

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

Е. А. Камбарова¹⁾, О. А. Асабуа²⁾

1) канд. геогр. наук, доцент, АНО ВО Новороссийский институт (филиал) Московского гуманитарно-экономического университета, г. Новороссийск, Россия; kambarka@mail.ru

2) аспирант, ФГБОУ ВО Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия; (Республика Абхазия, г. Сухум); o_asabua@bk.ru

Аннотация. Рассматривая информационную систему Республики Абхазия, в данной статье обосновывается необходимость совершенствования использования средств распространения туристской информации и её инфраструктуры, что обусловлено стремлением к дальнейшему успешному развитию отрасли. Становление информационного рынка в стране, повышение эффективности деятельности и устойчивости функционирования информационных агентств, отдельных туристских организаций, занимающихся продвижением, на государственном и региональном уровнях весьма важно через совершенствование средств наружной информационной системы страны, деятельность Торгово-промышленной палаты и поддержку печатного информационного пространства.

Ключевые слова: информационная инфраструктура, Республика Абхазия, туризм, туристский комплекс.

INFORMATION INFRASTRUCTURE OF THE TOURIST COMPLEX OF THE REPUBLIC OF ABKHAZIA

Е. А. Kambarova¹⁾, О. А. Asabua²⁾

1) Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Novorossiysk Institute (branch) of the Moscow Humanitarian-Economic University, Novorossiysk, Russia; kambarka@mail.ru

2) graduate student, Kuban State University, Krasnodar, Russia; (Republic of Abkhazia, Sukhum); o_asabua@bk.ru

Abstract. Considering the information system of the Republic of Abkhazia, this article substantiates the need to improve the use of means of dissemination of tourist information and its infrastructure, which is due to the desire for further successful development of the industry. The formation of the information market in the country, increasing the efficiency and sustainability of the functioning of information agencies, individual tourist organizations engaged in promotion at the state and regional levels is very important through the improvement of the means of the country's outdoor information system, the

activities of the Chamber of Commerce and Industry and the support of the printed information space.

Keywords: information infrastructure, Republic of Abkhazia, tourism, tourist complex.

Необходимость совершенствования использования средств распространения информационной инфраструктуры, обусловлена дальнейшим успешным развитием, как информационного рынка в целом, так и повышением эффективности деятельности и устойчивости функционирования информационных агентств, и отдельных организаций, занимающихся рекламной деятельностью. На государственном уровне весьма актуальным является совершенствование средств наружной информационной системы страны. Характеризуя инфраструктурный комплекс Черноморского побережья России, невозможно обойти стороной территорию Республики Абхазия, которая оказывает непосредственное влияние и корректирует тенденции развития туристской отрасли Сочинской агломерации [1]

В ходе анализа информационной стратегии в туризме Республики Абхазия выявлены конкурентоспособные туристские специализации туристской отрасли: культурно-познавательная; деловая; экологическая; событийная; этнографическая; паломническая; оздоровительная; активная: спортивный, приключенческий туризм; научная; образовательная. И по каждой из них можно организовывать рекламную политику, которая сможет стимулировать продвижения туризма Республики Абхазии на международном рынке. Реклама в туризме в Республике Абхазия – ключевой элемент привлечения туристов. При огромной конкуренции на рынке туристских услуг, важную роль играет выбранное средство распространения рекламы [2].

Исследуя средства распространения рекламы в туристской отрасли в Республике Абхазия можно сделать следующие выводы, раскрывающие сущность и современное состояние средств распространения рекламы и их дальнейшее развитие:

- обширное применение рекламы и ее средств в любой сфере бизнеса для продвижения своего продукта на рынок потребителей и партнеров по сотрудничеству приносит неоспоримую пользу,

- важны и необходимы все виды и средства доступной рекламы и информации для получения новых возможностей различным фирмам и предприятиям,

- необходимо обращать внимание и учитывать факторы и решения, принимаемые при выборе средств распространения туристской рекламы, тщательно проводить исследования, для того чтобы данное выбранное средство оказало как можно больший эффект,

- исходя из планов и деятельности рекламодателей и рекламных агентств, можно выделить наиболее используемые средства распространения рекламы в Абхазии, такие как наружная реклама, что

объясняется увеличением мобильности населения, повышением качества и количества носителей, однако, неразвитой в сфере туризма; Интернет; телевизионная реклама, несмотря на ее высокую стоимость, ее все таки любят, поскольку она передает зрительные образы, а они самые наглядные и убедительные из всех возможных; социальная реклама, нацеленная на решение проблем местного населения; выставки и ярмарки, становящиеся все более популярными, позволяющие выдвигать национальный туристский продукт на мировой рынок; благодаря своей оперативности, повторяемости и широкого распространения реклама в прессе, рассматривается как одно из самых популярных в мире и эффективных рекламных средств, которая уверенно набирает темпы и в нашей стране,

– необходимость совершенствования использования средств распространения рекламы обусловлена дальнейшим успешным развитием как рекламного рынка в целом, так и повышением эффективности деятельности и устойчивости функционирования рекламных агентств, и отдельных туристских организаций, занимающихся рекламной деятельностью [4],

– применение на практике предложенных рекомендации по совершенствованию использования средств распространения рекламы, безусловно, позволят значительно повысить эффективность проводимых рекламных кампаний в туризме в нашей стране.

Следует отметить, что средства распространения рекламы функционируют не в полной мере, еще недостаточно выполняют свою главную информационную функцию – предоставление потребителям возможности получить достаточно сведений о различных туристских продуктах и услугах, производимых на территории Абхазии и за рубежом. Безусловно, рассматривая тенденции устойчивого развития региона, необходимо отметить информационную зависимость территории Республики, обусловленную месторасположением и приоритетами основных туристских потоков [5, 6]. Непосредственная сопряженность с примыкающей Сочинской агломерацией, ведет к объединенным рекламно-информационным стратегиям российских и абхазских организаций, вынужденных, совместно коррелировать спрос в рассматриваемом регионе. Помимо рекламы в интернете, популярными средствами распространения в туризме Абхазии становятся выставки и ярмарки, организуемые торгово-промышленной палатой Абхазии. Патронаж Торгово-промышленной палаты Республики Абхазии выставочно-ярмарочных мероприятий – совокупность мер, обеспечивающих официальную поддержку Торгово-промышленной палатой Республики выставочно-ярмарочным мероприятиям, проводимым в интересах развития предпринимательства, пропаганды отечественных товаров (туристских услуг), повышения эффективности экономики государства. Выездные выставочно-ярмарочные мероприятия, в организации и проведении которых заинтересованы абхазские организации, работающие в сфере

промышленного производства, потребительского рынка и оказания услуг, в том числе в индустрии гостеприимства и туризма [3].

Анализ приоритетных сторон развития туристской отрасли в Республике Абхазия позволил сделать ряд выводов. Необходимо выстроить систему целевых мероприятий в долгосрочном аспекте и последовательно их реализовать. Для решения этих проблем должен быть использован программно-целевой метод, применение рекламных стратегий и комплекса маркетинговых мероприятий в Республике. Кроме того должны быть поддержаны стратегические документы в сфере развития туризма. А на международном уровне, туристская информационная инфраструктура способна предоставить новые возможности для развития межгосударственного контакта в деловой, политической и социальной сферах.

Список использованных источников:

1. Камбарова Е.А. Современный уровень развития туристско-рекреационного комплекса в муниципальных образованиях Краснодарского края / Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – Краснодар, 2015. – С. 170–174.

2. Максименко А.Г. Возможности развития туризма посредством инструментов территориального маркетинга // Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития: матер. VI Междунар. науч.-практ. конфер. – Краснодар, 2018. С. 325–328.

3. Максименко А.Г. Приоритеты в продвижении туристских дестинаций Юга России / Современные проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: сб. ст. II межрегион. научно-практ. конфер. – Вологда: Вологодский государственный университет, 2021. – С. 50–52.

4. Максименко А.Г. Формирование механизмов регулирования туристского рынка: Учеб.-метод. комплекс. – Краснодар: Изд-во Кубан. гос.ун-та., 2020.

5. Максименко А.Г., Морев И.А. Туристский регион: особенности устойчивого развития и управления / Географические исследования Краснодарского края: сб. науч. тр. / Отв. ред. А.В. Погорелов. Краснодар, 2010. – С. 217–223.

6. Щемелева Ю.Б., Горовенко Л.А. Интеграция проектной деятельности с различными областями науки, экономики, производства // Прикладные вопросы точных наук Материалы IV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, преподавателей. - Армавир: РИО АГПУ, 2020. - С. 279-282.