

ДЫШЛОВИЙ Игорь Николаевич

*Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,
Институт экономики и управления (Симферополь, Респ. Крым, РФ);
доктор экономических наук, доцент; dintur@mail.ru*

ЧУГУНОВА Татьяна Николаевна

*Крымский университет культуры, искусств и туризма (Симферополь, Респ. Крым, РФ);
кандидат географических наук, доцент; tanya.chugunova2014@yandex.ru*

САРАЙКИНА Светлана Васильевна

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева
(Саранск, Респ. Мордовия, Россия); кандидат географических наук, доцент; ssarajkina@rambler.ru*

СЕМЕНОВА Людмила Валерьевна

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта (Калининград, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; lsemenova@mail.ru*

СОЛНЦЕВА Оксана Глебовна

*Государственный университет управления (Москва, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; ogsolntse@mail.ru*

КОМФОРТНАЯ СРЕДА ПЛЯЖНЫХ ДЕСТИНАЦИЙ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВЕННОГО СЕРВИСА

В статье рассматривается содержание понятий «пляж» и «пляжная дестинация» как составных частей туристской дестинации. Принципиально важным является анализ природы, структуры и содержания самого понятия «туристская дестинация». Многие теоретические и практические положения развития и функционирования пляжных дестинаций недостаточно освещены в научных публикациях, в частности, слабоизученными остаются вопросы обоснования их комфортной среды и обеспечения качества пляжного отдыха. Пляжные дестинации имеют решающее значение при выборе места проведения отдыха туристов. Результаты исследования показали, что основными составляющими оценки комфортной среды пляжных дестинаций могут стать: 1) определение информационного, экономического, эстетического, бытового и психологического комфорта; 2) оценка окружения туриста; 3) оценка условий, на которые обращает внимание турист при посещении пляжных территорий и которые в большей степени влияют на восприятие комфортного отдыха. Техническая оценка качества пляжного отдыха определяется путем проведения экспертной оценки соответствия оборудования пляжной территории установленным нормам и правилам и носит объективный характер. Восприятие комфорта и получение позитивного впечатления от пляжного отдыха носят субъективный характер и зависят от состояния туриста, от его настроения, от погоды, от его окружения и от множества других внешних и внутренних факторов. Дальнейшие исследования комфортной среды пляжных дестинаций должны осуществляться в рамках единой стратегии, путем проведения экспертных оценок и масштабного анкетирования туристов.

Научно-исследовательская работа - прикладная АААА-А19-119012390078-9 «Разработка Концепции развития прибрежных дестинаций в Республике Крым до 2030 г.».

Ключевые слова: дестинации, пляжные дестинации, комфортная среда, качество сервиса, Республика Крым

Для цитирования: Дышловой И.Н., Чугунова Т.Н., Сарайкина С.В., Семенова Л.В., Солнцева О.Г. Комфортная среда пляжных дестинаций как показатель качественного сервиса // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №1. С. 6-12. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10101.

Дата поступления в редакцию: 1 февраля 2020 г.

Дата утверждения в печать: 8 апреля 2020 г.

Igor N. DYSHLOVOI

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Institute of Economics and Management (Simferopol, Crimea);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Associate Professor; e-mail: dintur@mail.ru*

Tatiana N. CHUGUNOVA

*Crimean University of culture, arts and tourism (Simferopol, Crimea);
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: tanya.chugunova2014@yandex.ru*

Svetlana V. SARAYKINA

*Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia);
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: ssarajkina@rambler.ru*

Liudmila V. SEMENOVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University (Kaliningrad, Russia);
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: lsemenova@mail.ru
ORCID iD: 0000-0001-6330-0746*

Oksana G. SOLNTSEVA

*The State University of Management (Moscow, Russia);
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ogsolntse@mail.ru
ORCID iD: 0000-0001-6810-8868*

THE COMFORTABLE ENVIRONMENT OF THE BEACH DESTINATIONS AS THE INDICATOR OF THE QUALITATIVE SERVICE

Abstract. *The article considers the content of the concepts "the beach" and "the beach destination" as an integral part of the tourist destination. It is essential to analyze the nature, the structure and the content of the concept of the tourist destination. Many theoretical and practical provisions of the development and functioning of the beach destinations are insufficiently covered in scientific publications; in particular, the issues of justifying their comfortable environment and ensuring the quality of the beach holidays have been poorly studied. The beach destinations are crucial while choosing the destination for tourists. The results of the study made it clear that the main components of the assessing the comfortable environment of the beach destinations can be, first of all, the definition of the informational, economic, aesthetic, domestic and psychological comfort, secondly, they can be the assessment of the tourist's environment; thirdly, it is rather important to pay attention to the assessment of the conditions that tourists would like to have while visiting beach areas and which may have the greater impact on the perception of the comfortable stay. The technical assessment of the quality of the beach recreation is determined by conducting an expert assessment of the compliance of the equipment of the beach area with the established norms, rules and the objective formation. The perception of the comfort and getting the positive impression from the beach holiday are subjective also, it depends on the state of the tourist, on his mood, on the weather, on his environment and on many other external and internal factors. The further research of the comfortable environment of the beach destinations should be carried out within the framework of the single strategy, by means of conducting expert assessments and the large-scale surveys of tourists. The research work-applied AAAA-A19-119012390078-9 "The Development of the Concept of the Growth of the Coastal Destinations in the Republic of Crimea until 2030».*

Keywords: *destinations, the beach destinations, the comfortable environment, the qualitative service, the Republic of Crimea*

Citation: Dyshlovoi, I. N., Chugunova, T. N., Saraykina, S. V., Semenova, L. V., & Solntseva, O. G. (2020). The comfortable environment of the beach destinations as the indicator of the qualitative service. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(1), 6-12. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10101. (In Russ.).

Article History

Received 1 February 2020
Accepted 8 April 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported
by the author(s).



© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

На современном этапе развития туризма в Республике Крым в соответствии с целями, обозначенными в Программе развития, одним из направлений является повышение качества крымского турпродукта. Важнейший составляющей крымского турпродукта являются туристские дестинации.

Всемирная туристская организация рассматривает туристскую дестинацию как «физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой, оно включает туристские продукты, услуги, аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия»¹.

В свете современного понимания сущности дестинации, пляжные территории рассматриваются как туристско-ориентированные, т.е. как территории, в которых основной функцией является готовность места к принятию туристов.

Исследования предпочтений туристов показывают, что пляжные территории как составной элемент туристских дестинаций мирового туризма, имеют в большинстве случаев решающее значение при выборе места проведения отдыха [9, 11].

Проблемы развития пляжного туризма и возможности эффективного использования пляжей рассматриваются в отечественных и зарубежных научных публикациях [10, 13].

Теоретико-методические проблемы функционирования и обоснования критериев классификации пляжных территорий посвящены работы отечественных ученых Васильева Ю. С., Долотова В. В., Иванова В. А, Огневой С. В., а также исследования научных институтов и общественных туристских организаций.

Подходы к классификации пляжей, результаты проведения оценки пляжных ресурсов, а также система оценочных параметров,

количественных и качественных показателей и методических приемов интегральной оценки пляжей рассмотрены в работах Яковенко И.М., Лазицкой Н.Ф. и Яковенко Е.В. [7, 8]. Ими опубликованы результаты апробирования разработанной методики социологических исследований в мониторинге качества пляжей и выявления географических особенностей в восприятии качества пляжей жителями и гостями города.

Проблемы пляжных территорий Республики Крым, а также использования рекреационных ресурсов, оказывающих непосредственное влияние на организацию пляжного отдыха в регионе рассматривает А.А. Пегушина [3].

Вместе с тем слабоизученными остаются вопросы обоснования критериев качества и создания комфортной среды пляжных территорий.

Цель исследований состояла в определении понятия пляжные дестинации и основных параметров их комфортной среды как показателей качественного сервиса.

Результаты исследования

В последнее время в научной литературе активно обсуждалось понятие дестинация, однако пляжная дестинация не стала предметом отдельного обсуждения в туристской литературе. Как научная категория, как объект управления и как важнейший структурный элемент туристского продукта, принципиально важным является анализ природы, структуры и содержания самого понятия дестинация. Обобщим основные характеристики туристских дестинаций.

Основу уникального туристского продукта должен составить рекреационный потенциал туристской дестинации. Наличие достопримечательностей, интересующих туристов – это фактор привлекательности, а также один из главных факторов конкуренции между дестинациями [5, 6].

Кроме того, дестинация должна располагать необходимой для развития туризма инфраструктурой, позволяющей удовлетво-

¹ Концепция, определения и классификации для статистики туризма. Техническое пособие №1 / ВТО / Организация Объединенных наций. Серия М №83 – 1994 // Напечатано Всемирной туристской организацией. Мадрид (Испания) 1995 г.

рить потребности туристов в проживании, питании, развлечениях, безопасности и прочих туристских услугах. Пляжные дестинации неотделимы от рекреационных территорий, в которых туристу предоставляют не менее одной ночевки. Дестинация должна иметь хорошую транспортную доступность для туристов. Население дестинации должно включаться в процесс создания туруслуги. Территория должна иметь соответствующий орган (государственный или общественный), отвечающий за менеджмент и продвижения дестинации. Дестинация должна иметь систему, основу которой составляют туроператоры, турагенты и информационные центры, наличие информационных и коммуникационных систем, как необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации и которые продвигают туруслуги и позволяют туристу ее приобрести.

Дестинации могут рассматриваться в равной мере как территориальные, так и функциональные образования. Территориальный характер дестинаций подразумевает наличие объектов различного масштаба – региональных, масштаба города, страны. Термин дестинация также применим для видов туризма, где основной район путешествия имеет определенную специализацию или применяется в классических маршрутных видах туризма [5]. Как территориальное образование туристская дестинация, кроме основного туристского объекта должна иметь сеть туристских объектов и маршрутов, которые связывают эти объекты, иметь туристскую инфраструктуру и привлекательное окружение, а также быть доступной для посещения туристами.

Как функциональное образование туристская дестинация должна иметь сервисные возможности для удовлетворения потребностей туристов.

Дестинация как место назначения должна иметь сформированную туристскую инфраструктуру, аттрактивные объекты, и объекты с функцией приема посетителей и туристского

обслуживания [2].

Однако на фоне многочисленных работ, раскрывающих природу, структуру и содержание понятия дестинация, можно выделить позиции, которые в научной литературе недостаточно освещаются.

Нет четких принципов обозначения границ туристской дестинации – вписывается ли ее территория в административные границы и как они соотносятся с природными.

Не рассмотрены вопросы взаимосвязи между совокупностью аттракций, инфраструктуры и населения, составляющих дестинацию определенной специализации.

Будет ли рассматриваться в качестве дестинации территория, обладающая только туристскими (или рекреационными) ресурсами?

В чем отличие между маркетингом туристских дестинаций и маркетингом турпродукта?

В чем заключаются принципиальные отличия регулирования и управления туристской дестинаций и туристским комплексом?

Особенно остро стоят аналогичные вопросы перед исследователями пляжных территорий в связи с обеспечением качества пляжного отдыха.

Один из основных вопросов, особенно важного для определения пляжных дестинаций, касается определения понятия пляж.

В научной литературе в зависимости от характера исследования понятие «пляж» рассматривается с нескольких позиций [6]:

- как надводная часть современной береговой зоны, подверженная действию прибоя и характеризующаяся подвижными скоплениями гальки, песка, гравия и ракушки;
- как пологий берег любого водоема или водотока, удобный для схода в воду при купании;
- как специально оборудованное место для купания и принятия солнечных ванн на берегу моря, озера, водохранилища, пруда или реки.

Данные определения дают возможность уточнить недостаточно раскрытое понятие

«пляжная дестинация» и, соответственно, определить круг исследований.

Во-первых, необходимо сразу четко определять месторасположение пляжной дестинации (морская, озерная, и т.д.).

Во-вторых, определить состав пляжного материала, от которого во многом зависит восприятие пляжного отдыха (песок, галька, ракушка и пр.).

В-третьих, определиться с границами (размерами) и административной принадлежностью пляжных территорий.

И, наконец, уточнить цель проведения исследований: рассматривать качество оборудования пляжей и соответствие установленным нормам и правилам или же определять восприятие пляжного отдыха туристами.

Рассмотрим некоторые положения, касаемые определения качества пляжного отдыха. Провести объективную оценку технической стороны качества отдыха можно путем определения соответствия оборудования пляжной территории установленным нормам и правилам, путем проведения экспертной оценки.

В отличие от оценки технической составляющей качества, восприятие комфорта и получение позитивного впечатления от пляжного отдыха зависят от множества факторов и носят субъективный характер. Рассмотрим некоторые положения, влияющие на качество пляжного отдыха.

Еще в 1985 году в Советском союзе были приняты «Общесоюзные санитарно-гигиенические и санитарно-противоэпидемиологические правила и нормы (СанПиН) «Лечебные пляжи»². Правила включали основные санитарно-гигиенические, инженерно-технические, геологические и физико-географические требования к участку (территории) суши и в зоне водного объекта (акватории пляжа).

Данные требования действовали долгое

время, но в основном применялись при планировании и оборудовании ведомственных и городских лечебных пляжей.

С 1985 года во Франции началось движение «Голубой флаг», которое получило дальнейшее распространение по всей Европе. Программа «Голубой флаг Европы» для пляжей, марин и курортных территорий в дальнейшем получила широкое распространение в международной практике. «Голубой флаг» – это глобальная программа устойчивого развития и обеспечения чистоты пляжа, которая призвана была стимулировать местные органы управления и пляжных операторов к достижению высоких экологических стандартов, благоустройству территории и обеспечению качества отдыха. Оценка проводилась неправительственной организацией FEE (the Foundation for Environmental Education – Организация Экологического Образования). Для присуждения знака «Голубой флаг» пляжи должны удовлетворять 32 критериям (2015 г.) по четырем категориям – «Качество воды», «Экологический менеджмент», «Экологическое образование и информирование» и «Безопасность и обслуживание»³.

Основная трудность получения знака экологического качества «Голубой флаг» отечественными пляжами состояла в несоответствии ряда требований, обозначенных в программах «Качество воды» и «Экологический менеджмент» и некоторых экологических нормативов к аналогичным показателям в РФ.

В 2006 году Федеральным агентством РФ по туризму была принята Система классификации пляжей. Основная ее цель – адаптация критериев классификации пляжей в РФ к существующей зарубежной практике и обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и качества услуг, предоставляемых на пляжах.

Согласно установленных требований, пляжи классифицируются по трем категориям:

² СанПиН 4060-85. Лечебные пляжи. Санитарные правила устройства, оборудования и эксплуатации. URL: znaytovar.ru/gost/2/SanPiN_406085_Lechebnye_plyazh.html.

³ Критерии Голубого флага для пляжей. URL: ns.leontief-centre.ru/content93

высшая (I), средняя (II), низшая (III). Категории устанавливаются на основе экспертных оценок их соответствия установленным требованиям. Каждая категория отмечается знаком - флагом определенного цвета: для пляжей I категории – синего цвета, для пляжей II категории – зеленого и для пляжей III категории – желтого. Свидетельство о присвоении категории выдается на установленный срок, а работы по подтверждению категории осуществляются один раз в два года аккредитованными организациями.

Пляжная дестинация воспринимается туристами не только как обустроенная территория (инфраструктура, аттракции), но во многом субъективно, эмоционально, как впечатление от этих аттракций и условий комфорта. Дестинация воспринимается как впечатление и остается в воспоминаниях туриста в форме определенных ощущений. Восприятие отдыха всегда субъективно, во многом зависит от состояния туриста, его настроения, от погоды, от окружения и от множества других внешних и внутренних факторов.

К особенности и определенному парадоксу пляжного отдыха как цели туризма можно отнести следующее положение. Анализ целей прибытия показал, что приоритетом посещения Крыма является оздоровительная рекреация с использованием пляжных ресурсов региона, в том числе часть туристов сочетает отдых с культурно-развлекательными целями или с культурно-познавательными. Но на пляже туристы проводят меньшую часть времени, чем в целом в туристской дестинации (средствах размещения, объектах аттракции, экскурсиях и пр.).

Общая протяженность морской береговой полосы Республики Крым составляет 914 км, из них длина побережья, пригодного для организации пляжного отдыха – 452 км. В течение купального сезона 2018 года функционировало 446 пляжей. Их количество увеличилось по сравнению с 2017 годом на 59 пляжей. По функциональному назначению 69 являются лечебными (пляжи санаториев), 58

оздоровительными (пляжи других лечебно-оздоровительных учреждений), 71 детскими (пляжи детских оздоровительных учреждений), остальные – пляжи общего назначения. Однако ряд пользователей пляжей не смог выполнить требования по открытию пляжей в установленные сроки [3]. Часть территории морских пляжей оказалась недоступной для местных жителей и гостей курорта, так как находится в собственности крупных санаториев, пансионатов или является частной собственностью. Прибрежная полоса перегорожена заборами, территория общедоступных пляжей крайне незначительна в сравнении с масштабами численности отдыхающих.

Наиболее значимой проблемой туристских дестинаций в Крыму является сезонность. Сезонность снижает эффективность использования основных средств дестинации, создает проблемы занятости населения, функционирования инженерной и транспортной инфраструктуры, поступления средств в бюджет. Для туристской дестинации пик сезона (3–4 месяца) должен принести основной вклад в покрытие постоянных издержек, которые подлежат оплате в течение года [3].

Каждая дестинация имеет свои собственные черты, определенную специализацию, но все же можно выделить общие черты качественного сервиса, свойственные всем дестинациям [2]:

- дестинация представляет собой совокупность таких компонентов как достопримечательность, удобства и доступность;
- дестинация должна создавать уникальный турпродукт, уникальный ландшафт.
- для туристов дестинация должна быть привлекательной, а создаваемые туруслуги – соответствовать цене и качеству;

Основу создания качественных туристских услуг, по мнению многих исследователей, составляет четкое соблюдение «параметров комфортности, которые выработаны практикой тур-бизнеса и являются универсальными как для гостиницы, так и для работы предприятия питания или туристской фир-

мы и других объектов [2].

В комплекс составляющих понятия «комфорт» включены следующие элементы: информационный, экономический, эстетический, бытовой и психологический comfortы» [1].

Информационный комфорт рассматривается авторами как полноценная информация об отеле, предприятиях питания и других объектах гостиничной сферы, о ценах, о комплексе предоставляемых основных и дополнительных услуг, наличии сертификата на безопасность услуг и др. Информация должна быть доступной, объективной и удобной для ознакомления с ней форме.

Под экономическим комфортом понимается как удобство расчета для туриста, как систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать гостя в повторном выборе средства размещения или предприятия питания, турагентства или экскурсионного бюро, что и является основной целью системы качества. Бытовой комфорт подразумевает создание максимально нормальных условий для проживания гостя.

Эстетический комфорт наиболее сложно формулируемый, поскольку каждый турист имеет собственное представление об эстетике. Тем не менее, авторы предлагают руководствоваться некоторыми общими положениями при оформлении помещений и других объектов.

Психологический комфорт, как отмечают авторы, охватывает все перечисленные выше параметры комфорта, так как при отсутствии хотя бы одного из них настроение туриста может быть испорчено. Отмечают также специфические требования, которые зависят от персонала и выполнение которых гарантирует нормальное психологическое состояние гостя [1].

Не менее важными для определения качества отдыха и комфортной среды является окружение туриста. Впечатления, которые остаются у туриста, формируются целой группой самостоятельных участников рынка, каждый из которых оказывает непосредственное влияние на общее качество и восприятие ту-

ристом путешествия как целостного продукта.

Это, в первую очередь, субъекты туристского рынка – авиакомпании, туроператоры, отели, рестораны, туристские аттракционы пр.

Второй круг составляют представители сопутствующих рынков – объектов индустрии развлечений, отдыха и пр.

Не менее значимой для впечатлений от отдыха является организация функционирования всех субъектов, участвующих в создании турпродукта на территории дестинации (органы власти, туристские информационные центры и пр.), состояния социальных объектов (дорог здравоохранения, системы безопасности и пр.), а также от отношения к туристам местных жителей.

Третьей составляющей, определяющей качества сервиса, являются ожидания туриста и его предпочтения. Условия, на которые обращает внимание турист при посещении пляжных территорий и которые в большей степени влияют на восприятие комфортного отдыха, можно объединить в несколько групп:

- местоположение пляжей; рельеф дна и механический состав прибрежных территорий, береговая зона пляжа, экологическое состояние акваторий и пляжной территории, живописный ландшафт, качество питьевой воды;
- возможность активного отдыха на воде;
- качество сервиса, стоимость предоставляемых дополнительных услуг;
- условия для семейного отдыха, отдыха с детьми, отдыха людей с ограниченными физическими возможностями, для молодежной категории, а также возможность пройти курс оздоровления (курортного лечения), наличие SPA-центров;
- престижность, популярность и имидж курорта.

Очевидно, что для формирования целостного представления о комфортной среде пляжных дестинаций необходимо проведение исследований, которые должны осуществляться в рамках единой стратегии, с учетом технических и функциональных показате-

лей качества, с проведением экспертных оценок и массовым анкетированием туристов. Проведение таких исследований в пределах пляжных дестинаций должно быть дифференцировано с учетом их масштаба, стадии жизненного цикла, природных характеристик пляжных территорий, рекреационной нагрузки и других показателей.

Выводы. В последнее время в научной литературе активно обсуждалось понятие дестинация, однако пляжная дестинация не стала предметом активного рассмотрения. Как научная категория, как объект управления и как важнейший структурный элемент туристского продукта, принципиально важным является анализ природы, структуры и содержания самого понятия дестинация, а также определения качества предоставляемых услуг. Преобладание в предпочтениях туристов целей пляжного отдыха определяет научный интерес поиску показателей к качеству сервиса. Результаты исследования показали, что основными составляющими оценки комфортной среды пляжных дестинаций мо-

гут стать, во-первых, определение информационного, экономического, эстетического, бытового и психологического комфорта, как основных составляющих уровня комфорта; во-вторых, оценка окружения туриста и, наконец, оценка условий, на которые обращает внимание турист при посещении пляжных территорий и которые в большей степени влияют на восприятие комфортного отдыха.

Для формирования целостного представления о комфортной среде пляжных дестинаций необходимо проведение исследований, которые должны осуществляться в рамках единой стратегии, с учетом технических и функциональных показателей качества, с проведением экспертных оценок и массовым анкетированием туристов.

Проведение таких исследований в пределах пляжных дестинаций должно быть дифференцировано с учетом их масштаба, стадии жизненного цикла дестинации, природных характеристик пляжных территорий, рекреационной нагрузки и других показателей.

Список источников:

1. Зорин И.В., Каверин Т.П., Квартальнов В.А. и др. Обеспечение качества туристского продукта / В кн. Туризм как вид деятельности. М.: Финансы и статистика, 2002. С. 116-136.
2. Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник КемГУ. 2012. №4(52). Т.1. С. 131-136.
3. Пегушина А.А. Пляжные территории в Крыму: проблемы и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т.13. Вып. 2. С. 141-151. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10213.
4. Реймерс Н.Ф. Природопользование: Словарь-справочник. М.: Мысль, 1990. 637 с.
5. Сафарян А.А. Территория как дестинация // Современные проблемы науки и образования. 2015. №2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21512>.
6. Щепакин М.Б., Басюк А.С. Туристская дестинация: характерные черты и этапы // Научный журнал КубГАУ. 2014. №97(03). URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/03/pdf/82.pdf>.
7. Яковенко И.М., Лазицкая Н.Ф., Яковенко Е.В. Методические подходы к классификации пляжей // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2016. Т.2(68). №1. С. 73-85.
8. Яковенко И.М., Лазицкая Н.Ф., Яковенко Е.В. Апробация методики мониторинга качества пляжей на примере г. Севастополя // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «География». 2014. Т.27(66). №3. С. 41-51.
9. Tourism: A Modern Synthesis / Page, S. J., Connell, J. (eds.). London: Thomson Learning, 2014. 479 p.
10. Weaver D., Lawton L. Tourism management. Milton Old: Wiley, 2010. 490 p.

References

1. **Zorin, I. V., Kaverin, T. P., & Kvartalnov, V. A.** (2002). Obespecheniye kachestva turistskogo produkta [The quality assurance of the tourist product]. In: *Turizm kak vid deyatel'nosti [Tourism as a type of activity]*. Moscow: Finance and statistics, 116–136. (In Russ.).
2. **Kirianova, L. G.** (2012). «Turistskaya destinatsiya» kak kompleksnyy kontsept i klyuchevoy element turistskoy sistemy ["The tourist destination" as a complex concept and the key element of the tourist system]. *Vestnik KemGU [Bulletin of KemSU]*, 1(4/52), 131-136. (In Russ.).
3. **Pegushina, A. A.** (2019). Plyazhnyye territorii v Krymu: problemy i perspektivy [The beach territories in the Crimea: problems and prospects]. *Servis v Rossii i za rubezhom [The Service in Russia and abroad]*, 13(2), 141-151. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10213. (In Russ.).
4. **Reymers, N. F.** (1990). *Prirodopolzovaniye [The Nature Management]: Dictionary-reference*. Moscow: Mysl. (In Russ.).
5. **Safaryan, A. A.** (2015). Territoriya kak destinatsiya [The territory as a destination]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya [Modern problems of science and education]*. 2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21512>. (In Russ.).
6. **Shchepak, M. B., & Basyuk, A. S.** (2014). Turistskaya destinatsiya: kharakternyye cherty i etapy [The tourist destination: characteristic features and stages]. *Nauchnyy zhurnal KubGAU [Scientific journal of Kubgau]*, 97(03). URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/03/pdf/82.pdf>. (In Russ.).
7. **Yakovenko, I. M., Lazitskaya, N. F., & Yakovenko, E. V.** (2016). Metodicheskiye podkhody k klassifikatsii plyazhey [The methodological approaches to the classification of beaches]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernad'skogo. Geografiya. Geologiya [Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology]*, 2/68(1), 73–85. (In Russ.).
8. **Yakovenko, I. M., Lazitskaya, N. F., & Yakovenko, E. V.** (2014). Aprobatsiya metodiki monitoringa kachestva plyazhey na primere g. Sevastopolya [The approbation of methods for monitoring the quality of the beaches on the example of Sevastopol]. *Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta imeni V. I. Vernad'skogo. Seriya «Geografiya» [Scientific notes of the Taurida National University named after V. I. Vernadsky. Series "The Geography"]*, 27/66(3), 41–51. (In Russ.).
9. **Page, S. J., & Connell, J. (Eds.).** (2014). *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning.
10. **Weaver, D., & Lawton, L.** (2010). *The tourism management*. Old Milton: Wiley.