250 рублей – один человек; 5000 рублей – группа 20 человек.

Конная прогулка 1500 рублей 1 час – 1500 рублей; 30000 рублей – группа 20 человек.

Мастер-класс в школе кавказских танцев «Держи ритм» в Пятигорске – 970 рублей час – один человек; 19400 рублей – группа 20 человек.

Проезд на канатной дороге на одного взрослого человека в одну сторону стоит 220 рублей; на группу 20 человек – 4400 рублей.

Расчет калькуляции тура представлен в таблице 22.

Расчет прямых затрат на одного туриста: $24190+498+3220+3917=31825$ рублей; на группу: $483800+9960+64400+78330=636490$ рублей.

Косвенные затраты составляют 10% от прямых затрат, значит косвенные затраты данного туристического продукта составят на одного туриста – 3183 рубля; на группу – 63649 рублей.

Полная себестоимость продукта – это сумма прямых и косвенных затрат. Полная себестоимость на одного туриста составила: $31825+3183=35008$ рублей; на группу: $636490+63649=700139$ рублей.

Прибыль составляет от 10 до 20% от себестоимости турпродукта. Рассмотрим минимальный размер рентабельности прибыли. Ее размер будет составлять 10%, значит, прибыль на одного туриста составит 3501 рубль; на группу – 70014 рублей.

Комиссионное вознаграждение турагенту за работу рассчитывается как 2%-5% от полной себестоимости турпродукта. В нашем туре оно составило 2%, то есть на одного туриста – 701 рубль; на группу – 14003 рубля.

Налогообложение происходит по методу разницы между доходами и расходами и составит 15%, то есть сумма на одного туриста будет равна 526 рублям, а на группу – 10503 рублям.

Таким образом, продажная цена данного тура в Кавказские Минеральные воды на одного туриста составила: $35008+3501+701+526=39736$ рублей, а продажная цена данного тура на группу из 20 человек составила: $700139+70014+14003+10503=794659$ рублей.

Таблица 22 – Калькуляция тура в Кавказские Минеральные воды

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	В %	В стоимостном выражении, руб.	
		На группу 20 человек	На 1 туриста
Транспортные расходы		483 800	24 190
Расходы на проживание		9 960	498
Расходы на питание		64 400	3 220
Расходы на экскурсионную деятельность и работу гида		78 330	3 917
Прямые затраты		636 490	31 825
Косвенные затраты	10	63 649	3 183
Полная себестоимость		700 139	35 008
Прибыль	10	70 014	3 501
Комиссионное вознаграждение турагенту	2	14 003	701
Налог на доходы	15	10 503	526
Продажная цена на группу		794 659	
Продажная цена на туриста			39 736

Для успешной и безубыточной работы туристической фирмы принято рассчитывать точку безубыточности фирмы, или другое ее название критический объем продаж. Она подразумевает количество путевок, которое необходимо продать туристам за определенный отчетный период времени для того, чтобы окупить затраты на тур, но при этом не получить прибыль.

Критический объем продаж рассчитывается по формуле:

$$Q_{кр} = \frac{Z_{constA}}{P - Z_{cp.var}}, \quad (1)$$

где Z_{constA} – постоянные издержки;

P – цена одной туристической путёвки;

$Z_{cp.var}$ – средние переменные издержки.

Постоянные затраты турфирмы в месяц приблизительно составляют:

1) арендная плата за офисное помещение составила 20000 рублей (22 кв.м.), включая в нее плату за парковочное место, услуги Интернета и телефона;

2) коммунальные услуги данного помещения составили 5000 рублей;

3) заработная плата сотрудникам: директору составила 30000 рублей, менеджерам (в коллективе три менеджера) составила $15000 \times 3 = 45000$ рублей;

4) канцелярские расходы на работу турфирмы составили 1000 рублей.

Итого в общей сложности постоянные затраты турфирмы равны 101000 рублей.

Переменные затраты равны прямым затратам.

Расчет критического объема продаж: $101000/39736-31825=13$ штук.

Для того, чтобы фирма не понесла убытки, ее работникам нужно продать 13 путевок данного тура.

Если фирма хочет получить прибыль, к примеру, 70000 рублей, то рассчитывается объем продаж, который необходим для получения этой прибыли.

Объем продаж будет рассчитываться по формуле:

$$Q_{пл} = \frac{Z_{const} + R}{P - Z_{cp.var}}, \quad (2)$$

где $Q_{пл}$ – планируемый объем продаж;

R – прибыль.

Таким образом, планируемый объем продаж будет равен: $101000 + 70000 / 39736 - 31825 = 22$ штуки. То есть для прибыли в размере 70000 рублей, турфирме необходимо продать 22 путевки.

3.4 Продвижение тура

Для продвижения туров используют различные площадки как в онлайн, так и в офлайн формате. Чтобы минимизировать траты на рекламную кампанию, размещаться она будет до начала запуска тура (январь-июнь).

Так как наш тур имеет образовательную и культурную концепции и пользуется поддержкой государственной программы, то для его продвижения также могут использоваться государственные площадки.

Информацию о данном туре в Кавказские Минеральные воды планируется размещать на сайтах и в Телеграм-каналах туристско-информационного центра Амурской области и других регионов, на сайтах государственных университетов, в том числе и Амурского государственного центра, на сайтах Студтуризма, «Больше, чем путешествие», в рамках программы «Классная страна». Информация на сайтах будет представлена на протяжении всей рекламной кампании.

Что касается офлайн рекламы, то был разработан рекламный буклет (приложение Д).

Расходы на печать составили: 30 рублей – печать одного буклета в типографии. Планируется распечатать 100 штук, $30 \text{ штук} \times 100 \text{ рублей} = 3000$ рублей. $3000 \text{ рублей} \times 6 \text{ месяцев} = 18000$ рублей.

Для размещения рекламной кампании культурно-познавательного тура в Кавказские Минеральные воды была разработан график размещения рекламы (таблица 23).

Таблица 23 – График размещения рекламы тура

Мероприятие	01	02	03	04	05	06
<u>Онлайн:</u> Сайты государственных университетов	x	x	x	x	x	x

Мероприятие	01	02	03	04	05	06
Сайт программы «Классная страна»	x	x	x	x	x	x
Сайт Туристско-информационного центра	x	x	x	x	x	x
Сайт Студтуризма	x	x	x	x	x	x
<u>Офлайн</u> Раздача буклетов	x	x	x	x	x	x

Таким образом, все расходы на рекламную кампанию составили 18000 рублей.

Также для узнаваемости бренда территории был разработан слоган «Погрузись в богатство Кавказских Минеральных вод», который был согласован с группой филологов из Хабаровского государственного университета, и логотип (рисунок 38).



Рисунок 38 – Логотип тура Кавказских Минеральных вод

Данный логотип отражает всю многогранность Кавказских Минеральных вод: этническую, гастрономическую, лечебно-оздоровительную и экологическую составляющие тура.

Данный логотип можно наносить на сувенирную продукцию (рисунок 39,40).



Рисунок 39 – Пример нанесения логотипа на сувенирную продукцию



Рисунок 40 – Пример нанесения логотипа на сувенирную продукцию

Так как некоторые виды сувенирной продукции уже изжили себя и приелись, был предложен эскиз сувенирной монеты Кавказских Минеральных вод в трех вариациях, которые отражают уникальность региона, удобны в перевозке и интересны туристам.

На первой монете (рисунок 41) изображен Пятигорский орел и гора Бештау как символы Кавказских Минеральных вод, олицетворяющие свободу и силу. Металл монеты – алюминий.



Рисунок 41 – Эскиз сувенирной монеты Кавказских Минеральных вод

На второй монете (рисунок 42) изображен Пятигорский парк «Цветник» и памятник Остапу Бендеру, как символ удачи и везения.



Рисунок 42 – Эскиз сувенирной монеты Кавказских Минеральных вод

На третьей монете (рисунок 43) изображена Нарзанная галерея и минеральный источник, как символ оздоровления.



Рисунок 43 – Эскиз сувенирной монеты Кавказских Минеральных вод

Данная сувенирная продукция еще не была представлена в регионе Кавказские Минеральные воды и считается уникальной.

Таким образом, на основании социологического опроса был разработан культурно-познавательный тур для студентов на летний каникулярный период времени в туристскую дестинацию Кавказские Минеральные воды. Было проведена его калькуляция, экономическое и маркетинговое обоснование, что говорит о его актуальности и значимости, а также для успешного продвижения турпродукта была разработана рекламная кампания на полугодичный период времени.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дестинация Кавказских Минеральных вод имеет огромный туристско-рекреационный потенциал. Благодаря своему климату, рельефу, наличию минеральных вод, она является центром притяжения для туристов не только Российской Федерации, но и зарубежных стран.

В первой главе исследование теоретических аспектов позволило классифицировать виды туризма по всем критериям, позволило определить основные положения, по которым регулируется туризм, а также позволило выделить методики оценки места и роли туризма в экономике.

Подводя итоги второй главы, а именно анализа тенденций развития культурно-познавательного туризма Кавказских Минеральных вод, можно утверждать, что туристическая индустрия в данном регионе развивается с положительной динамикой. Актуальность темы исследования обусловлена тем, регион, обладающий значительным рекреационным потенциалом, имеет все возможности для развития туризма и становление экономически важной туристской зоной, что окажет благоприятное влияние на экономику страны.

Кавказские Минеральные воды – это благоприятный регион для привлечения туристов с целью отдыха и культурного обогащения.

Однако, как показал анализ динамики и структуры туристического потока, ярко выраженная выездная направленность развития туризма, что негативно сказывается на экономике региона и страны в связи с оттоком денежных масс. Но в последние годы заметно увеличение доли внутреннего туризма в регионе, что прогнозирует изменение ситуации в соответствии с внутренней политикой государства, так как регион участвует в нескольких государственных программах.

Третья глава дипломной работы позволила проанализировать потенциальный спрос среди туристов, которые стал основой для формирования и продвижения нового туристского продукта в Кавказские

Минеральные воды. Брендирование и создание новой сувенирной продукции позволит сложить положительное впечатление о регионе среди туристов.

В связи с этим можно сделать вывод, что Кавказские Минеральные воды как туристская дестинация являются перспективным регионом для развития внутреннего и въездного туризма, а заинтересованность приезжающих лиц может положительно сказаться на экономике как региона, так и страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Bieger, T. Destinations Management / T. Bieger. – Oldenburg, 2008. – 21 с.
- 2 Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future / D. Buhalis. – Tourism Management, 2000. – 116с.
- 3 Iwashita, C. Media Construction of Britain as a Destination for Japanese Tourists: Social Constructionism and Tourism / C. Iwashita. – Tourism and Hospitality Research, 2003. – 331-340с.
- 4 Leiper, N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry / N. Leiper. – Annals of Tourism Research, 1979. – 390-407с.
- 5 Manente, M. Destination management organizations and actors / M. Manente, V. Minghetti. – Tourism business frontiers: Consumers, products and industry, 2006. – 228-237с.
- 6 Академия развития творчества «Арт-талант» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.art-talant.org>. – 18.05.24.
- 7 Бережная, Е.В. Оценка конкурентных преимуществ Ставропольского края. / Е. В. Бережная, Т. А. Голикова. – М: Наука, 2015. – 10 с.
- 8 Вишняков, Н. В. Методика оценки туристско-рекреационного потенциала дестинации в современных условиях: дис. канд. эконом. наук : 01.04.22 / Н. В. Вишняков ; СПбГЭУ. – Санкт-Петербург, 2022. – 65-85с.
- 9 Гончарова, Н.А. Управление жизненным циклом дестинации / Н. А. Гончарова. – Известия Томского политехнического университета, 2011. – 53-55с.
- 10 Единая межведомственная информационно-статистическая система статистики [Электронный ресурс] : офиц.сайт. – Режим доступа: <http://www.fedstat.ru> – 14.03.24

- 11 Жиленко, В. Ю. Туристская дестинация как элемент туристской системы и инструмент формирования конкурентных преимуществ региона / В. Ю. Жиленко. – Белгород: НИУ «БелГУ», 2017. – 45с.
- 12 Зорин, А.И. Дестинация. / А. И. Зорин, И. В. Зорин. – М.: ВЛАЦ, 2009. – 26 с.
- 13 Интерфакс Туризм [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru> – 14.04.24
- 14 Кирьянова, Л. Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л. Г. Кирьянова. // Известия Томского политехнического университета. – 2010. – Т.316. – С.6.
- 15 Комарова, М. Е. Развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере туризма посредством создания базы / М. Е. Комарова, И. С. Королева, В. Ю. Жиленко. – Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса», 2017. – 9-18с.
- 16 Министерство туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://mintourism26.ru> – 14.03.2024
- 17 Морозов М. А. Теоретико-экономическое содержание понятия «туристская дестинация» / Морозов М. А., М. Н. Войт. – Туризм и культурное наследие, 2013. – 20с.
- 18 Никитина, О. А. Управление формированием интегрированных санаторно-курортных комплексов в регионе дестинации / О. А. Никитина. – Санкт-Петербург, 2009. – 368с.
- 19 Николаев, С. С. Стратегия формирования единого туристского пространства в регионе (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) : автореф. дис. канд. эконом. наук : 08.09.2000 / С. С. Николаев ; СПбГЭУ – Санкт-Петербург, 2000 – 37 с.
- 20 О туристской деятельности в Ставропольском крае: фед. закон от 11.01.2000 № 1-КЗ (ред. от 14.11.2008) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 132. – ст. 2

21 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: фед. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) // Собрание законодательства РФ. - 1996. - № 49. - ст. 5491 ; 2021. - № 27. - ст. 5171

22 Основные этапы развития российского культурно-познавательного туризма [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://studbooks.net> – 09.04.24

23 Павлова, Э. Н. Развитие регионального профессионального туристского образования на основе туристской дестинации / Э. Н. Павлова. – Петрозаводск: КарНЦРАН, 2009. –105 с.

24 Программа молодежного и студенческого туризма [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://студтуризм.рф> – 27.05.24

25 Система интернет-бронирования отелей [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.booking.com> – 10.04.24

26 Тарасёнок, А. И. Геоэкономика туризма / А. И. Тарасенок. – Минск : Новое знание ; Москва : ИНФРА-М, 2011. - 271 с.

27 Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому Федеральному округу [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://www.ncfu.ru> – 18.05.24

28 Электронная библиотека «Память Ставрополя» [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <http://skunb.ru/node/1994> – 20.04.24

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 24 – Численность отправленных и принятых туристов
(Ставропольский край), чел.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	63602	89487	114018	116123	49898	67443	103177	130642	125157	68657	107002	114987
Въездной	420	805	596	973	107	201	218	335	418	1943	2908	2 905
Внутренни й	34145	38714	51668	37314	17688	51473	73891	96417	96925	61123	89620	97644
Всего	98167	129006	166282	154410	67693	119117	177286	227394	222500	131723	199530	215536

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица 25 – Число принятых иностранных туристов в Ставропольском крае,
чел.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Азербайджан	0	0	0	0	41	26	54	56	224	758	424
Армения	0	0	0	0	0	74	100	100	600	749	846
Беларусь	98	0	248	0	1	0	5	0	186	329	536
Грузия	0	0	0	0	0	0	2	0	0	98	98
Казахстан	0	0	0	0	0	60	68	85	121	503	595
Киргизия	0	0	0	0	0	0	0	0	0	260	221
Всего по зарубежным странам	805	596	973	107	201	218	335	418	1943	2908	2905

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица 26 – Число отправленных в туры российских туристов из
Ставропольского края, чел.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Азербайджан	0	0	0	0	149	24	110	43	0	0	0
Армения	0	0	0	0	0	6	45	31	0	29	231
Беларусь	6	4	16	0	66	6	0	6	0	3	5
Грузия	0	0	0	0	24	69	538	381	12	2	200
Казахстан	0	0	0	0	85	0	0	0	0	0	2
Киргизия	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Всего по зарубежным странам	89487	114018	116123	49898	67443	103177	130642	125157	68657	107002	114987

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Анкета опроса:

Выявление основных предпочтений туристов.

1. Любите ли Вы путешествовать?

Да

Нет

2. Как часто Вы путешествуете?

Реже чем раз в два года

Раз в два года

Раз в год

Два раза в год

Более двух раз в год

3. Сколько дней в среднем составляет продолжительность Вашего путешествия?

2-3 дня

5-7 дней

10-14 дней

15-21 дней

Более 30 дней

4. С кем Вы предпочитаете путешествовать?

Самостоятельно

С семьей

С друзьями

С коллегами

В группе

В паре

Другое

5. В какое время года Вы предпочитаете путешествовать?

Зима

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Весна

Лето

Осень

6. Какой вид транспорта Вы чаще всего выбираете в рамках путешествия?

Авиатранспорт

Железнодорожный транспорт

Автомобильный транспорт

Водный транспорт

7. На что Вы чаще всего обращаете внимание при выборе поездки?

Цена/качество

Безопасность

Насыщенность программы тура

Удаленность объектов показа

Комфортность условий проживания

Активный досуг

Близость к природе

Возможность узнать что-то новое

Другое

8. Какой вид туризма для Вас наиболее предпочтительный?

Культурно-познавательный

Гастрономический

Лечебно-оздоровительный

Спортивный

Экологический

Образовательный

Пляжный

Событийный

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Деловой

Шоппинг-туры

Другое

Выявление предпочтений в развитии культурно-познавательного туризма

9. Знаете ли Вы, что включает в себя понятие «культурно-познавательный туризм»?

Да

Нет

10. Привлекает ли Вас культурно-познавательный туризм?

Да

Нет

11. Вы когда-нибудь участвовали в культурно-познавательных турах/экскурсиях?

Да

Нет

12. Отправились бы Вы в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды?

Да

Нет

Возможно

13. Какие факторы являются привлекательными для Вас в регионе Кавказские Минеральные воды?

Климат

Рельеф

Историческое наследие

Наличие минеральных вод

Большое количество литературных деятелей

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Другое

14. Продолжительность Вашего путешествия составила бы?

2-3 дня

5-7 дней

10-14 дней

Не поехал бы тур

Другое

15. В какое время Вы бы хотели поехать в тур?

Зима

Весна

Лето

Осень

Не поехал бы в тур

16. Какие факторы для Вас являются сдерживающими при выборе культурно-познавательного туризма?

Высокая стоимость

Удаленность

Недостаточная безопасность

Скудность программы тура

Транспортная недоступность

Другое

17. Где было бы удобнее Вам остановиться в рамках этого тура?

Гостиница/отель

Хостел

Общежитие ВУЗа (только для студентов)

Не поехал бы в тур

Другое

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

18. Согласились бы Вы жить в общежитии местного ВУЗа в рамках тура по программе обмена студентами?

Да

Нет

Возможно

19. Если бы Вы отправились в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды, то какие города Вы бы хотели посетить?

Пятигорск

Кисловодск

Железноводск

Ессентуки

Другое

20. Было ли бы Вам интересно посетить в рамках тура места жизни и творчества М.Ю. Лермонтова?

Да

Нет

Возможно

21. Если бы Вы отправились в культурно-познавательный тур в регион Кавказские Минеральные воды, то какие достопримечательности Вы бы хотели посетить?

Парк «Цветник»

Гроты Дианы и Лермонтова

Бесстыжие ванны

Рио-де-Кавказ

Бальнеогрязелечебница им. Семашко

Кисловодский курортный парк

Лермонтовская скала и ущелье Ольховки

Нарзанная галерея

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Лермонтовский водопад

Место дуэли Лермонтова

Дворец Эмира Бухарского

Музей-заповедник М.Ю. Лермонтова

Другое

22. Какая стоимость культурно-познавательного тура в регион Кавказские Минеральные воды для Вас является наиболее приемлемой (на одного человека)?

Менее 20 тыс. рублей

20-30 тыс. рублей

30-40 тыс. рублей

40-50 тыс. рублей

Более 50 тыс. рублей

Основная информация о респонденте

23. Укажите Ваш род деятельности

Учусь

Работаю

Учусь и работаю

Не работаю и не учусь

На пенсии

24. Укажите Ваш возраст

До 18 лет

18-25 лет

26-30 лет

31-35 лет

Старше 35 лет

25. Укажите Ваш пол

Женский

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Мужской

26. Вы проживаете в Амурской области?

Проживаю в Амурской области

Проживаю за пределами Амурской области

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

**ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ
В РЕГИОН
КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ
ВОДЫ!**

В рамках тура Вы:

- ❖ увидите прекрасные горные ландшафты и пейзажи;
- ❖ побываете в местах жизни и творчества культурных деятелей;
- ❖ проедитесь верхом по горным склонам;
- ❖ попробуете потрясающие блюда местной кухни;
- ❖ поучаствуете в мастер-классе кавказских танцев;
- ❖ испробуете целебную минеральную воду.



Требования к туристу

Туристы несут ответственность за соблюдение техники безопасности, должны соблюдать требования инструктора или гида-проводника. Только гид определяет порядок, темп и вид передвижения группы.

С НАМИ МОЖНО СВЯЗАТЬСЯ:
roslikpolina@gmail.com
+7 (963) 800 27 92 – Полна
Whats App доступен по QR-коду:



г. Благовещенск, Игнатьевское ш., 21



ГОРЬУНГЛ Ё КОГАТСТУО: КАВКАЗСЕКК: МИНЕРАЛНУХ РОД

**КУЛЬТУРНО-
ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУР
В
КАВКАЗСКИЕ
МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ**



Рисунок 44 – Внешняя сторона рекламного буклета



Кавказские Минеральные воды – единственное место, где одновременно находятся 130 минеральных источников, большие запасы иловой гряды озера Тамбукан и 17 «неудавшихся вулканов».



Регион славится и культурно-историческим наследием. Кавказские Минеральные воды посещали такие известные деятели как: М.Ю. Лермонтов, А.С. Пушкин, А.И. Солженицын, Ф.И. Шляпкин и другие.



Кавказские Минеральные воды совмещают в себе культуры разных народов Кавказа. Так, в одном месте можно попробовать блюда местной кухни, научиться танцевать кавказские танцы, ездить верхом и узнать новое о традициях местного населения.



Рисунок 45 – Внутренняя сторона рекламного буклета