

является тем инструментом, который позволяет активизировать процесс воспроизводства спроса и повысить эффективность сбытовой деятельности [2, с. 117]. Коммуникативная политика — система принципов по отношению к взаимодействию, обмену информацией с внешними организациями или системами, которой придерживается какой-либо субъект коммуникации. При более узком рассмотрении представляет собой использование на практике искусства или науки осуществления взаимодействия между коммуникантами [3, с. 116].

Проведенный анализ позволяет четко определить границы объекта научного исследования. Им является комплекс действий предприятия гостиничного бизнеса, направленный на достижение целей путем взаимодействия с общественностью на основе использования средств коммуникаций.

### Литература

1. *Багиев, Г.Л.* Маркетинг: учеб. для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г.Л. Багиева. — М.: Экономика, 1999.
2. *Песоцкая, Е.В.* Маркетинг услуг / Е.В. Песоцкая. — СПб.: Питер, 2000.
3. *Шарков, Ф.И.* Современные маркетинговые коммуникации. Словарь-справочник / Ф.И. Шарков. — М.: Альфа-Пресс, 2006.

*Е.В. Плугарь, канд. экон. наук, доцент  
Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского  
(Симферополь, Автономная Республика Крым)*

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КРЫМА

Региональная туристическая политика Крыма как целенаправленная деятельность региональных, общественных и частных структур по разработке и реализации методов, механизмов и инструментов правового, экономического, социального и других воздействий с целью обеспечения комплексного реформирования рекреационного комплекса АР Крым, его эффективного развития, удовлетворения внутреннего и внешнего спроса на туристические услуги и товары при условии рационального использования имеющегося потенциала, сохранения экологического равновесия и культурного наследия, реализуется в соответствии со Стратегией экономического и социального развития АР Крым на 2011–2020 годы.

Согласно принятой Программе развития и реформирования рекреационного комплекса АР Крым на 2014–2016 годы, основными направлениями деятельности определено следующее:

1) рекламная и имиджевая политика, диверсификация рынков сбыта регионального туристического продукта, в связи с чем проводится активная популяризация Крыма как курорта путем участия в международных выставках, форумах, проведения инфотуров, проекта «Дни Крыма в регионах Украины, странах ближнего и дальнего зарубежья», открытия Крымских курортно-туристических офисов в регионах Украины и зарубежных стран; трансляции научно-популярных передач о лечении в Крыму на местных телеканалах, установления наружной рекламы;

2) развитие видов туризма, ориентированных на расширение рамок высокого сезона, в частности круглогодичное курортное лечение и оздоровление, событийный туризм, историко-культурный туризм, активные виды туризма (велотуризм, автомобильный туризм, дайвинг, спелеотуризм, альпинизм, серфинг, спортивное ориентирование, охотничий туризм, парапланеризм, В.А.С.Е.-джампинг и др.);

3) создание и поддержка крымской сети продвижения и продажи туристического продукта путем внедрения единой сети онлайн бронирования;

4) развитие туристической инфраструктуры на основе содействия реконструкции подъездных путей и стоянок транспорта возле объектов, пользующихся повышенным спросом туристов, проведения маркировки туристических троп и маршрутов, установки информационных туристических указателей, открытия пляжей общего доступа, развитие сети аварийно-спасательных станций, создания и внедрения правовой основы государственного мониторинга и контроля за порядком использования туристических ресурсов;

5) институциональное развитие туристической индустрии в соответствии с международными стандартами, внедрение Кодекса добросовестных практики в туризме, статистического учета по стандарту UNWTO, поддержка профильных ассоциаций;

6) поддержка отрасли в обучении персонала и популяризация специальностей туристической индустрии.

Вместе с тем региональная туристическая политика Крыма не охватывает такие важные направления, как социальный туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями в создании условий для путешествий инвалидов, пенсионеров, ветеранов войны и труда, школьников, молодежи; не урегулированными остаются вопросы категоризации объектов размещения, качества предоставляемых услуг; содействия модернизации санаторно-курортного комплекса.

## Литература

1. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011–2020 годы // Министерство экологического

развития и торговли Республики Крым [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.minek-crimea.gov.ua/content.php?cid=strategy>

2. Программа развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2014–2016 годы // Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: [http://crimea.gov.ua/images/DOC/program/program\\_of\\_development.pdf](http://crimea.gov.ua/images/DOC/program/program_of_development.pdf)

*О.М. Рощинская, канд. филос. наук, доцент  
МГЛУ (Минск)*

*М.Н. Трушко, канд. филос. наук, доцент  
БГЭУ (Минск)*

## **ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Сельский туризм — это важная сфера деятельности, способствующая решению ряда специфических (экономических, социокультурных, этнокультурных, социальных, личностных) проблем. Развитие агротуризма в нашей республике объяснимо и имеет богатую материальную и культурную основу. Сельский туризм является одним из действенных методов сохранения культурного наследия народа, он обладает возможностью активизировать скрытые ресурсы и пропаганду белорусских культурных традиций, а также потенциалом сохранения и передачи потомкам накопленных веками духовных и материальных культурных богатств. Сегодня в сельском туризме при моделировании маршрутов и экскурсий, познавательных, рекреационных, анимационных и оздоровительных программ активно используются элементы и мотивы традиционной белорусской культуры.

Развитие агротуризма может побудить горожан путешествовать по своей стране. Сельский туризм предполагает не только удовлетворение потребности в отдыхе, но и способствует обустройству и восстановлению частного хозяйства, а также всей местности, создает новые рабочие места, дает заработок местным жителям и, следовательно, способствует развитию села. Это простор для восстановления утраченных связей между людьми — жителями одной местности, между хозяевами, ведущими большое общее хозяйство, путем обустройства данных хозяйств, комплексов. Это, наконец, возможность проявления креативных возможностей и яркой индивидуальности многих людей, живущих в сельской местности.

Огромный потенциал при формировании туристических программ в агротуризме коренятся в обращении к традиционной белорусской культуре. При создании туристического продукта могут быть задействованы такие элементы материальной культуры белорусов, как дом, его внут-