

УДК 913(430):379.85-027.12

КРЫМ ИЛИ НАШ РЕГИОН? ЧТО ПРЕДПОЧИТАЮТ ТУРИСТЫ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА?

Рябова С. Н.

*Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа № 1 г. Петушки», Петушки, Российская Федерация
E-mail: Svetlana_172737@mail.ru*

Исследованы предпочтения туристов Центрального федерального округа России за последний год. Выявлены особенности туристических отзывов как одного из информационных источников. Проанализированы особенности туристического потока во Владимирскую область. Изучены причины и время посещения туристами Крымского федерального округа. Выявлены особенности туризма в том и другом регионе. Сделан вывод о целесообразности посещения этих мест в разное время года и о том, что они не противоречат, а дополняют друг друга.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, туристский поток.

ВВЕДЕНИЕ

Жители Центрального федерального округа, наши современники, имеют возможность для совершения туристических поездок по родной стране. Целью исследования является выявление предпочтений жителей Центральной России при организации своих туристических поездок.

Мы, жители Владимирской области, заинтересованы во внимании туристов к нашим памятникам, достопримечательностям, истории, культуре. Мы можем гордиться тем, что в нашем регионе есть Суздаль, Гороховец, Владимир. Здесь жили Суворов, Воронцовы, Уваровы, Столетовы.

Одна из задач исследования – сравнить предпочтения наших современников и узнать, что им интереснее, приятнее посетить: берега Тавриды или былинные места: Муром, Карачарово, Владимир. Необходимо выявить предпочтения отпускные и так называемых «длинных» выходных. Автор не ставит своей задачей подробное статистическое исследование, которое провести довольно сложно, оно могло бы быть проведено в течение нескольких туристических сезонов.

В своем исследовании автор опирается главным образом на туристические отзывы в Интернете как один из самых быстрых источников информации. К тому же тема исследования достаточно новая. Туристическое «импортозамещение» остается актуальным, а огромные просторы страны и разнообразие регионов России позволяют каждому выбрать поездки по душе.

Проблемы внутреннего российского туризма исследовали в своих работах ученые Москвы, Иванова, других городов России. В их трудах нашли отражение различные аспекты современного внутреннего туризма.

Много исследований общего характера, изучаются крупные проблемы, серьезные вопросы организации внутреннего туризма.

Шилова Е. А. из Ивановского государственного университета подчеркнула

«широкое использование глобальной компьютерной сети Интернет» в сфере туризма [1]. Она также отмечает приток англицизмов в терминологии отрасли как в рабочих документах, так и в речи пользователей Интернета, оставляющих свои отзывы (профессионалов и любителей). «Туристическая деятельность осуществляется главным образом посредством коммуникации, основными участниками которой являются провайдер и потребитель туристических услуг» [1].

Особую роль брендов в туризме исследовала Н. А. Лавочкина, дающая определение туристического бренда как известного объекта или комплекса объектов природного, культурно-исторического наследия, а также маршрута [2], охватывающего посещение данных объектов, уникальных событий, ремесел, услуг.

Свою классификацию туристических брендов России предлагает А. П. Сысоев из МГУ (г. Москва). Крым он относит к брендам, связанным с:

- местом территориального расположения;
- проведением исторических и международных встреч и переговоров;
- познавательным туризмом;
- гастрономическим туризмом.

Владимирская область для исследователя прежде всего связана с «Золотым кольцом России» – уникальным туристическим маршрутом [3].

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

В условиях кризиса нашей экономики, как показало исследование туристических отзывов, при планировании отпуска или выходных люди стараются не отказываться совсем от туризма, а урезают свой бюджет. Но есть и негативные тенденции. Есть данные, что менее 10 % россиян проводят отпуск на курорте или в санатории, многие продолжают во время отпуска работать [4].

Предпочтения граждан исследовать сложно, телефонные опросы, как показала практика, многие не любят. И на сайтах достаточно мало отзывов о низкобюджетных путешествиях, не каждый соглашается о них рассказывать.

Были изучены отзывы посетивших регион-33 и Крым на портале Отзыв.ру.

При посещении Владимирской области главным был познавательный туризм. Из представителей ЦФО посещали регион, как правило, жители Москвы.

Цели посещения:

- познавательный туризм;
- отдых на природе.

Туристы размещались (11 оставили отзывы в сети):

- в гостевых домах – 2;
- в отелях – 5;
- не сообщили – 2;
- в хостеле – 1;
- во Владимире в гостинице ради цены – 1;
- без ночлега – 1.

Турист стал требователен к инфраструктуре. Отмечены особенности: «видавший виды автобус ПАЗик» на маршруте «Владимир – Суздаль»; «встали в

пробке», «Сейф есть, да. Стоит этот железный ящик в шкафу, на полочке. Он не прикручен к стене. Зачем такой сейф?»).

Нами замечено, что современный турист постоянно при планировании путешествий пребывает в Сети среди таких слов, как шоп-тур, таймшер, кемпинг, букинг, вип, пакс (все англицизмы). От многих из них происходит русское словообразование, появляются цепочки слов: трансфер-трансферский-трансфермен, букинг-букать, кемпинг-кемпер-кемпинговый.

Многие современные туристы достаточно придирчивы при выборе номера. Они сравнивают гестхауз, отель, арт-отель, новотель. Для многих имеет значение номер: твин, сьют, эконо, стандарт. Турист, если имеет средства, предпочитает, чтобы в его отдыхе присутствовали рум-сервис, спа.

Со временем, естественно, появятся и специализированные словари как для профессионалов, так и для многочисленных пользователей.

На портале Отзыв.ру больше пользователей, которые любят познавательный туризм либо предпочитают сочетать его с пляжным отдыхом. Они посещали разные по цене и уровню отели. Многие пользователи активны на сайте, являются авторами отзывов не год-два, а семь-восемь лет.

Было замечено, что много отзывов оставлено в сети после посещения Крыма в несезон, особенно в «длинные» выходные 8 марта 2016 года. С чем это связано? С патристическими чувствами? Желанием увидеть яркую крымскую весну, которой в свое время так восторгался А. П. Чехов? С желанием сэкономить бюджет?

Нами составлена таблица, где проведено сравнение туристического потенциала Владимирской области и Республики Крым (Табл. 1). Конечно, Крым может стать местом поездок туда, где воевали и гибли деды и прадеды, оборонявшие Керчь, Севастополь в годы Великой Отечественной войны!

А перед этим может быть прочитан или перечитан роман Ивана Алексеевича Бунина «Жизнь Арсеньева». Роман автобиографичен, поэтому и отец главного героя обороняет Севастополь (много потратил дворянин в Крымскую кампанию и стал практически однодворцем), и сам герой туда направляется, и героический город производит на него огромное впечатление. Арсеньев, как и Бунин, воспитывался и рос в семье мелкопоместного обедневшего дворянина.

И когда он ранней весной поехал в Крым, ему дают бесплатный билет, чтобы он путешествовал под чужим именем как железнодорожный рабочий. Он ехал на почтовом поезде, сэкономил на питании, но стремился туда, где «там, вдали, ждала... отцовская молодость».

«Видение этой молодости жило во мне с младенчества. Это был какой-то бесконечно давний светлый осенний день. В этом дне было что-то очень грустное, но и бесконечно счастливое. Было что-то, что связывалось с моим смутным представлением дней Крымской войны: какие-то редуты, какие-то штурмы...».

Второе утро в дороге уже было летним, прекрасным, паровоз уже «звонко крикнул», пейзаж радовал, и неудобства почтового вагона отошли на второй план.

А море он «с ужасом и радостью узнал. Именно – вспомнил, узнал!».

Генетическая память.

КРЫМ ИЛИ НАШ РЕГИОН-33? ЧТО ПРЕДПОЧИТАЮТ ТУРИСТЫ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА?

Таблица 1
Сравнительная характеристика видов туризма Крыма и Владимирской области в зависимости от туристского потенциала. Составлено автором.

Тип туристских ресурсов	Крым	Владимирская область
1	2	3
Природные условия	Уникальные	Средняя полоса России
Развивающиеся виды туризма	Пляжный отдых, событийный туризм, оздоровительный, гастрономический, познавательный, спортивный, событийный, детский	Познавательный, событийный, гастрономический, детский
Отельная база	Различные отели, гостевые дома и гостиницы разной ценовой категории	Различные гостиницы, в Суздале среди объектов размещения преобладают гостевые дома и отели 4–5 звезд
Наличие дешевых объектов размещения	Хостелы	Хостелы
Удаленность от жителей Центрального федерального округа	Тысячи километров	Достаточно близко
Транспортное сообщение	Поезд, самолет, автобус, автомобиль	Поезд, электричка, автобус, автомобиль
Преимущественная цель посещения	Пляжный отдых и познавательный туризм	Познавательный туризм, возможность проведения «длинных выходных»
Роль, на наш взгляд, в «импортозамещении»	Одна из основных	Возможность совершить низкобюджетную поездку для любителей старины
Для кого актуален	Все категории населения	Больше для любителей познавательных поездок, возможен вариант вместо отпуска при небольшом количестве денежных средств
Специалитеты	Вино Массандры	Суздальская медовуха, покровский пряник

Продолжение таблицы 1.

1	2	3
Медицинские и оздоровительные услуги	Санатории, море	Небольшое количество санаториев, прежде всего для людей, для которых неблагоприятна смена климата
Минеральные воды	-	-
Грязелечение	Лечебные грязи	-
Возможность совершения небольших радиальных поездок от объекта размещения	Да	Да
«Барьеры» для жителей Центрального федерального округа	Цены на авиабилеты	Пробки от Москвы
Деятели, которые связаны с обоими регионами России	И. С. Шмелев, А. С. Пушкин, М. С. Воронцов, М. И. Цветаева, Ю. А. Гагарин, В. М. Комаров	И. С. Шмелев, А. С. Пушкин, М. С. Воронцов, М. И. Цветаева, Ю. А. Гагарин, В. М. Комаров
Места боевой славы, военные памятники, мемориалы	Памятники, связанные с обороной Севастополя	Усыпальница Д. М. Пожарского в Суздале
Возможность проведения конференций, бизнес-встреч	Да	Да
Причины посещения, которые были отмечены в отзывах туристов, исследованных нами	Патриотизм, природа, море	Достопримечательности, близость к Москве, желание посетить Суздаль
Центры детского отдыха для одаренных детей	Артек	Оздоровительные лагеря (тематические смены)
Возможность отдыха для экстремалов	Горы	Дюкинский карьер около Судогды

Кофе и калач в вокзальном буфете, где ему продают их, как будто зашел нищий. Город кажется «чуть ли не тропическим». А море именно «глянуло» на него, утреннее, «тяжко-синее».

Севастополь начала 20 века давно жил без траншей и следов боев, отстроенный город был иным, чем при отце главного героя.

Это дань памяти молодости отца.

КРЫМ ИЛИ НАШ РЕГИОН-33? ЧТО ПРЕДПОЧИТАЮТ ТУРИСТЫ ИЗ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА?

Он посещает Северную сторону, Братскую могилу, «и только оттуда веяло грустью и прелестью прошлого, давнего, теперь уже мирного, вечного и даже как будто чего-то собственного, тоже всеми давно забытого»), потом пешком направляется в Балаклаву...

ВЫВОДЫ

Наверное, наши достопримечательности 33 региона будут местом для посещения в выходные дни или «длинные» выходные. Явятся ли они альтернативой отпуску на море? Скорее всего, нет, т. к. наши соотечественники более настроены на пляжный отдых, чем на познавательный, если будет необходимо выбрать одну поездку. При возможности совершить 2 и более поездки в год вариант может быть таким: летний отдых в Крыму и новогодние выходные во Владимире (либо Владимире и одном из городов области). Что-то может быть осмотрено проездом.

Сможет ли Крым стать главной российской здравницей? При определенных условиях – да. Это, прежде всего, строящийся мост через Керченский пролив, которого ждут многие соотечественники. Тогда не нужно будет путешествовать в поезде 44 часа. Это разумные цены на билеты. Возможность скидок многодетным семьям и родителям, воспитывающим приемных детей. Понимание нашими современниками, что в Крыму отдыхать безопасно, что есть предложения по размещению разного ценового уровня, что получение путевки в Артек одаренным ребенком престижнее иностранного детского лагеря. Это качественный сервис. И, конечно, предложения для vip-клиентов, привыкших к определенному уровню «звездности» отелей.

Список литературы

1. Шилова Е. А. Англицизмы в русскоязычном туристическом дискурсе: объективная необходимость или потенциальная угроза? // Новая экономика и региональная наука. 2016. № 2 (5). С. 139.
2. Лавочкина Н. А. Туристические бренды территории: структура и особенности // Российское предпринимательство. 2012. № 20. С. 152–158.
3. Сысоев А. П. Проблемы формирования туристических брендов в России // Новая экономика и региональная наука. 2015. № 2. С. 20–21.
4. Никитина О. А. О необходимости создания социально ориентированной системы обеспечения россиян санаторно-курортными услугами // Фундаментальные исследования. 2014. № 6–2. С. 321.

CRIMEA OR OUR REGION-33? WHAT IS PREFERRED BY TOURISTS FROM CENTRAL FEDERAL DISTRICT?

Ryabova S. N.

*Local budgetary educational institution high comprehensive school No. 1 of. Cockerels, Cockerels,
Vladimir region, Russian Federation
E-mail: Svetlana_172737@mail.ru*

Feedbacks of tourists of Central Federal District of Russia for the last year are researched. In the conditions of crisis of our economy as showed a research of tourist feedbacks, in case of vacation planning or days off people try not to refuse absolutely tourism, and cut down the budget. At the same time less than 10 % of Russians spend vacation in the resort or in sanatorium, many continue to work during issue

Features of tourist feedbacks as one of information sources, and also tools of the analysis of this information are revealed.

Features of tourist flow to the Vladimir region are analysed. It is noted that informative tourism is the main thing in case of the choice of the region as venues of rest. The main consumer segment were residents of Central Federal District. Consumers of services become more and more exacting to tourism infrastructure, especially to the level of comfort of numbers.

The reasons and time of visit by tourists of the Republic of Crimea and Sevastopol are studied. The comparative analysis of tourist potential and features of tourism development in the Crimea and the Vladimir region is carried out. Among the chosen criteria there were recreational resources and conditions, availability of cheap subjects to placement, transport availability, availability of medical improving services and resources, possibilities of year-round use of objects of tourist infrastructure and other.

The conclusion is drawn on feasibility of visit of these places at different times year and that they don't contradict, and supplement each other.

Keywords: tourism, internal tourism, tourist flow, Vladimir region, Republic of Crimea, Sevastopol

References

1. Shilova E. A. Anglicizmy v ruskojazychnom turistichestkom diskurse: ob#ektivnaja neobhodimost' ili potencial'naja ugroza? (Anglicisms in the Russian-speaking tourist discourse: an objective necessity or a potential threat?) // Novaja jekonomika i regional'naja nauka. 2016. №2 (5). S.139.
2. Lavochkina N. A. Turisticheskie brendy territorii: struktura i osobennosti (ravel brands territory: // structure and features of Russian Entrepreneurship) // Rossijskoe predprinimatel'stvo. 2012. №20. S.152–158.
3. Sysoev A. P. Problemy formirovanija turistichestkih brendov v Rossii (Problems of formation of tourism brands in Russia) // Novaja jekonomika i regional'naja nauka. 2015. № 2. S.20–21.
4. Nikitina O. A. O neobhodimosti sozdanii social'no-orientirovannoj sistemy obespechenija rossijan sanatorno-kurortnymi uslugami (On the necessity of creating a socially-oriented system of maintenance of Russians spa services) // Fundamental'nye issledovanija. 2014. №6-2. S.321.

Поступила в редакцию 01.08.2016.