

Секция «Экономическая география. Региональное развитие. Управление природопользованием»

**ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА
РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ПОБЕРЕЖЬЯ АЗОВСКОГО МОРЯ (РФ)**

Кушнир Ксения Владимировна

Аспирант

Южный федеральный университет, Высшая школа бизнеса ЮФУ, Кафедра туризма,
Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: ksen17ya@yandex.ru

Анализ научной и практической литературы последних лет показывает, что актуальные исследования в сфере туристической индустрии направлены на определение влияния туризма на развитие регионов. Такое внимание научного сообщества вполне объяснимо и связано с попытками определения сдерживающих и стимулирующих факторов влияния на развитие туристической индустрии территории.

В своей работе я сочла необходимым выявить и проанализировать влияние социально-экономических факторов на развитие туризма на побережье Азовского моря. В рассматриваемом регионе данный вопрос является актуальным и требующим новейших исследований.

На сегодняшний день одной из наиболее приоритетных сфер развития для регионов, расположенных на побережье Азовского моря является туризм. Азовское море в пределах РФ по прогнозам ученых и специалистов туристической индустрии способно ежегодно принимать 2 млн. туристов, однако ежегодно его посещают только 550 тысяч человек.

Рост курса валют, сложная политическая и экономическая ситуация в Европе, снижение доходов населения способствовали увеличению внутреннего и въездного туризма в исследуемом регионе. Вместе с тем, существует ряд социально-экономических факторов, которые препятствуют успешному функционированию туристической отрасли в пределах рассматриваемой территории (Блок-схема 1).

Блок-схема демонстрирует как сдерживающие, так и стимулирующие факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в исследуемом регионе.

По данным проведенного автором анализа средств размещения побережья Азовского моря, в пределах РФ (Ростовская обл., Краснодарский край и п-в Крым) следует справедливо отметить, что на 2016 год функционирует достаточное количество средств размещения туристов разного уровня. В увеличении их количества нет необходимости, так как это в свою очередь приведет к повышению антропогенной нагрузки. Однако возникла острая необходимость в единой классификации средств размещения, совершенствовании уже существующей инфраструктуры и приведению ее к единым стандартам.

Особую роль для социально-экономического развития побережья Азовского моря, для его туристического продвижения, а также формирования его конкурентоспособности играет понятие «туристического имиджа».

Создание положительного туристического имиджа для курортов побережья Азовского моря в условиях нынешней социально-экономической обстановки особенно необходимо для продвижения данного региона. В рамках исследования автором был проведен предварительный SWOT-анализ Приазовья, чтобы определить, что регион представляет сейчас, какие возможности имеет и какие существуют угрозы на пути развития туристической индустрии в целом. SWOT-анализ исследуемой территории позволил сформулировать необходимую стратегию формирования туристического имиджа.

Таким образом, для распространения положительного туристского имиджа Приазовья необходимо:

- активное использование рекламы, создание электронных и печатных ресурсов по всем видам туризма региона, а также мониторинг качества публикуемой информации в СМИ;
- инновационная политика, направленная на формирование нового туристского продукта (новые туристские маршруты, создание современных архитектурных скульптур - создание мультипликационной истории);
- внедрение информационных технологий в системы онлайн-бронирования туроператоров по внутреннему туризму;
- внедрение и массовое использование туристского продукта Приазовья в арсенале местных туроператоров внутреннего туризма;
- преодоление социально-экономических факторов, лимитирующих развитие туристической индустрии;
- восприятие и позиционирование самими жителями Приазовья природных и культурных богатств их региона;

Очень важно помнить, что туристский имидж - это формируемый фактор, который может и должен быть управляемым со стороны деятелей туристической индустрии.

Таким образом, для формирования и продвижения туристского имиджа побережья Азовского моря нам требуется системный подход в преодолении факторов, которые сдерживают развитие туристической индустрии, а начинать следует с сознания людей, живущих в Приазовье и добавления к традиционному образу региона новых привлекательных характеристик.

Источники и литература

- 1) 1. Гаврилов А.Ю. Влияние социально-экономических факторов на развитие ресурсного потенциала туризма на региональном уровне. 2012 г. Москва – с.211
- 2) 2. Джуха В.М., Гагай М.С. 2012 г. Приазовская туристско-рекреационная зона как фактор инвестиционной привлекательности туристического рынка Ростовской области
- 3) 3. Крашкина Л. И., Проблемы формирования туристского имиджа региона.-2011
- 4) 4. Матишов. Экологический атлас Азовского моря. 2012. – с.285 -290
- 5) 5. Официальный сайт агентства инвестиционного развития Ростовской области <http://www.ipa-don.ru/offers/projects/ptrz/>
- 6) 6. Информационный ресурс «Тонкости туризма» <http://tonkosti.ru>

Иллюстрации



Рис. 1. Блок-схема 1. Социально-экономические факторы, влияющие на развитие туризма на побережье Азовского моря (составлено автором)