

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Институт социально-гуманитарных технологий
 Специальность 43.03.02 Туризм
 Кафедра Социальных коммуникаций

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Тема работы
Этнический туризм в системе социокультурной деятельности

УДК 338.46-61:39(477.75)

СТУДЕНТ

Группа	ФИО	Подпись	Дата
11Б21	Назарова Юлия Александровна		

РУКОВОДИТЕЛЬ

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Родионова Елена Викторовна	к.ф.н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Колодий Наталия Андреевна	д.ф.н., профессор		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
СК	Н.А. Лукьянова	д.ф.н., профессор		

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий

Специальность 43.03.02 Туризм

Кафедра Социальных коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

Н.А. Лукьянова

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

дипломной работы

Студенту:

Группа	ФИО
11Б21	Назарова Юлия Александровна

Тема работы:

Этнический туризм в системе социокультурной деятельности

Утверждена приказом директора (дата, номер)

№ 757/с от 04.02.2016

Срок сдачи студентом выполненной работы:

05.06.2016 г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Теоретический и эмпирический материал по теме исследования
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	<ul style="list-style-type: none">• Определить место этнического туризма в современной классификации туризма• Рассмотреть основные виды этнического туризма• Проанализировать перспективы развития этнического туризма в Республике Крым• Разработать концепцию ностальгического тура
Консультанты по разделам ВКР	
Раздел	Консультант
Глава 1	Колодий Наталия Андреевна

Дата выдачи задания на выполнение ВКР по линейному графику

02.10.2015

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Родионова Елена Викторовна	к.ф.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
11Б21	Назарова Юлия Александровна		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 77с., 5 рис., 3 табл., 48 источников, 3прил.

Ключевые слова: этнический туризм, Республика Крым, культурно-исторические ресурсы, этнокультурный туризм, советский кинематограф, ностальгический тур.

Объектом исследования является – этнический туризм.

Предметом исследования является – ностальгический туризм как способ развития этнического направления.

Проблему данного исследования можно сформулировать в вопросе: какие ресурсы оказывают влияние на выбор территории, потенциально пригодной для развития этнического туризма?

Цель работы – разработка концепции тура ностальгического туризма в Республике Крым.

В процессе исследования проводились следующие исследования – анализ литературы по проблеме, мониторинг Интернет – ресурсов, маркетинговое исследование целевой аудитории и востребанности тура.

В результате исследования – доказана актуальность и необходимость разработки концепции тура ностальгического туризма в Республике Крым для людей от 35 до 60 лет.

Степень внедрения: проходит стадию экспертной оценки.

Область применения: туристические фирмы.

Новизна работы заключается в том что, ностальгический туризм рассматривается как феномен интеграции образования и туризма через организацию туристско-образовательной деятельности, направленной на становление и развитие личностно-значимых для человека качеств.

Практическая значимость работы

- определена целевая аудитория тура;
- разработан тур.

В будущем планируется: внедрение турпродукта на рынок.

Содержание

Введение.....	6
1. Теоретические основы этнического туризма	9
1.1. Этнический туризм в системе социокультурной деятельности. Подходы к классификации этнического туризма.....	9
1.2. Зарубежный и российский опыт развития этнического туризма.....	19
1.3. Культурно-исторические ресурсы как фактор развития ностальгического туризма	24
1.4. Основные этапы в разработки этнических туров	30
2. Возможности развития ностальгического туризма в Республике Крым	36
2.1. Перспективы развития ностальгического туризма в Республике Крым ..	36
2.2. Анализ ресурсов Республики Крым для развития ностальгического туризма	45
2.3. Выявления целевой аудитории и востребованности туров ностальгического туризма.....	49
2.4. Разработка концепции тура ностальгического туризма в Республике Крым	57
Заключение	67
Список использованных источников	70
Приложение А Классификация туризма.....	75
Приложение Б Расстояние между городами	76
Приложение В Расположение городов на карте	77

Введение

Актуальность темы исследования заключается в том, что на сегодняшний день этнический туризм увеличивает объемы туристских потоков не только по всему миру, но и в России, в частности. Данные касательно этнических туров, в нашей стране, практически отсутствуют, что сильно осложняет освещение данной темы с научной точки зрения на текущее время. За последние года в рамках индустрии туризма исследований по востребованности ностальгических туров, в России не проводилось.

Туристы пресыщены пляжными, экскурсионными, шоп-турами. Этнотуризм для обычного горожанина является чем-то экзотическим, чуть ли не экстремальным. Этнографический туризм основан на интересе туристов к подлинной жизни народов, к ознакомлению с народными традициями, обрядами, творчеством и культурой, не из телепередач или книг, как это было раньше, а путем непосредственного погружения в среду. У каждого туриста есть возможность самостоятельно увидеть традиционные жилищные и хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, попробовать блюда национальной кухни, принять участие в традиционных праздниках или купить в качестве сувениров предметы традиционного быта.

Этнический туризм завоевывает статус фаворита приключенческого странствия по миру. Данный вид туризма является прекрасным способом изучить историю не только ученым, но и любителям, а также узнать о происхождении своих предков и отследить свои корни. Такое новшество в туризме дает возможность многим найти своих дальних родственников на чужих землях. Так же, многие посещают места, где когда-то жили их деды-прадеды или они сами были выселены с этих окрестностей в далекой молодости.

Именно стремление познать традиции, культуру, и быт предыдущих поколений, определяет актуальность этнического, а в частности ностальгического туризма в России и в мире.

Объектом исследования дипломной работы является этнический туризм.

Предметом исследования дипломной работы является ностальгический туризм как способ развития этнического направления.

Целью дипломной работы является, разработка концепции тура ностальгического туризма в Республике Крым.

Задачами дипломной работы в связи с указанной целью являются:

- Определить место этнического туризма в современной классификации туризма.
- Рассмотреть основные виды этнического туризма.
- Проанализировать перспективы развития этнического туризма в Республике Крым.
- Разработать концепцию ностальгического тура.

Степень изученности проблемы развития этнического туризма постоянно находились и находятся в поле зрения государства, практиков туристского движения, участников различных походов и этнографических экспедиций. В данной работе рассмотрены основные аспекты развития этнического туризма в стране и его развитие в мире.

Структура дипломной работы обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Данная работа состоит из введения, двух глав и заключения.

Введение раскрывает актуальность темы исследования, определяет степень изученности проблемы развития этнического туризма, а также обосновывает объект и предмет дипломной работы, ставит цель и пути решения посредством поставленных задач, раскрывает теоретическую и практическую значимость работы.

В первой главе рассматриваются теоретические основы этнического туризма. Во второй главе раскрываются перспективы развития

ностальгического туризма в Республике Крым и приводится пример концепции ностальгического тура.

В заключении резюмируются итоги исследования, формируются окончательные выводы по рассматриваемой теме.

При написании данной дипломной работы были использованы научная и учебно-методическая литература, статьи в периодических изданиях Российской Федерации.

Основными источниками, раскрывающими теоретические основы этнического туризма, явились работы Дмитриева М.Н., Ильина Е.Н., Морозова М.А. и других.

В данных источниках подробно рассмотрено понятие этнического туризма, ностальгического туризма, как вида этнического туризма.

1. Теоретические основы этнического туризма

1.1. Этнический туризм в системе социокультурной деятельности. Подходы к классификации этнического туризма

Термин «туризм» происходит от корневой основы «тур» что означает прогулка, путешествие. Встречается более 200 определений туризма, наиболее простые являются далеко не полными, потому что рассматривают только различные его составляющие, например отдых или оздоровление. К таким определениям можно отнести, например, следующие: туризм – это лучший отдых [3]. Еще одно определение туризма: туризм - это временное перемещение людей с места своего проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время, в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально – деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [5].

В настоящее время существует очень много классификаций туризма (см. Приложение А).

Рассмотрим наиболее распространенные виды туризма по потребностям:

1. Рекреационный туризм – путешествие для отдыха, оздоровления и лечения.
2. Экскурсионный туризм – поездки с целью ознакомления с памятниками истории и культуры, природными достопримечательностями, музеями театрами, традициями другого государства или региона.
3. Спортивные туры – это выезд для посещения спортивных мероприятий.
4. Деловой туризм – поездки с деловыми или служебными целями.
5. Этнический туризм – вид познавательных путешествий, основной целью которых является посещение какого-либо объекта для

исследования архитектуры, культуры, традиций и быта народа, этноса, когда-либо проживающего на данной территории.

6. Экстремальный туризм – путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получения новых ощущений, впечатлений.
7. Водный туризм – путешествие на различных плавательных средствах по морям, рекам, озерам.
8. Целевой туризм – путешествия, цель которых посещение различных массовых мероприятий.
9. Религиозный туризм – паломнические поездки с целью выполнения религиозных миссий. Это путешествия по Святым местам, посещение церквей, монастырей.
10. Учебный туризм – подразумевают путешествия для приобретения или совершенствования своих знаний. Например - изучение иностранного языка непосредственно с носителями языка;
11. Экзотический туризм – для тех, кто желает увидеть, постичь и ощутить что-то особенное, не свойственное обыденной жизни. Это климатические условия, необычный растительный и животный миры, культура разных народов, архитектура, национальные обычаи и нравы и др.

Эти виды туризма, как правило, тесно связаны между собой [1].

В данной работе мы рассмотрим один из вышеперечисленных видов туризма, а именно – этнический туризм.

Этнический туризм – является одним из направлений культурно-познавательного туризма. В современном глобальном мире этнический туризм приобретает особую популярность во многих странах.

Этнический туризм позволяет узнать о традициях и культуре различных народов. Каждый может сам увидеть и ознакомиться с традициями и культурой различных этносов. Еще одной особенностью

этнического туризма является, возможность больше узнать о своих корнях или изучить историю требуемого народа ученым, любителям.

Традиции – элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определенных обществах и социальных группах в течении длительного времени.

Традиции играют важную роль в воспроизводстве культуры и всех сфер духовной жизни, в реализации многовековых усилий сменяющих друг друга поколений сделать жизнь богаче, краше, содержательнее, в обеспечении преемственности нового и старого, в гармоническом развитии общества и личности. Они существуют, поддерживаются народными массами во всех сферах общественной жизни: трудовой, социально-политической, семейно-бытовой, социально-культурной и т.д. [2].

Отличительной чертой современного мира является его этническое и национальное разнообразие, что создает предпосылки развития международного туризма. Большое количество людей вследствие роста культурного и образовательного уровня стремится получить информацию о своих корнях, узнать ряд исторических факторов о почти никому не известном народе или национальности. Это можно достичь только посредством посещения иностранных государств. Таким образом, международный туризм является средством познания жизни других народов.

Музеи и выставки, картинные галереи, исторические достопримечательности и архитектурные памятники постоянно притягивают путешественников. Интерес к истории, культуре, быту и традициям других народов значительно ускоряет развитие международного туризма. В этом плане культурно-исторические факторы тесно переплетаются с этническими факторами.

Этнический туризм часто называют также этнографическим, так как этнография («наука о народе») – это наука, основным предметом которой является изучение народов мира, их духовной и материальной культур, их историческое развитие. А в случае этнического туризма, путешественник

непосредственно знакомится с этими особенностями и в определенной мере изучает их.

Сегодняшнее определение этноса, в научный оборот было введено еще в 1923 году русским ученым С.М. Широкогоровым и является общепризнанным: «Этнос – исторически сформировавшаяся устойчивая группа людей, признающих свое единое происхождение, разговаривающих на одном языке, имеющие комплекс обычаев, уклад жизни, хранимые и освященные традиции, и отличающаяся ее от таковых других групп».

Исходя из понятия объекта этнографии и определения этноса, можно ввести понятие «этнографический объект». Этнографическим объектом является культурно-исторический объект (явление), содержащий информацию об этнических проявлениях традиционно-бытовой культуры. Этнографический объект необходимо рассматривать как систему признаков, характеризующих культуру этноса в сочетании его оригинальных и специфических конкретных форм. К оригинальным формам относятся явления и предметы традиционно-бытовой культуры, соответствующие данному хозяйственно-культурному типу и характеризующие неповторимые черты этноса (украшения, орнаментация и т.п.) [1].

К культурному наследию народа относятся материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также памятники и историкокультурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности России, дающих смысл существованию человека и всех ее народов, их вклада в мировую цивилизацию.

Далее будут рассмотрены основные направления и подходы к классификации этнического туризма.

Этнический туризм основан на посещении туристами мест своего рождения, проживания своих родителей. Вместе с тем этнический туризм трактуется различными авторами под разным углом зрения.

- этнокультурный туризм – путешествия, организуемые к местам проживания малочисленных народов, не имеющих своего национального государственного или административного образования;
- туризм соотечественников – туристские поездки соотечественников из ближнего и дальнего зарубежья, в том числе по линии родственных связей, которые призваны сохранять родственные узы, способствовать культивированию родного языка, приобщению к своим национальным ценностям, взаимопониманию и сотрудничеству;
- ностальгический туризм – поездки к месту рождения, юности, прошлого проживания, к местам своего происхождения [10].

Развитие туризма, в частности этнического, немаловажно в многонациональных регионах с благоприятными климатическими условиями и богатым историко-культурным наследием [9].

В последнее время публикуется множество трудов, связанных с этническим туризмом (например, [6], [7], [8], [9], [10] и др.). Поэтому в мире имеется большое количество трактовок определения «этнический туризм» (Таблица 1).

Таблица 1 – Подходы к определению категории «этнический туризм»

Определение	Источник
посещение исторической родины или мест рождения родственников	[6], [8]
культурный туризм, который подразумевает знакомство с отдельными народами, их изучение, с целью культурного или языкового обмена	[19], [11]
путешествие, предоставляющее контакт с людьми, этническое и/или культурное наследие которых отличается от культурного (и/или этнического) наследия путешественника	[15]
путешествие, полностью или частично реализуемое с целью посетить сообщество с первобытной культурой	[9]

туризм, в котором основная цель для туристов – это знакомство с «экзотическими» народами, т.е. проживающие в районах отдаленных от места проживания туриста.	[16]
особая разновидность культурного туризма, подразумевающая любую экскурсию, в которой больше внимания уделяется людям, а не на природе, а также раскрывает образ жизни местного населения.	[10]

Из таблицы видно, что в научной среде до сих пор не имеется общего определения, о том, что необходимо понимать под этническим туризмом. Часто под этнотуризмом понимают какой-либо его вид.

Существуют разные точки зрения на соотношение этнического и этнографического туризма. Так А.И. Щукин в своем диссертационном исследовании отмечает, что основные участники этнографических туров – люди, профессионально занимающиеся этнографией. В свою очередь участники этнического туризма - широкая аудитория туристов, главной целью которых является удовлетворение духовных потребностей [9]. Пресняков В.Н. и Жулина М.А. считают этнический и этнографический туризм синонимами [17]. В советское время термин «этнический» туризм не использовался, было распространено понятие «этнографический» туризм (связанное с наукой «этнографией»), который и сейчас употребим в научной среде. В иностранной литературе В. Смит отделяет этнический туризм от культурного и исторического [19].

В последнее время стали говорить об этнокультурном, джайлоо, антропологическом туризме, с последним перекликается аборигенный туризм.

В зарубежной и российской научной литературе схожим понятием к этнотуризму является «культурный туризм» («cultural heritage tourism», «diaspora tourism» или «heritage tourism»). Национальный Фонд Охраны Памятников Истории в США определяет культурный туризм как «посещение

исторических мест, а также знакомство с достопримечательностями, отражающими историю человечества» [16]. Международный совет по сохранению памятников и достопримечательных мест (ICOMOS) дает свое определение культурному туризму: «это особый вид туризма, целью которого (среди множества других целей) является также открытие памятников и достопримечательностей» [20].

Наиболее близким понятием к этнотуризму можно, считать этнокультурный туризм (ethnocultural tourism) – понятие не часто встречающееся в отечественной литературе [19]. Многие ученые включают в него антропологический, этнографический, этнический, ностальгический туризм [16].

Подробнее охарактеризуем все перечисленные подвиды этнического туризма (рисунок 1).

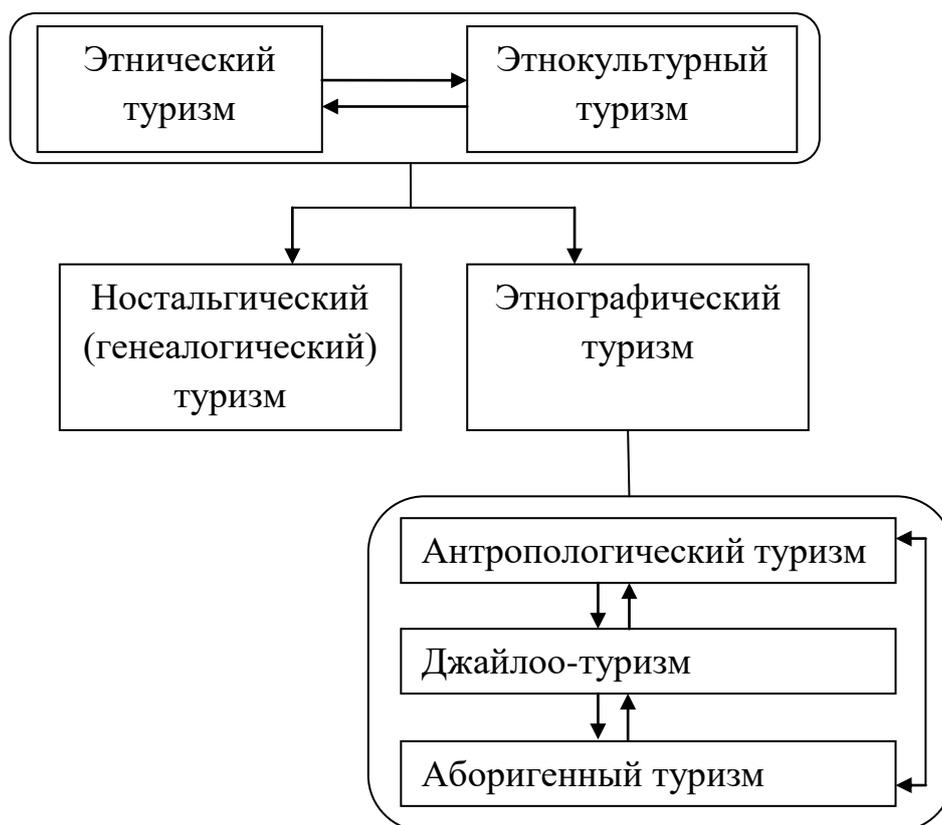


Рисунок 1 - Классификация этнического туризма

Ностальгический туризм (ancestral tourism, nostalgic tourism, genealogy tourism), этот специфический вид туризма подразумевает путешествие на места своего рождения или родителей, посещение родственников или изучение определенной этнической группы населения (их жизнь, особенности культуры, быт и т. д.). В начале 90-ых годов данное направление туризма начало набирать обороты в России. Тысячи туристов приезжают в Россию, чтобы посетить места своих предков [21].

Последнее время этот вид туризма становится популярен в странах Центральной Европы, где во время второй мировой войны была массовая миграция населения. В качестве примера популярных ностальгических туров можно привести путешествия потомков французских репатриантов в Тунис, поездки нынешних американцев ирландского происхождения в Ирландию, туризм и эмиграцию немцев Поволжья в Германию, турне израильтян в Восточную Европу, в странах которой до войны существовали крупные еврейские общины. В России же ностальгический туризм и вовсе представлен многочисленными потоками. Интерес иностранных граждан в первую очередь вызывают несколько из них. В Карелию и Ленинградскую область едут тысячи финнов, чьи предки оставили эти места в связи с переселением послевоенных лет. В калининградской области наблюдается активность туристов-немцев, на Сахалине – японцев.

Согласно исследованиям генеалогический туризм – является одним из быстро растущих секторов туризма.

Аборигенный туризм, особое направление экологического туризма. Термин «аборигенный туризм» возник в середине 90-х годов для описания проектов экологического туризма в сообществах коренного населения и на их территории в Латинской Америке, США, Австралии и Канаде.

Существует много определений аборигенного туризма. Согласно Хинчу и Батлеру, так называется туризм, в котором коренное население участвует или напрямую, или через контроль над туристической деятельностью. Другое определение: аборигенный туризм - это туризм,

основанный на природных достопримечательностях и турах, проводимых аборигенами, включая аборигенное истолкование природного и культурного окружения. Аборигенный туризм в Австралии объединяет туры лодочные, культурные и туры в дикую природу. Эти туры проводятся на аборигенных землях, знакомятся с их культурой и историей.

Наряду с пляжным туризмом Индии, который преимущественно развит на океаническом побережье штатов Гоа и Керала, аборигенный и экологический туризм получил широкое распространение в национальных парках и сельской местности.

Вся полученные средства от туристической индустрии идут на развитие образовательной системы и остаются в местном сообществе.

Джайлоо-туризм – это один из самых новых видов туризма. Джайлоо-туризм - это проживание в племенах, в котором еще сохранился первобытно - общинный строй без любых красот цивилизации. Зародившись в конце 90-х в Кыргызстане, с киргизского переводится как «горное пастбище». Джайлоо-туристы путешествуют по нетронутым уголкам планеты – горам и степям Азии, лесам Сибири и Северной Америки, джунглям Амазонки и заповедникам Африки, – чтобы забыть на время о благах цивилизации.

В Кыргызстане джайлоо не только великолепен, но еще и в меру безопасен. Здесь для путешественников-экстремалов создали специальный маршрут, который начинается в столичном Бишкеке, обласкивающим напоследок всеми благами современности, и заканчивается в деревне Корчкорка, на озере Сон-Куль и на джайлоо Сарала-Саз.

Этническому туризму, как самостоятельному направлению туризма, в российской и зарубежной научной литературе уделено мало внимания, по сравнению с такими видами туризма как экотуризм, спортивный туризм, агротуризм и др. Недостаточно изученными остаются вопросы классификации этнотуров, а также географическим особенностям их организации.

Важной особенностью этнического туризма является расширение его структуры, обусловленное выявлением интересов и потребностей туристов.

Туризм является одной из самой прибыльной отраслью экономики и источником занятости местного населения. В частности этнотуры позволяют населению лучше познавать свою культуру и культуру других народов, укрепляют толерантные отношения.

Людам часто хочется не просто посмотреть со стороны на чужую культуру, но и окунуться в нее. Благодаря этническому туризму у человека появляется больше возможностей узнать о своих «корнях», изучить быт, фольклор, культуру и историю конкретного народа. Вернувшись из путешествия, туристы охотно делятся впечатлениями об особенностях культуры этносов посещенного региона со своим родственниками и знакомыми, что позволяет обмениваться опытом и культурным наследием с жителями других регионов и стран [22].

Таким образом, в качестве рабочего определения в данной работе будет использовано следующее:

Этнический туризм – одно из направлений культурно-познавательного туризма. Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека. Этнический туризм можно разделить на два основных вида. Во-первых, это посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта определенных народов. Данные поселения можно назвать демонстрационными или показательными. Во-вторых, это посещение мест рождения, юности, прошлого проживания, что и трактуется как ностальгический туризм одно из направлений этнического туризма. Ностальгический туризм помогает человеку совершить символическое путешествие в дни своей молодости (детства, юности), в места прежнего проживания или обучения или в любую, памятную местность, имевшую для него большое значение. Другими словами, ностальгический туризм связан с избирательным сохранением фрагментов социальной памяти и

реконструированием прошлого. Именно данное направление и будет нас интересовать в нашем исследовании.

1.2. Зарубежный и российский опыт развития этнического туризма

Исходя из прогнозов, на предстоящие несколько лет, туризм будет развиваться все быстрее и динамичнее. Туристские потоки будут расти по всем направлениям, как по международному, так и по внутреннему.

К наиболее характерным тенденциям развития туризма в настоящее время можно отнести увеличение разнообразия туристических направлений (рисунок 2), а также расширение ассортимента туристического продукта. Все более популярными становятся такие виды туризма как экстремальный туризм, экотуризм, агротуризм, и т.д. Любой вид туризма – это, в частности, и форма межэтнических взаимоотношений, следовательно, практически каждый туризм включает в себя элементы этнотуризма [9].

Россия заняла десятое место в рейтинге самых посещаемых стран мира в 2015 году по версии Всемирной туристской организации (ЮНВТО).

По данным организации, число туристов, побывавших в России в прошлом году, составило 31,6 млн. человек, что на 6,2% больше, чем в 2014. Первое место, по подсчетам ЮНВТО, занимает Франция (86,3 млн.), следом идут США (77,9 млн.), Испания (68,1 млн.), Китай (56,9 млн.) и Италия (50,8 млн.) [40].

В последние два года в туристической отрасли России наметился перелом в пользу внутреннего и въездного туризма. Страна стала более привлекательной для иностранных туристов благодаря современной инфраструктуре, которая создается в рамках реализации в регионах Федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма, повышению качества сервиса, активному продвижению на зарубежных рынках.

Во всем мире растет интерес к этнической культуре, и в России заметен рост этнического самосознания. Большое внимание уделяется вопросам сохранения этнического многообразия регионов, самобытности, культурного наследия, а также к проблемам взаимодействия туризма и культуры [3].

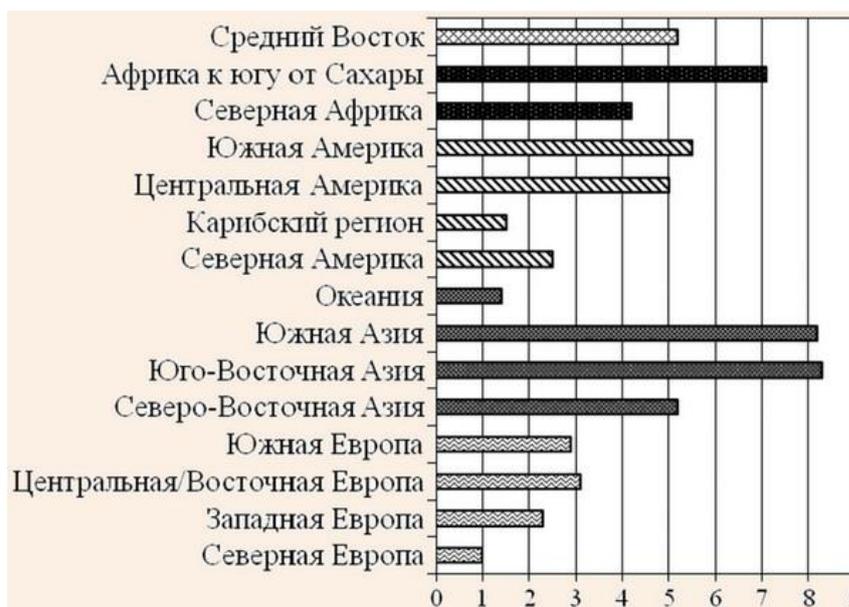


Рисунок 2 - Среднегодовой прирост международных туристских прибытий (с 2005 по 2015 гг.), %

В 2014 году Правительство Российской Федерации утвердило проект Министерства культуры на период до 2020 года, о Стратегии развития туризма в Российской Федерации.

При разработке плана развития этнокультурного и познавательного туризма было отмечено сохранение и восстановление традиционных ремесел и промыслов народов России, что соответствует федерально-целевой программе «Укрепление единства российской нации и этнокультурного развития народов России».

В России имеется множество возможностей для развития этнического и этнографического туризма. При правильной организации рекламной кампании, народные праздники и фестивали способны стать центром притяжения не только для российских, но и для иностранных гостей.

Популярнейший праздник Масленицы, в котором ярко выражены древние народные обычаи и верования – один из ярких примеров реализации концепции такого туризма. Например, в Москве, праздник Масленицы, отмечаемый на Васильевском спуске, привлекает множество посетителей.

Многие состоятельные путешественники предпочитают посещать оригинальные праздники, а не тратить отпуск или выходные дни на обычный отдых на пляжах или лыжных трассах. У России с ее самобытной и разнонаправленной культурой есть все шансы стать мировым лидером в области такого туризма, предложив уникальный и востребованный продукт.

Помимо направления этнического туризма, связанного с изучением быта, традиций определенных народностей и посещение родины предков, за последние годы все больший оборот набирает развитие ностальгического туризма. Как было рассмотрено ранее, ностальгический туризм помогает человеку совершить символическое путешествие в дни своей молодости (детства, юности), в места прежнего проживания или обучения или в любую, памятную местность, имевшую для него большое значение. В связи с этим в России набирает популярность путешествия связанные с местами «студенческой жизни», «советского прошлого», мест работы в студенческих отрядах и т.д.

Например, в Томском политехническом университете создана Ассоциация выпускников, которая занимается организацией ежегодных встреч выпускников различных направлений, созданием базы выпускников, сбором воспоминаний выпускников и т.д. Таким образом, у данной целевой аудитории есть возможность посетить места своего обучения (корпуса, аудитории), места проживания (общежитие), памятные студенческие места (где проводилось свободное время).

Помимо этого для России характерное сегодня явление это ностальгия «по советскому прошлому». Например, разработаны три маршрута по ВДНХ «Ностальгия по СССР: Маршрут в советское прошлое». В ходе первого маршрута:

- кинотеатр «Круговая кинопанорама», работающий с 1959 года;
- посещение экскурсионного бюро и путешествие по маршруту с гидом;
- музей «СССР»;
- кафе «Фестивальное» и «Столовая №57» с атмосферой советского общепита [38].

Как показывает опыт, в России этнический туризм развивается все активнее и пользуется все большей популярностью.

За рубежом также накоплен значительный опыт в организации этнотуризма, изучение которого представляется особенно важным для России, поскольку способствует поиску альтернативных решений в организации данного вида туризма. Среди лидеров по этнотуристскому направлению можно выделить Австралию, Канаду, Непал, Эквадор и другие. Рассмотрим некоторые примеры.

Эквадор расположен в двух полушариях Земли и имеет самые резкие климатические различия на планете. Изолированность от внешнего мира создала уникальную основу для развития здесь этнотуризма. Путеводитель по Эквадору содержит информацию о более 40 турфирмах, предлагающих этнотуры с размещением в семьях местных жителей, походы по тропическим лесам и знакомство с культурой местного населения. Эти общинные предприятия создаются при поддержке аборигенных организаций, местных природоохранных фондов и ряда турфирм. Управляют фирмами группы местных жителей, которые контролируют охоту и участвуют в создании охраняемых природных территорий на землях индейцев, где охота и сельское хозяйство запрещены.

В начале 80-х годов экономический кризис вынудил местное сообщество начать поиск дополнительных видов деятельности, чтобы обеспечить средства к существованию: сбор и продажа лекарственных растений, недревесных продуктов леса и др. Но все эти варианты не соответствовали критериям экологической устойчивости, и от них пришлось

отказаться. Единственной перспективной инициативой было развитие этнотуризма. Местные жители стали предлагать туры на каноэ самостоятельным туристам, путешествующим в этих краях. С самого начала стало очевидно, что культурные особенности интересуют посетителей не меньше, чем природные, поэтому при планировании туров особое внимание уделялось этнографическим аспектам. Постепенно объемы туризма увеличивались, развивалась инфраструктура: были построены простые жилища для туристов, а также небольшой этномузей.

Канада соединила в себе массу культурных течений: индейские обряды, влияние эмигрантов из Азии и Латинской Америки, традиции первых европейских поселенцев. Особый шарм Канаде придают дикая природа и уникальная культура аборигенов: 2% населения составляют индейцы и инуиты (эскимосы), чья культура и создает основу для развития этнотуризма.

В центре Оттавы находится этнодеревня, открытая для посещения круглый год. Здесь можно по своему желанию выбрать одно или несколько занятий (экскурсий) для знакомства с жизнью коренного населения, различными типами жилищ, древними технологиями и орудиями труда, которые использовались для изготовления каноэ и бересты, выделывания шкур, производства корзин. Ежегодно в этнодеревне представляется новая театральная постановка на сюжет древних легенд. В национальном кафе на территории деревни предлагается меню из традиционных аборигенных блюд.

Сотрудничество администраций национальных парков с коренным населением сыграло важную роль в создании ряда новых охраняемых территорий. Около трети таких парков Канады имеют Советы по управлению, в состав которых входят аборигены. Сообщества коренных народов активно участвуют в организации и предоставлении туристско-экскурсионных услуг посетителям охраняемых территорий.

Австралия – самый маленький материк на планете, отделившийся от остальной суши миллионы лет назад. Такая изолированность позволила его

природе сохранить большое количество уникальных видов растений и животных, а также самобытный этнос, создавший основу для развития этнографического туризма.

Этнографический туризм в Австралии включает туры лодочные, культурные и экологические (в дикую природу). Эти туры проводятся на землях коренного населения, в национальных парках и традиционно племенных землях. Находясь во владении коренного населения, туристские предприятия имеют возможность для сохранения культурного и природного разнообразия, а также дают работу местному коренному населению. Такой этнографический туризм отвечает всем требованиям, обеспечивает устойчивое использование ресурсов и выполняет просветительные функции. В нем участвуют и крупные землевладельцы, и местное население. Важную роль в развитии этнотуризма играет государство. Так, в мае 2012 года австралийское государственное управление по туризму запустило сайт Aboriginaltourism.australia.com, посвященный исключительно этнотуризму. Сайт призван представить всему миру многообразные туристские программы с участием коренных жителей.

Из проведенного анализа видно, что развитие этнографического туризма становится одним из ведущих направлений в отечественном и мировом туризме. Учитывая, что этническое разнообразие стремительно сокращается, данный вид туризма будет востребован в связи с его уникальностью и неповторимостью [39].

1.3. Культурно-исторические ресурсы как фактор развития ностальгического туризма

Для формирования и развития любого вида туризма необходимы туристические ресурсы. Туристические ресурсы можно классифицировать как природно-климатические, социокультурные, исторические, архитектурные, археологические, научные, культовые и прочие объекты или

явления, позволяющие удовлетворять потребности людей в процессе туризма, согласно целям туризма. Перечисленные ресурсы можно использовать как в целях рекреации, так и в целях туризма. Отличие лишь в их использовании: в рекреационных (более широких) и туристических (сравнительно конкретных) целях. Следовательно, туристические ресурсы можно назвать также рекреационно-туристическими.

Исходя из наличия тех или иных видов туристических ресурсов, можно выделить конкретные цели, виды и направления туризма. Туристические ресурсы можно разделить на 2 основные группы:

- природные;
- историко-культурные.

К природным туристическим ресурсам относятся объекты и явления природы, которые обладают туристической привлекательностью. Природные туристические ресурсы можно анализировать на примере прибрежных, горных и равнинных территорий.

Для ностальгического туризма, важнее всего являются культурно-исторические ресурсы, поскольку этот вид туризма подразумевает путешествия на места своего рождения или родителей и изучение определенной этнической группы населения (их жизнь, особенности культуры, быт и т. д.).

Культурно-исторические туристские ресурсы – это исторические особенности, объекты и явления материальной и духовной культуры, которые были созданы в процессе исторического развития и создаются в современных условиях, определенной территории и могут быть использованы для удовлетворения духовных, познавательных и интеллектуальных рекреационных потребностей [25].

В процессе исторического развития каждый народ формирует свою собственную систему духовных и культурных ценностей (культурное наследие), которая всегда интересна и привлекательна для туристов (как местных, так и иностранных).

Среди культурно-исторических объектов ведущая роль принадлежит к памятникам истории и культуры, которые отличаются наибольшей привлекательностью и на этой основе служат главным средством удовлетворения культурно-познавательных потребностей. Научная классификация памятников, отражает сложившийся порядок и формы государственного учета этого вида ресурсов, потребности практики и подразумевает специфику каждого вида. В зависимости от их основных признаков, памятники истории и культуры подразделяются на пять основных видов: история, археология, градостроительство и архитектура, искусство и документальные памятники. Рассмотрим наиболее присущие объекты по каждому виду памятников. Так, к памятникам истории могут быть отнесены здания и сооружения, памятные места и предметы быта, связанные с важными историческими событиями в жизни народа, развитие общества и государства, революционные движения, освободительные движения, войны, а также развитие науки и техники, культуры и быта народа, с жизнью выдающихся государственных и политических деятелей, народных героев, деятелей науки, искусства и литературы.

К памятникам археологии относят городища, древние места захоронений, курганы древних поселений, укреплений, производств, каналов, каменные изваяния, старинные предметы, наскальные изображения, а также участки историко-культурного слоя древних населенных пунктов.

Наиболее характерные для памятников градостроительства и архитектуры, следующие объекты: архитектурные ансамбли и комплексы, остатки древней, планировки и застройки городов и других населенных пунктов, исторические центры, кварталы, площади, улицы, сооружения гражданской, промышленной, военной, культовой архитектуры, народного зодчества, а также связанные с ними произведения монументального и садово-паркового искусства.

К памятникам искусства относят произведения изобразительного, монументального, декоративно-прикладного и других видов искусства.

Документальные памятники – это акты органов государственной власти и органов государственного управления другие письменные и графические документы, рукописи, отчеты, статистические материалы, пресса, фото-кинодокументы и звукозаписи, архивы, записи фольклора и музыки.

Классификация историко-культурных ресурсов по признакам подвижности осуществляется по двум группам – неподвижные и подвижные.

Первую группу формируют памятники истории, градостроительства и архитектуры, археологии и монументального искусства и другие сооружения, в том числе и памятники искусства, которые являются неотъемлемой частью архитектуры. С позиций познавательно-культурной рекреации объекты данной группы представляют собой самостоятельное одиночное или групповое образование.

Во вторую группу входят памятники искусства, археологические находки, минералогические, документальные памятники, коллекции ботанического и зоологического характера и другие вещи, предметы и документы, которые можно легко перемещать. Потребление рекреационных ресурсов этой группы связано с посещением музеев, архивов и библиотек, где они обычно находятся [33].

Кроме выше рассмотренных видов историко-культурных ресурсов выделяют категории событийных ресурсов, этнографических и социальных ресурсов.

Так, категория событийных ресурсов стала выделяться сравнительно недавно, наряду с формированием этого специализированного вида туризма, ростом количества разного рода культурных событий, которые имеют ярко выраженный рекреационно-познавательный, развлекательный, оздоровительный характер. Поэтому эта категория ресурсов еще недостаточно исследована и развита. В общем смысле к событийным ресурсам относят массовые мероприятия культурно-развлекательного характера, например, карнавалы, конкурсы, фестивали, ралли, выступления

известных музыкальных и театральных коллективов, празднования различных праздников, например, дни городов, ярмарки и тому подобное.

Этнографические ресурсы – традиционная составляющая историко-культурного потенциала, однако в последнее время стала играть более важную роль, вследствие повышения национального сознания общества, введение специализированных образовательных программ в общеобразовательных учебных заведениях. В этнографические ресурсы, как уже отмечалось выше, входят разнородные группы ресурсов, которые в целом образуют единую ткань неповторимой самобытности и национального колорита. К числу таких ресурсов относятся – традиции, обряды, праздники, народные промыслы, национальную кухню, традиционные жилища, одежду, танцы и др.

Социальные ресурсы – специфическая составляющая историко-культурных ресурсов (категории памятники истории), которая объединяет объекты и местности связаны с определенным жизненным циклом той или иной выдающейся личности (рождение, деятельность, пребывания, смерть, погребение).

К историко-культурным рекреационным ресурсам также следует отнести и культурные учреждения, которые удовлетворяют соответствующие рекреационные потребности как местных рекреантов так и туристов: музеи, картинные галереи, выставочные залы, театры, кино-концертные залы, филармонии, планетарии цирки и др.

Вышеперечисленные виды туристических ресурсов способствуют развитию основных направлений туризма [22].

Преимуществ для развития ностальгического туризма множество. Первая и самая важная, на мой взгляд, это вклад в патриотическое воспитание. Туристы могут изучать историю своих предков, увидеть места их проживания, поучаствовать в церемониях, обрядах, испробовать блюда местной кухни, примерить национальную одежду, пожить в национальном доме и это все не по учебникам, а воочию. Этим и хорош ностальгический

туризм. Турист не просто смотрит со стороны, а принимает непосредственное участие в действиях. Сливаясь с происходящим намного легче понять, чем живет другой народ, почему все происходит именно так. Определенный образ жизни народа не смущает, через него можно понять смысл его существования, тем самым и осмыслить свою жизнь, стать более уважительным к представителям других народностей. Следующим большим плюсом развития этнотуризма является поддержка местных жителей, точнее носителей культуры. Если, к примеру, в гостиничном, ресторанном, экскурсионном деле необходимо образование и наличие определенных стандартных требований, то в ностальгическом туризме нет острой необходимости в обучении персонала (разве что администраторов), т.к. они являются носителями информации, которую хотят услышать туристы. Вся база уже есть - необходимо лишь сохранить и правильно подать. Происходит возрождение традиций, наций, давно казавшееся утерянным, приобретает новый вид и становится явными. Это особенно актуально в современном мире, так как более крупные нации поглощают мелкие, языки умирают, а вместе с ним и люди.

Если обратиться к экономической стороне вопроса, то прослеживается перспектива появления рабочих мест не в городах, крупных центрах, а в провинции, в деревнях. Ненужно будет уезжать ради заработков куда-то далеко. Рабочее место появляется непосредственно в месте жительства. Улучшается благосостояние населения, уравнивается разница между городом и деревней в отношении доходов. К тому же это дополнительные налоги в казну.

Но не один процесс не может проходить без последствий. Происходит искажение традиций, образа жизни местных жителей. Изначальная культура начинает менять свой облик, так как толпы туристов не только изучают другую культуру, но и ненароком оставляют следы своей деятельности. То, что раньше было доступно для избранных, теперь могут видеть все, и лишь только потому, что это приносит деньги. Отрицательных моментов

невозможно избежать, но можно смягчить их действие путем планирования, тщательного анализа будущих туров, мест их прохождения и дальнейшего контроля над происходящими процессами [26].

Из вышесказанного следует, что для развития ностальгического туризма особую роль играют культурно-исторические ресурсы, которые позволяют познакомиться с бытом и традициями определенного этноса или погрузиться в сохраненные фрагменты социальной памяти и реконструировать прошлое.

1.4. Основные этапы в разработки этнических туров

Опираясь на параграф 1.1, мы можем с уверенностью сказать, что каждый вид туризма является актуальным для определенных регионов.

Любой вид туризма проходит стандартную технологию по разработке туров. Непосредственно самой разработкой занимаются исключительно туроператоры, турагенты только реализуют готовый продукт.

Любой туристический продукт проходит генерализацию, процесс подбора и объединения частей и работ целевой или тематической направленности определенного тура при добавлении их в пакет туристского сервиса в соответствии с возможностями их поставщиков или исполнителей.

Цель путешествия – основной принцип, который надо соблюдать при составлении турпродукта.

В ходе разработки тура туроператор сотрудничает: с потребителем (рынок потребления), конкурентами (рынок предложения), партнерами и поставщиками.

Потребитель – главный объект, в ходе планирования и разработки тура. Туристская компания анализирует потребителей с целью создания идеи, замысла и непосредственно составления тура. Анализ потребителей включает в себя определение их вкусовых предпочтений, возможностей в

проведении туристского отдыха, покупательной способности, размеров рынка и состояния спроса на нем.

Одним из важнейших предметов при исследовании и прогнозировании, это – конкуренты. При изучении конкурентного рынка, проводят маркетинговые исследования рынка предложения, анализ ближайших конкурентов и конкурирующих туров. По результатам этих анализов туроператор разрабатывает идею и реальное воплощение тура, с целью сделать его более привлекательным для потребителя, заложить в него конкурентные преимущества.

Поставщики и партнеры – основное направление взаимодействия туристского предприятия. Туроператор одновременно проводит изучение, подбор партнеров и поставщиков для реализации конкурентно-способного тура, составленного с учетом потребностей потребителя, и устраивает с ними взаимовыгодное сотрудничество. Партнерам могут быть иные туристские компании – отечественные и зарубежные, участвующие в формировании туристского продукта туроператора. Поставщики – организаторы базовых услуг туристского характера, входящих в тур. Таковыми являются: компании предоставляемые средства размещения, транспортные, страховые компании, предприятия питания, и т.п., эти услуги можно включить в состав тура в качестве основных, либо дополнительных [29].

Основой для разработки тура является его краткое описание, т.е. набор требований, обнаруженных в результате анализа рынка, согласованных с заказчиком и предусматривающих возможности исполнителя.

Технология разработки тура включает в себя 7 этапов, а именно:

Первый этап заключается в маркетинговом исследовании, то есть, происходит выявление целевой аудитории, потенциальных возможностей и само создание тура:

- ПЭСТ анализ (политические, экономические, социальные, технологические силы);

- ПНВУ (преимущества, недостатки, возможности, угрозы);
- сегментация рынка (мотивация, цели) – на этом же этапе дается название туру.

Второй этап заключается в формировании географии маршрута (перспективное планирование тура):

- выявление ресурсно-технического обеспечения тура (основные и дополнительные объекты экскурсий, размещение, транспорт, питание);
- тип маршрута (линейный, радиальный, кольцевой).

Третий этап – договорной, на данном этапе заключаются договора с партнерами. На этом этапе определяют партнёров или поставщиков услуг. В договоре указывают: предмет договора, основные условия, права и обязанности поставщика, ответственность сторон, порядок расчётов, юридические адреса сторон, форс-мажор.

Договор с предприятием, предоставляющим средства размещения должен содержать:

- стоимость номеров, их бронирование;
- скидки;
- условия размещения;
- график заездов;
- материальная ответственность.

Договор с предприятием питания включает:

- количество одновременно обслуживающих туристов;
- регулярность и величина питания;
- примерные цены;
- материальная ответственность.

На четвертом этапе составляется информационно-методическое обеспечение тура:

- а) составление карточки транспортного маршрута;

- b) описание маршрута (вербальное описание, условия приема и обслуживания);
- c) расписание движения по маршруту;
- d) документ «Условия приема и обслуживания туристов».

Условия о размещении: какие номера, комнаты или каюты, сколько человек может проживать, санитарно-бытовое обслуживание – наличие канализации, прачечных, душ или ванны в номерах.

Условия питания: ресторан, кафе, буфет – адрес и отдаленность от места проживания, план питания.

Программа туристско-экскурсионного, культурно-досугового обслуживания: дни обслуживания, список тем экскурсий и мероприятий, длительность экскурсий в астрономических часах, стоимость экскурсий):

- карта-схема маршрута;
- справочные материалы по маршруту;
- различная информация для составления памятки для туристов, выезжающих за границу, памятка для менеджера;
- описание технологических особенностей тура (прививка от СПИДа, малярии, азиатская гостиница, Диснейленд и т.д.);
- памятки о сроках подачи заявок (на авиабилеты, проживание, питание, скидки на группу);
- заявка бронирования тура (дата, № заказа, ответственное лицо, название тура, информация о туристах русский и латинский вариант, № заграничного и российского паспорта, транспорт, время, рейс, класс, возможные изменения, страна, город, дата прибытия и убытия, гостиница, название, класс, тип номеров, питание, экскурсии);
- информационный листок, в котором содержится следующая информация:
 - 1) маршрут – экскурсия, тип маршрута, транспорт, размещение, продолжительность, краткое описание;

- 2) пакет услуг;
- 3) дополнительная информация.

Пятый этап. Определяет калькуляцию, то есть производят расчет стоимости путевок и выпуск их к реализации. Основные составляющие стоимости путевки:

- транспортные услуги – внутри маршрутный транспорт, трансфер (доставка туристов от места сбора группы к терминалу основного перевозчика), экскурсии;
- проживание (стоимость умножается на ночи);
- питание;
- зарплата (гиды, экскурсоводы, руководитель группы);
- отчисления во внебюджетные фонды (26% страховые взносы и сбор на страхование от несчастных случаев);
- экскурсионное обслуживание;
- билеты на культурно-развлекательные программы;
- накладные расходы (10 – 20%);
- итого затрат;
- начисление прибыли (10 – 40%);
- начисление НДС на сумму затрат и прибыли;
- стоимость путевки вместе с НДС.

Шестым этапом является продвижение тура на рынок. Инструментами для его продвижения выступают:

- в первую очередь, реклама. Она включает в себя различные брошюры и каталоги, наружную рекламу и рекламу в СМИ;
- стимулирование продаж. Сюда входят: различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки;
- связи с общественностью, то есть, оформление пресс-релизов и публикаций отдаются в информационные службы, комитеты;

- пресс-конференции и пресс-демонстрации;
- иллюстративные рассказы с описанием – имиджевая статья;
- презентации;
- ознакомительные туры;
- выставки, ярмарки, научно-практические конференции;
- различные видеофильмы.

Заключительным, седьмым, этапом выступает реализация путевок (формирование агентской цепи) [30].

Резюмируя вышесказанное, можно сказать, что для создания этнических туров характерны те же этапы технологии разработки тура, что и для любого другого вида туризма. Определившись с целью ностальгического тура (посещение мест народностей, посещение мест проживания предков или посещение мест по ностальгическим мотивам – учеба, работа и т.д.) определяются дальнейшие этапы формирования тура.

2. Возможности развития ностальгического туризма в Республике Крым

Россию общепринято воспринимать как страну с большим культурно-историческим наследием и этнокультурным потенциалом, который в свою очередь имеет уникальные ресурсы для развития этнического туризма. На территории России проживает приблизительно 180 народов - представителей различных культурно-языковых и этносообществ. Скромный вклад этнического туризма в национальную индустрию путешествий свидетельствует следующий факт: отсутствие на туристическом рынке профессиональных кадров, базирующихся исключительно и преимущественно на этнографических и ностальгических турах. К тому же, за последние пару лет, многие эксперты отмечают значительный упадок интереса к внутреннему этнографическому туризму, в большей степени, к «стихийным», никак не связанным с деятельностью квалифицированных организаторов [25].

2.1. Перспективы развития ностальгического туризма в Республике Крым

Издавна на Крымский полуостров приходили и селились различные племена и народы. Одни появлялись, другие исчезали, а некоторые и по сей день проживают здесь. В наше время, на территории Крыма проживает несколько десятков этносов и этнических групп, со своими традициями, обычаями, самобытным народным творчеством, а так же национальной кухней. Все эти народы – самобытное лицо Крыма, его благоприятный и многоликий образ у гостей полуострова. Именно поэтому вполне объясним интерес к национальной культуре крымчан, к представителям разных национальностей, особенно в местах их компактного проживания. При желании вы можете познакомиться с культурой и бытом того или иного народа, принять участие в национальных обрядах и праздниках, отведать

бесподобные национальные блюда и напитки у крымских татар в культурно-этнографическом центре «Коккоз» в селе Соколином Бахчисарайского района, у крымских греков в центре «Карачоль» в селе Чернополье Белогорского района, у крымских болгар в поселке городского типа Коктебель, у крымских чехов в селе Богемка Джанкойского района, у русских в селе Зуя Белогорского района и у украинцев в селе Новониколаевка Ленинского района.

Довольно интересны в этом плане и Крымский этнографический музей в Симферополе, и музей истории и культуры крымских татар в Бахчисарае, этнографический музей «Быт Керчи», а так же этнографические экспозиции краеведческих музеев Крыма.

С каждым годом всё большую популярность в мире набирает сельский, или зеленый туризм. И Крым в этом плане не исключение. Большинство населения развитых стран живут в городах и, вполне естественно, что на отдыхе люди стремятся сменить обстановку. Они хотят избавиться от суеты, побыть как можно ближе к природе и познакомиться с экзотическим для них сельским бытом, поработать физически и отведать здоровой и экологически чистой еды. Одним словом, вкусить всего того, чего они лишены в городе. И это движение набирает силу в Крыму, хотя оно пока и не столь популярно, как в странах Западной Европы.

В этом плане у крымской сельской глубинки большие возможности и перспективы. Причем, не только у приморских сел, но и у сел, расположенных внутри полуострова – в степной и горной его частях. Особенно, если проживание в сельской местности дополнить всевозможными экскурсиями, пешеходными, велосипедными и конными прогулками, охотой и рыбалкой, морскими прогулками на яхтах и другими активными занятиями.

Непременное условие успешного развития этнокультурного туризма - это возможность своевременного получения, корректировки

профессиональными организаторами исчерпывающих и точных сведений об этнокультурных ресурсах.

Интеграция крымского полуострова с Россией даст мощный импульс развитию туризма в регионе, одной из основных экономических отраслей. В условиях медленного роста мировой экономики большую актуальность приобретает туризм, который оказывает комплексный эффект на социально-экономическое развитие соответствующего региона.

На текущий момент основной задачей является воссоединение социально экономических планов Крыма в выстраиваемую в настоящее время туристическую систему Российской Федерации. Властям Крыма необходимо постоянно координировать свою работу с ведомствами России и придерживаться Федеральной программе «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года» [24].

Необходимо разработать новые туристические маршруты, которые бы объединили существующие маршруты России и Крыма. Например, Севастополь замечательно вписывается в подготовленный Министерством культуры РФ маршрут «Города – кузницы Победы». Необходимо проанализировать все разработанные и принятые в России документы и концепции развития туризма, чтобы интегрировать Крым в общероссийские программы.

Предпосылками для развития этнокультурного туризма в Республике Крым являются:

- 1) демографические факторы, а именно полиэтничность населения. Из всех народов, населяющих территорию полуострова, около 15 этнических общностей на данном этапе имеют все предпосылки быть вовлеченными в этнокультурный туризм;
- 2) особое сочетание различных этнокультурных комплексов, ирано-язычных, тюркских народов, а так же христианского населения Крыма. Изучение истории сосуществования и взаимовлияния разных культурных традиций, влияния цивилизаций Востока и Запада на

формирование этнокультурного комплекса Крыма, исследование интеграционных процессов, проблем межэтнических и межконфессиональных отношений в Крыму в широком хронологическом и аспектном диапазоне;

- 3) необходимость внедрения идей для урегулирования межэтнических конфликтов, с учетом значительно осложнившихся межэтнических отношений в некоторых регионах за последнее время;
- 4) разрушительное влияние развития городов на традиционный культурный комплекс большей части этнических групп республики;
- 5) необходимость повышения туристской активности на отечественном рынке, в частности регионов с невысоким рейтингом туристских предпочтений.

На основе анализа современного состояния этнического туризма и уровня развития этно-ориентированного туризма в Республике Крым, условно группируют регионы следующим образом:

- 1) регионы, в которых активно развивается этнотуризм (имеют хорошо развитую туристскую инфраструктуру и необходимые этнокультурные ресурсы): Севастополь, Симферополь, Бахчисарай, Ялта и Евпатория;
- 2) регионы, перспективные и привлекательные для развития этнотуризма (недостаточно развита туристскую инфраструктуру): Феодосия, Керчь, Судак и Алушта.

Развитие этнокультурного направления туризма в Республике Крым происходит с разными темпами. В основном текущее состояние туризма определяется этнокультурным потенциалом региона, материально-техническим состоянием и насыщенностью объектов туристской инфраструктуры, а также активностью и позицией органов власти и населения. В связи с тем, что этнографический туризм - явление относительно новое, на пути его развития возникает немало преград.

Специфические проблемы развития этнографического туризма:

- 1) туристской инфраструктурой охвачена очень малая часть историко-культурного комплекса;
- 2) по экспертным данным огромный природный и историко-культурный потенциал страны используется не более чем на 20%;
- 3) в некоторых городах нет национальных парков.

Итогом становится крупная проблема – разрушение и гибель памятников истории и культуры. По оценкам экспертов, большая часть объектов культурного наследия находятся в предаварийном или аварийном состоянии и требуют проведения немедленной консервации, реконструкции или реставрации. Отсутствие инфраструктуры, подготовленных кадров, сети транспортных услуг и многое другое являются преградой в развитии этнотуризма. И именно поэтому туристические фирмы этнотуризм реализуют в проектах, где часть средств на реализацию выделяет государство. В среднем эта часть составляет до 70 %.

Тем не менее, этнический туризм бурно развивается. Растет поток туристов, заинтересованных в посещении уникальных мест, в получении нового опыта, такой в тоже время может оказать и негативное воздействие. Плохо спланированный и не организованный этнотур может оказать негативное воздействие на природные и культурные ресурсы, которые так привлекают туристов. Во многих случаях достаточно сложно определить выгоды и издержки от этнотуризма, так как они всегда различны.

Можно выделить следующие потенциальные выгоды:

- 1) повышение финансирования особо охраняемых природных территорий и местных общин;
- 2) предоставление временных рабочих мест местному населению (гиды, сотрудники парков, владельцы домиков и т.п.);
- 3) реализация образовательных программ об окружающей среде для туристов (повышение осведомленности может изменить отношение

- людей, и увеличить число сторонников идеи сохранения окружающей среды);
- 4) создание рабочих мест и получение прибыли, без оказания негативного влияния на природу или культуру;
 - 5) этнотуризм – один из лучших способов объединить охрану окружающей среды и социально-экономическое развитие. Это относится как к турам на местном, так и на международном уровне;
 - 6) этнотуризм, как никакая индустрия, обеспечивает экономическую ценность нетронутой природе;
 - 7) в сравнении с традиционным туризмом, этнотуризм приносит гораздо больше выгоды и оказывает гораздо меньше негативного влияния;
 - 8) этнотуризм будет работать в Республике Крым с тем же успехом, что и в Непале или в Мексике;
 - 9) опыт этнотуризма может использоваться в продвижении, как отдельных регионов, так и страны в целом;
 - 10) этнотуризм более совместим с традиционным образом жизни общин коренных малочисленных народов, чем другие виды туризма;
 - 11) этнотуризм – хороший способ продвижения и развития культурного туризма в Республике Крым;
 - 12) этнотуризм, как правило, не требует больших инвестиций, которые необходимы традиционному туризму.

В основном, это происходит потому, что туристы обращают внимания больше на впечатления, чем на наличие роскоши.

Потенциальные издержки:

- 1) деградация окружающей среды (это связано с поведением посетителей и организаций);

- 2) экономическая нестабильность (доход от туризма не постоянен, он может зависеть, в том числе, от стихийных бедствий и других факторов);
- 3) социально-культурные изменения (они могут быть как положительными, так и отрицательными, в основном, они негативны, когда представители местного сообщества не привлекаются к планированию стадий развития этнотура).

Развитие этнического туризма в Республике Крым позиционируется как новое и ведущее направление деятельности. Данный вид туризма в перспективе будет востребованным, так как является уникальным и неповторимым. Коренные малочисленные народы являются носителями уникальной культуры и системы хозяйствования, следовательно, развитие этнического туризма перспективно в комплексе с развитием экологического туризма на территориях их традиционного проживания. Этнический туризм рассматривается как одно из возможных стратегических направлений развития и сохранения экономики традиционного хозяйства. По сути, развитие этнического туризма может способствовать сохранению культурного наследия, а также являться фактором устойчивого развития территорий проживания.

На данный момент одной из важных задач является развитие в Республике Крым туристской инфраструктуры. Интересен тот факт, что в ходе «прямой линии» с населением 17 апреля прошлого года президент Российской Федерации – В.В.Путин подчеркнул, что по российским санитарно-эпидемиологическим нормам, дома отдыха и санатории Республики Крым непригодны для использования и проживания. А по словам министра курортов и туризма Крыма для возрождения туристической инфраструктуры полуострова необходимо вложить порядка 500 млн. долларов. В эту сумму входит восстановление 124 объектов культурно-исторического наследия, которые были национализированы. Большая часть из них (около 60 %) принадлежали министерствам культуры и обороны

Украины и находятся в полуразрушенном состоянии. В среднем на восстановление каждого такого объекта потребуется 5–6 млн. долларов. По словам Елены Юрченко, базовым направлением в Крыму остается санаторно-курортный отдых и ностальгический туризм. На данный момент на полуострове функционируют 825 баз для размещения туристов, но только около 20 отелей могут сравниться с турецкими или египетскими, с действующей системой обслуживания «всё включено».

Присоединение Крымского полуострова поставило перед туристической отраслью России новые и далеко не простые задачи. Зимние Олимпийские Игры-2014 дали хороший толчок развитию туризма в Сочи и Краснодарском крае в целом, ожидалось, что Сочи откроет миру туристический потенциал России, что удастся привлечь зарубежные туристические потоки и заинтересовать ту часть, которая ранее выезжала на отдых за границу. Однако с образованием двух новых субъектов Федерации, Россия получила ещё один потенциальный центр внутреннего туризма, который требует большого финансирования. Но, учитывая культурное, геополитическое, историческое значение полуострова для России, а также обстоятельства, в которых он был присоединён к Российской Федерации, есть надежды, что полуостров привлечёт к себе внимание российских туристов и инвесторов. Крым, это несомненно, чрезвычайно - перспективное направление развития внутреннего туризма. Крым должен стать важной совокупностью туристско-рекреационных особых экономических зон.

Рост патриотических настроений в российском обществе, обусловленных успешным проведением Олимпийских игр и присоединением Крыма, – реальная возможность обратить внимание россиян на внутренний туризм и отдых «дома». Это необходимо для загрузки туристических ёмкостей, появившихся благодаря Олимпийским и Параолимпийским играм в Сочи, и возмещения потерянных Крымом 62% туристического потока, приходившихся на туристов из Украины.

Многие российские туристы, которые захотят посетить Крым, уже побывали в Турции, Египте, Хорватии, Болгарии и других, популярных у россиян странах массового туризма. Вероятно, что на волне патриотических и ностальгических настроений, в первую очередь в Крым захотят поехать люди старшего и среднего возраста, нуждающиеся в спокойном отдыхе, а также в санаторном лечении для профилактики и лечения различных заболеваний, посещения «локусов» памяти. Однако, учитывая тот факт, что инфраструктура Крыма пока не может обеспечить высокий уровень сервиса для людей, имеющих опыт отдыха за границей, «первая волна» туристов может так и остаться «первой волной», за которой последует спад интереса к отдыху в Крыму. Нарастить туристический потенциал можно только за счет комплексного системного подхода, в котором учтены все вопросы. Это и высокое качество сервиса, и удобная логистика. Широкий выбор гостиниц разной ценовой категории, строгие экологические и природоохранные стандарты, доступность объектов культурно-исторического наследия для людей.

Другое возможное направление развития туризма в Крыму является организация программ отдыха для аудитории менее привязанной к комфорту: для молодёжного, археологических экспедиций, детского походного туризма студенческого отдыха и т.п.

Осуществляемое российскими властями кластерное планирование в области развития туризма – серьёзная заявка на большое туристическое будущее Российской Федерации и, соответственно, большие финансовые результаты. Но прослеживается разногласие устремлений бизнеса и государства. К примеру, многое для «рывка вперёд» в сфере развития туризма делает Министерство культуры, однако в деятельности туристических фирм прогресса не наблюдается. У туристических фирм нет возможности для развития крупных программ, тематически законченных экскурсионных проектов, касающихся исторических глубин развития страны.

В частности, уничтожена школа подготовки экскурсоводов. Развитие внутреннего туризма сильно отстаёт от туризма выездного.

Российскому правительству, в Крыму предстоит решать и другие проблемы. До присоединения Крыма отдых на полуострове был дешевле, чем на курортах Краснодарского края на 15–20%. Однако после присоединения ожидается подъем цен в Крыму. Увеличение стоимости обусловлено многими факторами: предполагаемыми значительными инфраструктурными инвестициями, недостатком продовольствия и воды, переходом на российский рубль, и, в значительной степени, завышенными ожиданиями рынка. Значимой проблемой для развития туризма на полуострове является транспорт. До присоединения к России 67% отдыхающих прибывали по железной дороге.

Невзирая на упомянутые выше трудности формирования туристического комплекса, у Республики Крым в долгосрочной перспективе есть все предпосылки для успешного развития туризма в Российской Федерации [43].

На основе вышесказанного следует сделать следующие выводы, что развитие ностальгического туризма в Республике Крым подтолкнёт развитие внутреннего туризма в России, тем самым, наша страна перестанет занимать низшие места в рейтингах приоритетности развития туристической отрасли. Также стоит отметить, что внутренний туризм является перспективным источником социально-экономического развития страны.

2.2. Анализ ресурсов Республики Крым для развития ностальгического туризма

Крым – удивительное место, словно специально созданное для отдыха. Издревле полуостров притягивал своим географическим положением, мягким климатом, необыкновенно красивой природой, древней историей. Возраст таких городов как Евпатория, Феодосия или Керчь насчитывает уже

белее двадцати пяти веков, знаменит на весь мир город славы - Севастополь. Здесь теснейшим образом переплелись все периоды истории. Славу Крыма-курорта ковали знаменитые политики и полководцы, художники и поэты – Александр III и Николай II, Александр Пушкин и Александр Грибоедов, Николай Гоголь, Антон Чехов, Иван Айвазовский, Максимилиан Волошин и многие-многие другие.

Проанализируем наличие культурно-исторических ресурсов в Республике Крым, которые играют главную роль в развитии ностальгического туризма.

Список самых популярных объектов Крыма по городам и районам:

- Севастополь и регионы
- Бахчисарайский район
- Симферополь и Симферопольский район
- Евпатория и Сакский район
- Черноморский, Раздольненский, Красноперекоский районы
- Большая Ялта
- Большая Алушта
- Судакский район
- Белогорский район и Старый Крым
- Феодосия и Коктебель
- Керченский полуостров

Крымский полуостров знаменит богатым историческим прошлым. Древняя земля Таврики стала домом разным народам: воинственным киммерийцам и скифам, опытным градостроителям грекам, инициативным генуэзцам и кочевникам татарам. Их культуры и верования переплелись, взаимно обогатив друг друга. Сохранились многочисленные исторические и культурные памятники, а также места, ставшие святынями для представителей разных религий: мусульман, иудеев и христиан [43].

Самобытными памятниками средневековой культуры являются многочисленные пещерные города Юго-Западного Крыма – Мангуп, Чуфут-Кале, Эски-Кермен, Тепе-Кермен и другие. В этих местах есть жилища и монастыри, которые поражают своею неповторимой росписью. Стиль и роспись средневековых замков нашли воплощение в многочисленных дворцово-парковых ансамблях. Это дворцы Воронцова в Симферополе и Алушке, Голицыной в Гаспре, Ласточкино гнездо, дворец Гагарина в Утесе, дворцово-парковые ансамбли в Ливадии и Массандре.

Крым – один из удивительнейших и прекраснейших уголков нашей земли. «Орденом на карте мира» назвал его чилийский поэт Пабло Неруда. «Естественным музеем, хранящим тайны тысячелетий» – А.С. Грибоедов.

Популярными объектами туризма являются памятники различных этносов, в разное время населявших крымскую землю. Например, в Севастополе сохранились остатки древнегреческого города Херсонеса. Руины жилых зданий, храмов, мощных оборонительных стен свидетельствуют о драматической истории города, который на протяжении многих веков вел изнурительную борьбу с враждебными соседними народами.

Античным памятникам впоследствии подражали архитекторы XIX и XX веков. Особенно много стилизованных памятников в то время было создано в Севастополе – это и Графская пристань, и Петропавловский собор, и памятник Затопленным кораблям, и многие другие. Античные архитектурные произведения также служили образцами при создании Владимирского собора в Херсонесе, Воскресенской церкви в Форосе.

Бахчисарайский ханский дворец – историко-архитектурный памятник, создававшийся в XVI–XVIII веках. Комплекс сооружений включает несколько дворцовых корпусов, гарем, сады, соколиную башню, дюбре Диляры-Бикеч, фонтан слез, мечети и кладбище династии Гиреев. К строительству дворца привлекались мастера из Ирана, Турции, Руси, Италии.

Средневековая восточная экзотика и памятники старины Бахчисарая вдохновляли творчество многих поэтов и художников. Пушкин и Мицкевич, Бунин и Ахматова посвящали свои произведения Бахчисараю, ханскому дворцу и живописным окрестностям города [40].

Нельзя не сказать об истории караимов, потомков хазар, которые в силу миграционных процессов переселились в Литву, Польшу и западные регионы Украины, оставив в Крыму памятники своей культуры. Культовые здания караимов для проведения иудаистских обрядов – кенасы, построенные в Чуфут-Кале и Евпатории, во многом наследовали традиции Ближней Азии.

Старейшим в Крыму музеем является Феодосийский краеведческий музей, основанный еще в 1811 году. Его экспозиция рассказывает о более чем двухтысячелетней истории города. Феодосийская картинная галерея – первый в Крыму художественный музей. Галерея была основана в 1880 году И.К. Айвазовским, построившим для нее специальное здание, и завещана им родному городу. В галерее хранится более двух тысяч полотен, акварелей, рисунков.

Нельзя забывать и о том, что Крым – это колыбель христианства. Здесь, в Херсонесе, князь Владимир принял христианскую веру. В этом смысле Крым сравним разве что с Иерусалимом.

Крымские лиманы – еще один уникальный туристский ресурс. Еще в V веке до нашей эры «отец истории» Геродот упоминал о целебных свойствах озер с грязью при использовании «египетского» метода лечения. Ею покрывают больного, а после высыхания грязи на солнце омывают соленой водой.

Крым - это уникальное место, где в советское время многие режиссеры любили снимать свои фильмы, своего рода «колыбель российского кинематографа». Это «Всадник без головы», «Алые паруса», «Спортлото 82», «Три плюс два», «Пираты 20 века», «Кавказская пленница», «Сердца

трех», «Асса», «Иван Васильевич меняет профессию», «Собака на сене», «10 негрят», «Человек-амфибия» и другие.

Крым как площадку для кинематографа, первым открыл А.А. Ханжонков. В 1911 году он снял масштабную картину «Оборона Севастополя» - первый полнометражный русский фильм. Премьерный показ состоялся в Ливадийском дворце того же года. На сегодняшний день, по последним подсчетам, на территории Крыма было снято более 400 кинофильмов. Неоспоримое преимущество Крыма для кинематографа – разнообразие ландшафтов. На полуострове есть места – аналоги любых точек Земли. Здесь снимают пляжи Средиземного моря, российские и канадские степи, Североамериканские прерии, африканские скалы, Новозеландских птиц в естественной среде обитания, Уссурийскую тайгу и даже лунные пейзажи с ландшафтами далёких планет.

В Крыму проводятся рок-фестивали, фестивали бардовской песни, фестиваль электронной музыки «Казантип», джазовые фестивали, кинофестивали и фестивали юмора, фестивали и соревнования воздухоплателей.

Таким образом, можно отметить наличие в Крыму необходимых ресурсов для развития ностальгического туризма, в части посещения мест молодости (детства, юности), мест прежнего проживания или обучения или любой, памятной местности, имевшей для человека большое значение.

2.3. Выявления целевой аудитории и востребованности туров ностальгического туризма

Для успешного развития туризма необходимо не только качество предоставляемых услуг, но и знать, кто нуждается в них – целевая аудитория тура. Целевая аудитория – это группа людей с определенными

характеристиками, которые потенциально могут стать потребителями или уже ими являются.

Правильное определение целевой аудитории гарантирует успешность и прибыльность. Если точно представить, кто является потребителем, знать его характер, привычки и потребности, то проблем с подбором ассортимента, стратегией развития не будет. Неверное же определение целевой аудитории влечет за собой либо провал на рынке, либо, что чаще всего, значительное увеличение бюджетов на продвижение. То есть будут впустую тратить рекламные средства на аудиторию, которая этим не заинтересована.

Виды туров разнообразны, и у каждого направления есть своя целевая аудитория. Все зависит от того, что человек хочет от отдыха.

Из исследований западных специалистов, основополагающими факторами, определяющими востребованность тура, являются: доступность региона; его природа и климат; отношение местного населения к приезжим; инфраструктура региона; уровень цен; культурные и социальные характеристики. Последний фактор, в свою очередь, привлекает туристов по следующим причинам: работа, национальная одежда, архитектура, ремесла, история, язык, религия, образование, традиции, отдых, живопись, музыка, гастрономия [31].

Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в мероприятиях посвященных памяти, постепенно завоевывают все большую популярность. Ностальгический туризм – это специально подобранная программа рекреационного отдыха, включающая посещение исторической родины или мест рождения родственников, это индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность ностальгического туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма. Ностальгический туризм помогает человеку совершить символическое путешествие в дни своей молодости (детства, юности), в места прежнего проживания или обучения или в любую, памятную местность, имевшую для него большое значение.

Как было отмечено ранее, ностальгический туризм во всех своих ипостасях связан с избирательным сохранением фрагментов социальной памяти и реконструированием прошлого.

Ностальгический туризм можно классифицировать как путешествие по метафизической родине, которая «располагается не в сфере территории, а в сфере культуры, что делает возможным неустанное генерирование новых и новых форм, вмещающих в ее пространство и весь этнос, и группу, и конкретного человека».

Целевой аудиторией ностальгического туризма могут являться туристы разного возраста и дохода, по тем или иным причинам, в свое время, покинувшие места своего проживания. Или же в целевую аудиторию могут входить потомки указанных туристов, с целью посещения родины своих предков. Можно отметить, что в последнее время много молодых людей, которые интересуются прошлым своих родственников, желают пройти по стопам своих бабушек и дедушек, чтобы узнать свои корни и прикоснуться к истокам прошлого.

В ностальгическом туризме выделяются несколько тематических видов:

- Путешествия на места своего рождения, проживания, обучения;
- Путешествия на места рождения своих родителей;
- Посещение мест исторического проживания своего рода;
- Посещение родственников;
- Изучение определенной этнической группы населения (их жизнь, особенности культуры, быт и т. д.).

Как отмечают специалисты, участники ностальгических туров, как правило, не предъявляют повышенные требования к средствам размещения, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков, основная их цель погрузиться в атмосферу прошлого или быта определенной народности.

В настоящее время большое внимание в Республике Крым уделяется развитию событийного и ностальгического (этнического) туризма.

Историко-культурное наследие региона выражается в его материальных и духовных ценностях, созданные в прошлом и имеющие значение для сохранения и развития самобытности народа, его вклада в мировую цивилизацию, а многие туристские центры непосредственно связаны с историей. Интерес к истории региона может стать наиболее сильным мотивационным средством для посещения его и, следовательно, сформировать отдельный сегмент рынка.

Основным туристским продуктом в практической деятельности является комплексное обслуживание – стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете». Для того чтобы определить, кто может быть заинтересован в том или ином пакете проводится маркетинговое исследование целевой аудитории.

Исследования данного рода включают в себя следующее:

- сегментация рынка;
- изучение уровня удовлетворенности потребителей;
- оценка работы телефонных центров;
- знание марок и изучение потребительского мнения;
- оценка корпоративного имиджа;
- разработка новых продуктов.

Часто целью маркетингового исследования в туризме является систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед турфирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах и о последующем использовании исследования.

В основном ни одному туристскому предприятию не под силу самостоятельно организовать тур, предоставить клиентам все необходимые транспортные средства, обеспечить жилье, организовать питание и т.д. Для

всего этого привлекаются соответствующие организации и предприятия, которые обеспечивают недостающие звенья в комплексном обслуживании:

- средства размещения;
- транспортные фирмы;
- экскурсионные бюро и иные фирмы, предоставляющие услуги по сопровождению и информационному обеспечению туристов;
- посреднические туристские предприятия;
- торговые предприятия;
- предприятия общественного питания и т.д.

2016-й год, является годом кино в России. А, как известно, на полуострове снято большое количество знаменитых фильмов. Указ об этом 7 октября 2015 года подписал президент Российской Федерации Владимир Путин. Целью посвящения целого года «важнейшему из искусств» является привлечение внимания к отечественному кинематографу, его проблемам и достижениям. Именно это событие натолкнула автора работы разработать концепцию ностальгического тура, связанного с советским кинематографом, то есть с кино, снимавшимся в период существования советского союза, вобравшего в себя всю культуру и быт тех времен.

С целью выявления востребованности предполагаемого ностальгического тура было проведено маркетинговое исследование.

Цель маркетингового исследования – выявить востребованность в туре по местам съемок кино советской эпохи. Для проведения маркетингового исследования было выбрано два возможных места потенциальной целевой аудитории.

Первое место - это опрос среди клиентов, которые делали запрос на поездку по России в этом году у туроператора внутреннего туризма «Томсктурист» [42].

Туристско-экскурсионное предприятие «Томсктурист» работает уже более 50 лет. Возникшее как Общественный совет при Томском областном

совете профсоюзов оно стало самым крупным туристическим предприятием Томской области. Сегодня коллектив фирмы – это профессиональная команда, каждый сотрудник которой прошел специальную подготовку и ознакомился с предлагаемыми курортами и отелями. Внимательный персонал фирмы всегда готов помочь Вам выбрать достойный вариант отдыха. Для этого в офисе есть все необходимое: книги, проспекты, фотографии, видеофильмы, современная компьютерная техника. На сайте компании можно подобрать тур в зависимости от потребностей, например, отдых в России и СНГ, отдых и лечение в Сибири, детский отдых и т.д.

В целях выявления востребованности тура и определения целевой аудитории, клиентам компании задавались вопросы:

1. Интересен ли Вам отдых в Крыму?
2. Хотели бы Вы побывать на местах съемок вашего любимого фильма?
3. Отправились бы Вы в тур по местам съемок советского кино?

Варианты ответов:

- «да»;
- «нет»;
- «не знаю».

Всего было опрошено 142 человека. Голоса разделились следующим образом (рисунок 3; 4):

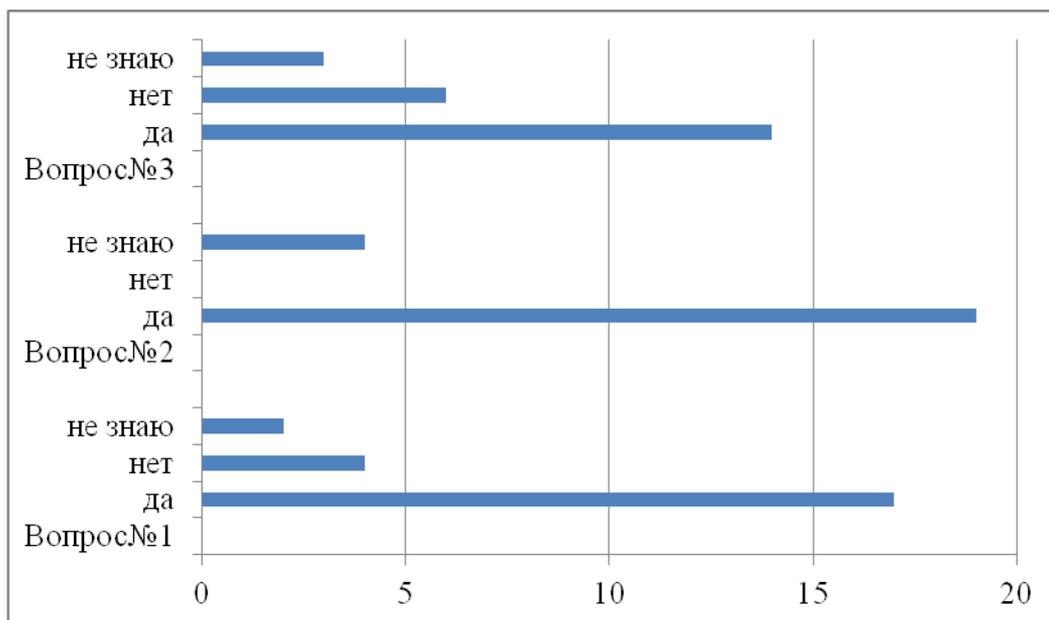


Рисунок 3 – Результаты тестирования востребованности тура

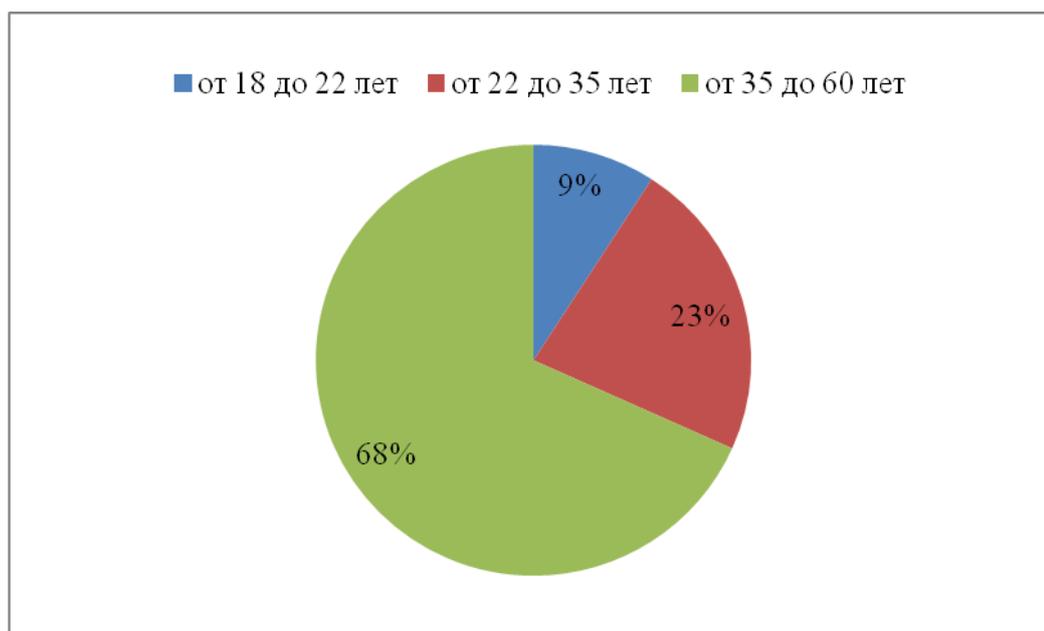


Рисунок 4 – Результаты тестирования по выявлению целевой аудитории

Анализируя полученные результаты можно с уверенностью сказать, что данный вид тура востребован и актуален. Основная целевая аудитория, это люди среднего возраста, старше 35 лет. Люди, выросшие в советском союзе, для которых фильмы, снятые в то время олицетворяются с их молодостью и хорошими воспоминаниями о былом времени с удовольствием (как отмечали в опросе) хотели бы приобрести такой тур.

Анна (52 года) «Мы с мужем и ранее ездили и любили ездить в Крым, теперь, когда он стал частью России у нас это желание только усилилось... Тем более если будет такая возможность, вспомнить былую молодость... погрузиться в культуру времени нашей молодости, понастальгировать.... мы с удовольствием воспользуемся такой возможностью...».

Петр (56 лет) «Конечно же, можно и самому выстроить программу тура, но если это будет спланированный маршрут и на нем можно будет просто расслабиться и не планировать, куда поехать завтра, а куда послезавтра находясь в Крыму,... не тратить время на то, чтобы «шерстить» интернет... то мы только за такое предложение...».

Вторым местом опроса потенциальных потребителей был выбран аэропорт «Богашево», перед вылетом рейса Томск – Москва – Симферополь 31 мая 2016г. Было опрошено 23 человека, им были заданы те же вопросы. Результаты опроса представлены на рисунке 5.

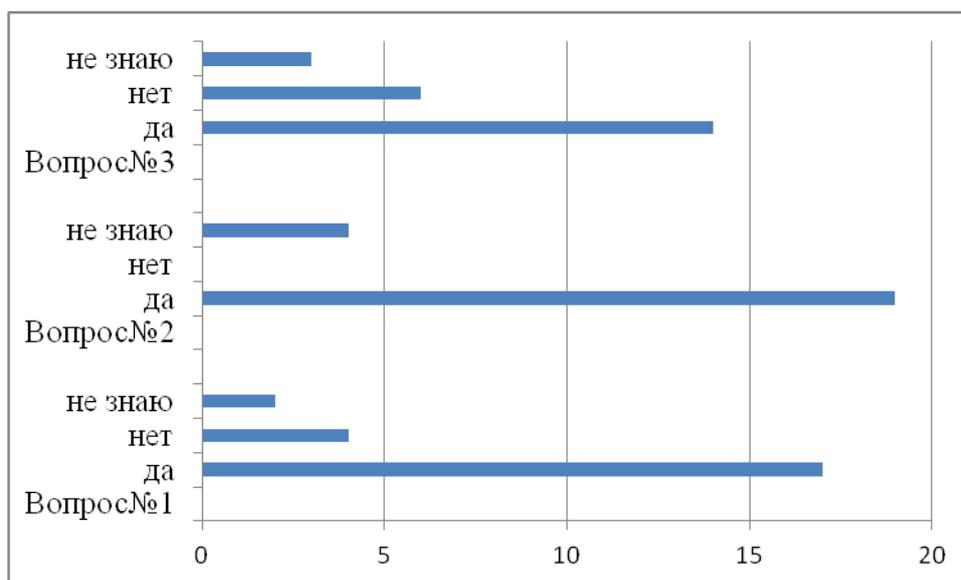


Рисунок 5 – Результаты тестирования в аэропорту «Богашево»

Таким образом, очевидно, что интересные ностальгические туры привлекают внимание к регионам, в которых снимались кинокартины, и побуждают туристов непременно пересмотреть хорошие фильмы, ставшие уже классикой жанра. Поэтому такое направление крымского туризма как

«Крым – кинематографический» необходимо развивать и популяризировать среди отдыхающих.

Резюмируя вышесказанное, можно сказать, что Республика Крым богата культурно-историческим наследием, которое дает возможность развивать направление туризма, связанного с советским кинематографом и ностальгическими турами. Соответственно можно приступать к разработке тура «Золотое кольцо советского кинематографа».

2.4. Разработка концепции тура ностальгического туризма в Республике Крым

Как уже было сказано параграфе 1.4, туристский продукт – это совокупность транспортных, гостиничных, экскурсионных, медицинских, а также различных бытовых и коммунальных, посреднических услуг. В туризме формирование и потребление продукта осуществляется отдельно, т.е., турист, приобретая у турагентства или туроператора турпродукт, вносит плату за право на его получение, только во время своей поездки.

Создание нового туристского продукта проходит такие этапы как:

- создание идей касаясь туристского продукта, его качественных и количественных свойств на базе постоянного мониторинга постоянного и действительного спроса;
- создание концепции нового туристского продукта – заключается в придании конкретных потребительских качеств, которые будут соответствовать спросу целевой аудитории, материально-технической базе и финансовым возможностям туристского предприятия, который включает в себя: определение маршрута, выбор программы, обозначение вида туризма, желаемого набора и классовости услуг;
- экспериментальный маркетинг, обозначающий продвижения на рынке первых партий новых туристских продуктов, с дальнейшей целью

определить отношение к нему потенциальных покупателей, а также выявить и при необходимости устранить возможные недостатки.

Как правило, в практической деятельности туристских предприятий основным туристским продуктом является тур, то есть поездка (путешествие) на основе комплексного обслуживания [37].

Как было представлено в предыдущем параграфе (2.3), целевой аудиторией ностальгического тура в основном люди среднего возраста соответствующих национальностей, которые когда то покинули регионы своего проживания, а также компании, состоящие из нескольких пар. И, конечно же, молодежь, которой интересна история эпохи советского кинематографа. По результатам анализа целевой аудитории был разработан ностальгический тур для людей от 35 до 60 лет.

Был составлен тур под названием «Золотое кольцо советского кинематографа», продолжительностью 14 дней/13 ночей. В состав тура входит посещение таких городов как, Симферополь, Феодосия, Коктебель, Судак, Новый Свет, Алушта, Ялта, Ласпи и Севастополь.

При разработке турпродукта «Золотое кольцо советского кинематографа» были выполнены функции организатора, а также создателя комплексного турпродукта.

Этапы работы включают в себя:

- генерирование замысла идеи тура;
- поиск и отбор партнеров и поставщиков, формирование основного и дополнительного комплекса услуг, экспериментальная проверка тура.

На первоначальном этапе генерировался замысел идеи тура, далее определялась его целевая аудитория, затем выбирался сезон и примерное наполнение основного комплекса услуг. Было выбрано летнее время, исходя из того, что Республика Крым обладает прекрасными рекреационными ресурсами именно в летний сезон.

Для воплощения наиболее интересных идей было необходимо найти и выбрать более подходящих партнеров и поставщиков. При этом они должны

были соответствовать интересам и требованиям туроператора в отношении обслуживания туристов.

Далее следовало формирование основных и дополнительных комплексов услуг, которые должны включаться в тур. Данный этап предусматривает действия по набору необходимых комплектаций тура из услуг партнеров и поставщиков на базе их реального предложения. Экспериментальная контрольная сверка тура – является заключительным этапом его формирования, на котором практически готовый турпродукт подлежит опробованию.

Начало маршрута заблаговременно должно обязательно оговариваться и назначаться место сбора группы.

До сведения клиента доводят: информацию о ценах, условиях проживания, особенностях дестинации, предоставляют всю необходимую информацию о гостиницах, дают дельные советы и рекомендации, а также предоставляют буклеты и рекламные проспекты.

Основные этапы, которые следует учитывать при разработке маршрута:

- 1) мониторинг тур ресурсов по предполагаемой трассе маршрута;
- 2) маркетинг рынка на тур, услуги по данной трассе маршрута;
- 3) определение типа маршрута;
- 4) построение эскизной модели маршрута;
- 5) привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения;
- 6) разработка схемы безопасности на маршруте;
- 7) разработка паспорта маршрута;
- 8) пробный проход маршрута и внесение необходимых изменений;
- 9) утверждение паспорта маршрута.

Договор с предприятиями питания должен включать в себя:

- количество одновременно обслуживаемых туристов;
- регулярность и величину питания;
- приблизительную стоимость;

- материальную ответственность.

Перед составлением тура, проанализируем представленные на рынке предложения авиакомпаний и гостиниц.

Для анализа авиакомпаний, с сообщением Богашево - Симферополь, были рассмотрены такие компании как: «Аэрофлот», «S7» и «Уральские авиалинии» (Таблица 2) [44].

Таблица 2 – Сравнительная таблица транспортных фирм (авиакомпаний).

Авиакомпания	Время отправления/прибытия	Время в пути	Пересадка	Стоимость (туда–обратно)
«Уральские авиалинии»	06:30 – 13:10	9 часов 40 минут	1 пересадка 2 часа 45 минут (Домодедово)	17400 рублей
«S7»	07:00 – 22:55	18 часов 55 минут	1 пересадка 12 часов 05 минут (Домодедово)	19400 рублей
«Аэрофлот»	09:20 – 21:05	14 часов 45 минут	1 пересадка 8 часов 10 минут (Поездка в другой аэропорт - Внуково)	23000 рублей

Как видно из таблицы, самым оптимальным вариантом является предложение от авиакомпании «Уральские авиалинии».

Для размещения туристов проанализируем предложения гостиниц города Ялта. Для анализа средств размещения данной местности были выбраны гостиницы, представленные на туристском информационном портале Booking.com [45], такие как: отель «Спарта» [46], отель «Хэппи» [47] и отель «Славянски Альянс» [48] (Таблица 3).

Таблица 3 – Сравнительная таблица средств размещения.

Название	Трансфер	Питание	Доп.услуги	Стоимость	
«Спарта»	Имеется	Европейская, Крымско-татарская и Восточная кухни	Бесплатная парковка; прокат автомобилей; сейф; Wi-Fi; услуга «доброе утро» и т.д.	Стандарт	2000 руб./сутки
				Полулюкс	2500 руб./сутки
				Люкс	2900 руб./сутки
«Хэппи»	Имеется	Европейская и Азиатская кухни	Wi-Fi; игровые площадки; наличие бара и караоке.	Стандарт	4300 руб./сутки
				Полулюкс	4800 руб./сутки
				Люкс	6300 руб./сутки
«Славянский Альянс»	Не имеется	Европейская кухня	Wi-Fi; бюро экскурсий; игровые площадки; бесплатная парковка; сауна.	Стандарт	2200 руб./сутки
				Полулюкс	2800 руб./сутки
				Люкс	3500 руб./сутки

Исходя из таблицы, мы можем сделать вывод что, самым подходящим для нас вариантом является гостиница «Спарта», так как там номер класса «стандарт» является наиболее приемлемым (2000 рублей сутки) и имеет большой ассортимент дополнительных услуг (Wi-Fi, автопрокат, доступ к сейфу, возможность сдать громоздкие вещи в камеру хранения и т.д).

Итак, стоимость данного тура составляет 51000 рублей на человека с условием проезда.

В стоимость тура входит:

- перелет с аэропорта Богашева до аэропорта Симферополь (17400 рублей в обе стороны);
- трансфер: аэропорт–отель–аэропорт;
- проживание в гостинице «Спарта»; 2000 рублей сутки (26000 – 13 ночей);
- питание – полный пансион (завтрак+обед+ужин) 500 рублей сутки (7000 рублей – 14 дней);
- транспортно-экскурсионное обслуживание по программе;
- оплата экскурсовода - 600 рублей на человека, (6000 рублей на группу).

В стоимость тура не входит:

- Билеты на теплоход – 350 рублей;
- Входной билет в дом-музей Грина – 200 рублей;
- Входной билет в Ливадийский дворец – 350 рублей;
- Входной билет в музей Черноморского флота – 200 рублей;
- Страхование туристов;
- Личные расходы.

Данный вариант расчета не является окончательным, так как компании по перевозке и размещению туристов по своему усмотрению могут изменять рентабельность и стоимость тура для повышения своей прибыли.

Аннотация к туру:

Крым – один из самых живописных полуостровов, известный своей уникальной и удивительной природой, где в советское время было снято большое количество картин. Данный тур является гармоничным сочетанием окружающей природы, национально-культурного наследия Крыма, его естественной истории и философии. Следуя этому определению, приглашаю

вас совершить увлекательное путешествие во времени и в пространстве: насладиться поэзией уникальных Крымских ландшафтов, окунуться в эпоху советского кино, пройти по стопам любимых киногероев, а также насытиться здоровой пищей, водой, чистым горным воздухом, дикой природой и настоящим гостеприимством.

Описание тура:

1 день. Встреча группы в аэропорту города Симферополь. Во время трансфера гид-экскурсовод расскажет туристам об истории Крыма. Заселение в гостиницу «Рио». Размещение. Обед. Выезд на море. Время принятия солнечных и морских процедур. Ужин. Свободное время.

2 день. Завтрак в отеле. Отправка в Белогорск, осмотр достопримечательностей по фильмам: «Человек с бульвара Капуцинов» (1987 год), «Мираж» (1983 год), «Вождь краснокожих», «Всадник без головы» (1973 год).

Белая Скала (Ак-Кая) – настоящая Мекка для кинематографистов. Скала и ее окрестности очень похожа на американские пейзажи Дикого Запада, поэтому фильмография с её планами довольно обширна.

3 день. Завтрак. Выезд на море. Обед в отеле. Выезд на море. Ужин. Свободное время.

4 день. Завтрак в отеле. Отправка в Феодосию с осмотром мест съемок фильмов: «Дон Кихот» (1957 года), «Алые паруса» (1961 года), «Спортлото 82» (1982 года) и «Голова профессора Доуэля» (1984 года).

Морская прогулка вдоль вулкана Кара-Даг к Золотым Воротам (Мыс Плака – памятник природы на южном берегу Крыма) на теплоходе.

Посещение дом-музея Грина в Старом Крыму. В этом небольшом домике в городе Старый Крым провёл свой последний месяц жизни в 1932 году великий писатель Александр Грин. Музей в доме был основан супругой Грина в 1960 году. Это старейший музей и первый мемориальный музей писателя.

5 день. Завтрак. Выезд на море. Обед в отеле. Выезд на море. Ужин. Свободное время.

6 день. Завтрак в отеле. Знакомство с историей популярного курорта Коктебель.

Посещение «Тихой бухты». Знаменитая «Тихая бухта» находится в окрестностях Коктебеля, перед въездом в поселок со стороны Феодосии. Это – песчаный пляж с чистой морской водой, редчайший ландшафт.

Здесь красивые места, потому снято огромное количество фильмов: «Алые паруса», «Человек с бульвара Капуцинов», «Короли и капуста», «Дон Кихот», «9 рота», «Пираты XX века», «Ричард Львиное Сердце» и другие. Съемки фильмов здесь проводятся почти каждый сезон.

Тихая бухта является историческим и ландшафтным природным памятником. Многие растения, произрастающие здесь, занесены в Красную книгу.

В Тихой бухте – мелководье, вода в море человеку по пояс примерно на расстоянии до 80 м от берега.

7 день. Посетим Генуэзскую крепость в Судаке, недалеко от которой и сегодня можно увидеть деревянные кресты, которые использовались в сцене распятия Иешуи Га-Ноцри («Мастер и Маргарита»).

8 день. 9 день. Завтрак. Выезд на море. Обед в гостинице. Выезд на море. Ужин. Свободное время.

10 день. Далее знакомство с Новым Светом и посещение склонов горы Хоба-Кая, где проходили съемки фильма «Три плюс два», а также посетим Разбойничью и Голубую бухты и Царский пляж («Пираты 20 века»). Затем поездка к горе Демерджи («Кавказская пленница») и местам, где снимались фильмы «Три плюс два», «Сердца трех».

11 день. Завтрак. Выезд на море. Обед в отеле. Выезд на море. Ужин. Свободное время.

12 день. Обзорная экскурсия по Ялте и знакомство с местами съемок фильмов «Асса», «Возвращение резидента», «Воры в законе», «Иван Васильевич меняет профессию», «Остров сокровищ».

Поднимемся на ялтинском фуникулере на гору Дарсан, одев наушники и слушая песню Гребенщикова «Под небом голубым». Экскурсия в Ливадийский Дворец, в котором снималась «Собака на сене» и замок «Ласточкино гнездо», где велись съемки фильма «10 негритят», а также посетим лестницу на горе Дива в Семеизе и заедем в Алупку в Воронцовский дворец. Переезд в бухту Ласпи («Человек-амфибия»).

Ливадийский дворец без преувеличения можно назвать шедевром архитектуры. Белоснежная резиденция была воздвигнута в начале 20 века для царской семьи Романовых и прекрасно сохранилась до наших дней.

Замок Ласточкино гнездо – символ Крыма, одна из самых популярных достопримечательностей Южного берега полуострова. Находится знаменитый замок Ласточкино на отвесной Аврориной скале мыса Ай-Тодор, возвышающейся на 40 метров над морем. Своей архитектурой он напоминает средневековый рыцарский замок.

Удивительные по красоте места, не раз служившие съемочной площадкой для известных российских и зарубежных фильмов.

13 день. Экскурсия по Севастополю с осмотром объектов киносъемок.

Музей Черноморского флота, который за 130 лет своего существования превратился в подлинную сокровищницу боевых реликвий.

Музей-панорама, посвященный первой обороне Севастополя. Франц Рубо работал над полотном в течение 1901-1904 годов и закончил его к 50-летнему юбилею обороны. Как произведение искусства севастопольская Панорама представляет собой огромную по размерам картину (длина по окружности 115 м, высота 14 м), дополненную предметным планом (площадь около 1000 кв. м.) и размещенную в здании цилиндрической формы со смотровой площадкой в центре.

14 день. Завтрак. Выезд на море. Обед. Освобождение гостиницы. По дороге в аэропорт заезжаем в Бахчисарай в село Куйбышево («Вождь краснокожих»).

Так как расстояние от Симферополя до других городов включенных в тур, по продолжительности времени в пути, в среднем 2 часа, заселение в гостиницы других городов не имеет смысла (см. Приложение Б).

Представленный маршрут может предлагаться круглогодично, но лучшее время для его посещения является весна.

Таким образом, предлагаю новый комбинированный экскурсионный тур с ностальгией по советским временам, который еще не представлен на туристском рынке данной дестинации. За 14 дней турист побывает в 8 городах Республики Крым, пройдет по стопам своих любимых киногероев, воочию увидит те места, которые когда-то мог видеть только по телевизору.

Заключение

В первой главе дипломной работы, была рассмотрена классификация видов туризма исходя из потребностей туристов. Приведено обоснование выбранного вида туризма.

В научной среде, не существует единого мнения, об определении «этнический туризм». В современном мире этнический туризм приобретает особую популярность во многих странах.

Этнический туризм имеет подвиды. Наиболее близким понятием к этнотуризму можно, считать этнокультурный туризм. Далее, этнический туризм и этнотуризм подразделяются на ностальгический (генеалогический) туризм и этнографический туризм, который в свою очередь подразделяется на антропологический туризм, джайлоо-туризм и аборигенный туризм.

Этнический туризм базируется на интересе туристов к подлинной жизни народов. Современное общество привлекает изучение образа жизни различных этносов, ныне живущих и тех, что жили в далеком прошлом, интересно изучать их культуру и быт, знать историю происхождения своих предков, узнавать их традиции и обычаи.

Для развития ностальгического туризма необходимо наличие историко-культурных и социально-культурных ресурсов, поскольку этот вид подразумевает путешествия на место своего рождения или рождения родственников, а так же изучение исторических особенностей определенной этнической группы населения и ностальгию по конкретным временным эпохам.

Во второй главе были рассмотрены перспективы развития одного из видов этнического туризма – ностальгического. В качестве географического местоположения была выбрана Республика Крым. Были выявлены предпосылки и специфические проблемы развития этнокультурного туризма в республике. Выделили потенциальные выгоды с развитием этого вида туризма. Проанализировали культурно-исторические и социально-

культурные ресурсы и выявили целевую аудиторию для становления и развития ностальгического туризма на полуострове.

Результатом данной дипломной работы стала разработка концепции нового комбинированного ностальгическо-экскурсионного тура, под названием «Золотое кольцо советского кинематографа». Для реализации идеи были проанализированы и выбраны подходящие партнеры и поставщики. Был разработан туристический маршрут. Подсчитана примерная смета затрат на данный тур, она составила 51000 рублей на одного человека, с учетом проезда и проживания. В работе расписано полное описание тура по дням (14дней/13ночей). Тур подразумевает посещение большинства культурно-исторических и социально-культурных мест связанных с кинематографом Крыма.

В настоящее время у этнического туризма имеются хорошие перспективы для развития, поскольку сейчас спрос на необычные места отдыха только растет. С каждым годом повышается число туристов со схожими путешествиями, растет желание испытать на себе не только жизнь глубинки, но и окунуться в какую-либо историческую эпоху. Этнический туризм, является основным направлением культурно-познавательного туризма, таким образом, он позволяет объединить образование и отдых. Только по средством погружения в другую культуру можно узнать историю того или иного государства, представить себя аборигеном проживавшем на этой территории. Одним из перспективных направлений этнического туризма считается посещение этнических или фольклорных деревень, в которых представлен быт, устои и культура этноса. Таким образом, современные высоко урбанизированные страны могут познакомить туристов не только с историей страны, но также с бытом и укладом жизни проживающих на его территории этносов. Для России и Республики Крым в частности, этнический туризм представляет собой весьма перспективное направление для развития, этнические экспедиции всегда будут востребованы среди исследователей, фольклористов, и простых жителей страны.

Принимая во внимания тот факт, что после присоединения Крымской Республики к Российской Федерации, полуостров становится одним из популярных направлений российских туристов, то можно с уверенностью сказать, что в будущем вполне вероятен рост спроса на данный турпродукт. К тому же, туристы, жаждущие нового и необычного, имеют возможность посетить уникальные места Республики Крым и побывать в нескольких городах за одну поездку, что также является немаловажным благоприятным фактором при выборе тура.

По итогам проведенной работы определились следующие выводы:

- 1) На данный период времени ностальгический туризм популярен среди жителей больших городов и не только больших, люди стали интересоваться своей историей и самобытностью;
- 2) Проведен анализ историко-культурного наследия Республики Крым;
- 3) На основе результатов была разработана примерная программа ностальгического тура «Золотое кольцо советского кинематографа».

Список использованных источников

1. Юркина Н.А. Введение в специальность. Социально-культурный сервис и туризм. Учебное пособие. М.: 2002. С. 208
2. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
3. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
4. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
5. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
6. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
7. Качмарек Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. Стасяк А., Влодарчик Б. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 988с.
8. Биржаков М.Б. Введение в туризм. М.: Издательский Дом ГЕРДА, НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. — 544 с.
9. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
10. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. М.: Финансы и статистика. 2009. – 153с.

11. Батчаев Х. Что может дать России развитие международного туризма? Российский экономический журнал. 2004 . N 7. –94–95с.
12. Мединский В., Спивак И., Халаев В., Романов А. История Крыма. М.: ОЛМА Медиа Групп. 2015. – 464 с.
13. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
14. Черненко И.Ю. Развитие малого предпринимательства в сфере туризма: (монография) / И.Ю. Черненко, Г.А. Смирнова. - Смоленск: Принт А, 2008. – 160 с.
15. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 22 (61). 2009 г. № 2. С. 111–120.
16. Барлукова А. В. Классификационный статус этнического туризма // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2010. № 4(72). С. 106 – 108.
17. Курина В. Культурно-познавательные возможности этнического туризма // Все о туризме – туристическая библиотека. [Электронный ресурс] URL: http://tourlib.net/statti_tourism/kurina.htm (дата обращения: 14.04.2016).
18. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
19. Святоха Н. Ю., Филимонова И. Ю. Подходы к классификации этнического туризма // Вестник Оренбургского гос. ун-та. 2014. № 6(167). С. 179 – 183.
20. Стрельникова М. А. Этнографический туризм: реальность и перспективы // Наука и мир. 2014. № 10(14).Т. 1. С. 178 – 180.

21. Сундуев Ч. Б., Хышиктуева Л. В. Этнотуризм как одно из направлений культурно-познавательного туризма // Вестник Бурятского гос. ун-та. 2009. № 4. С. 53 – 56.
22. Суртаев Б. М. Этнографический туризм как способ сохранения и возрождения этнокультурного наследия// Вестник угроведения. 2012. № 1(8). С. 178 – 182.
23. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
24. Постановление от 11 августа 2014 г. № 790 МОСКВА Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года»
25. Статистика туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
26. Безопасность туризма: учебник / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. д-ра юрид. наук Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
27. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
28. Правовое обеспечение туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
29. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
30. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.

31. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
32. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.
33. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
34. История туризма: учебник / коллектив авторов; отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.
35. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Е.С. Сахарчук. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
36. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
37. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.
38. Ностальгия по СССР: Маршрут в советское прошлое. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.molparlam.ru/media/articles/back-in-ussr/>, свободный. Дата обращения – 30.05.2016.
39. Зарубежный опыт организации этнографического туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-212/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-212/13702-212-516>, свободный. Дата обращения – 12.03.2016.
40. Информационный туристский портал «Russia.Travel.»/Республика Крым. [Электронный ресурс]. URL: <https://russia.travel/krim/>, свободный. Дата обращения – 29.04.2016.

41. Всемирная туристская организация ЮНВТО. [Электронный ресурс]. URL: <http://www2.unwto.org/ru>, свободный. Дата обращения – 23.04.2016.
42. Туроператор внутреннего туризма «Томсктурист». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tomskturist.ru/>, свободный. Дата обращения – 22.04.2016.
43. Электронная библиотека/Республика Крым. [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%9A%D1%80%D1%8B%D0%BC, свободный. Дата обращения – 18.03.2016.
44. Авиарейсы Google. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.google.ru/flights/#search;f=TOF;t=SIP;q=%D0%B1%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%B2%D0%BE+%D1%81%D0%B8%D0%BC%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C;d=2016-05-24;r=2016-05-28>, свободный. Дата обращения – 26.04.2016.
45. Система интернет-бронирования отелей. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.booking.com>, свободный. Дата обращения – 30.05.2016.
46. Официальный сайт отеля в Ялте/Спарта. [Электронный ресурс]. URL: <http://sparta-hotel.com/>, свободный. Дата обращения – 30.05.2016.
47. Официальный сайт отеля в Ялте/Хэппи. [Электронный ресурс]. URL: <http://happy-yalta.ru/>, свободный. Дата обращения – 30.05.2016.
48. Официальный сайт отеля в Ялте/Славянский Альянс. [Электронный ресурс]. URL: <http://hotel-slavaljans.com.ua/>, свободный. Дата обращения – 30.05.2016.

Приложение А

Классификация туризма

Приложение Б

Расстояния между городами

Названия городов	Расстояние в км	Время в пути
От Симферополя до Ялты	81,4 км	1 час
От Ялты до Белогорска	124 км	1 час 46 минут
От Ялты до Феодосии	166 км	2 часа 23 минуты
От Ялты до Коктебеля	147 км	2 час 4 минуты
От Ялты до Судака	116 км	1 час 41 минута
От Ялты до Нового Света	123 км	1 час 51 минута
От Ялты до Севастополя	84,8 км	1 час 14 минут

