

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
Санкт-Петербургский государственный университет
Институт Наук о Земле

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

«Разработка и экономическое обоснование нового туристского продукта в Республику Крым»

Бакалавра 4 курса
Направления 100400 «Туризм»
Горкунова Максима Дмитриевича

Заведующий кафедрой:
к.г.н. Каледин Николай Владимирович

(подпись)

«__» _____ 2016г.

Научный руководитель:
Быстров Сергей Александрович
к.э.н., доцент

(подпись)

«__» _____ 2016г.

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Теоритические основы понятия туристский продукт	8
1.1. Понятие и структура турпродукта	8
1.2. Этапы и технологии разработки ТП	11
1.3. Специфика и перспективы развития турпродукта во внутреннем туризме	19
Глава 2. Туризм в Республике Крым	23
2.1. Оценка туристских ресурсов Республики Крым	23
2.2. Анализ текущего положения туризма в КФО	33
2.3. Государственные программы и мероприятия по развитию туризма	36
Глава 3. Разработка и экономическое обоснование туристского продукта в Республике Крым	41
3.1. Разработка туристского продукта	41
3.2. Формирование маркетинговых мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта	46
3.3 Экономическое обоснование туристского продукта	48
Заключение	62
Список литературы	63
Приложение 1	65
Приложение 2	75
	75

Введение

В наши дни во всём мире рынок туристских услуг стремительно растёт и развивается. И Россия не является исключением. Конкуренция в данной отрасли растёт не только за счёт увеличения отечественных туристских фирм, но и за счёт выхода на наш рынок иностранных компаний, занятых в туризме. В связи с таким разнообразием предложения, в современных условиях, неотъемлемой частью удержания своих позиций на рынке и задачей каждого туроператора является создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта. Из этого следует, что успешная деятельность туристской фирмы неразрывно связана с разработкой турпродукта, будь то создание совершенно нового предложения, или усовершенствование существующего, так как туристский бизнес не может существовать без соответствующих потребностям и предпочтениям потребителей турпродуктов и услуг.

Вместе с тем растёт конкуренция между дестинациями, принимающими туристов. Такая конкуренция выражается на уровне регионов и стран. Для большинства стран, и наша здесь не исключение, важно не только привлечь туристов из-за границы, но и удержать своих собственных туристов с их средствами в пределах страны. Это не значит, что государство должно бороться с выездным туризмом, однако значит, что оно должно бороться за развитие внутреннего туризма, его развитие и привлекательность.

В связи со всем вышесказанным в данной работе целью было поставлено – Разработать и экономически обосновать новый туристский продукт в Республику Крым.

Сразу сделаем оговорку, что в связи с неразрывной связью ГФЗ Севастополя с Республикой, он также включён в данную работу, несмотря на то, что Севастополь является отдельный субъектом федерации.

К данной работе были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты создания туристского продукта;

- рассмотреть специфику и перспективы развития турпродукта во внутреннем туризме;
- оценить туристские ресурсы Крымского федерального округа ;
- изучить положение крымской дестинации на российском рынке внутреннего туризма;
- рассмотреть программы государственной поддержки развития внутреннего туризма,

в т.ч. поддержки для Крымского федерального округа

- разработать туристский продукт, привести его экономическое обоснование и предложить пути продвижения.

Объект исследования: Республика Крым и ГФЗ Севастополь.

Предмет исследования: Туристский продукт по направлению Крым.

Методологической основой исследования послужили труды отечественных ученых, посвящённых проблемам разработки туристского продукта и путей его продвижения, периодические издания, электронные источники информации и нормативно-правовые акты.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных в результате исследования выводов для развития внутреннего туризма и туризма в Крыму, а так же внедрения разработанного туристского продукта, в деятельности туристских предприятий.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена поставленными целями и задачами и представлена введением, тремя взаимосвязанными главами, заключением, списком использованной литературы и приложениями.

- 1) В первой главе рассматриваются теоретические основы понятия туристского продукта, его разработка и важность развития внутреннего турпродукта.
- 2) Во второй главе рассматривается и анализируется положение крымской дестинации, состояние туристской инфраструктуры и туристские ресурсы Крыма.

3) В третьей главе разрабатывается новый турпродукт и создаются рекомендации по его продвижения на рынок.

Глава 1. Теоритические основы понятия туристский продукт

1.1. Понятие и структура турпродукта

Туризм и туристская деятельность крайне сложные социальные явления, представляющиеся частью многогранной человеческой жизнедеятельности. Туристскую же деятельность можно рассматривать в виде деятельности организаторов туризма (туроператоров и турагентов, а также иных участников) по созданию туристских услуг и деятельности туристов, являющихся потребителями этих самых услуг. Туристский продукт является ключевым звеном как для организаторов туризма (туроператоры создают его, а турагенты реализуют), так и для туристов, которые потребляют его в процессе отдыха и/или своей восстановительной, а возможно и деловой деятельности. По законодательству Российской Федерации турпродуктом именуется комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта [12]. То есть обязательными условиями для турпродукта являются лишь услуги размещения и перевозки. Однако туда также могут входить экскурсионные услуги, питание, аттрактивные компоненты, финансовые и страховые услуги, обеспечение других нужд туриста.

М.Б. Биржаков в своей работе “Введение в туризм” утверждает, что туристский продукт состоит из трёх компонентов 1) туристских услуг; 2) работ, сопровождающих процесс потребления; 3) товаров, которые потребляются в рамках тура и за его рамками. В категорию услуги входят, как обязательные для любого турпродукта размещение и перевозка, так и прочие услуги. К работам, при данном подходе, относятся страхование, информационные услуги, банковские услуги, фотоуслуги и прочее. То есть такие работы не имеют в себе аттрактивной составляющей, однако они необходимы для реализации основных услуг. И наконец товары, которые

удовлетворяют потребности каждого туриста в тратах. Таким образом мы видим, что составляющих в турпродукте на практике куда больше, а само понятия существенно расширяется, относительно понятия представленного в законе. [5]

Теперь необходимо определиться с таким важным, но отличным от понятия турпродукта, понятием тура. Тур есть реализуемая покупателю товарная форма турпродукта, а если конкретнее – набор услуг и товаров, который связан общей целью путешествия, предоставляется по определённой программе и в определённое время, привязан к конкретному маршруту, датам, средствам размещения и ценам. Можно сказать, что тур это конкретизированная форма турпродукта, представленная потребителю. Говоря о турпродукте, в конечном результате мы всегда подразумеваем тур, основой которого в свою очередь служит турпродукт. [3]

Веткин и Винтайкина в своей работа “Технология создания турпродукта” отмечают, что любой турпродукт создаётся на основе некой базовой услуги. То есть услуги, которая воплощает в себе общую цель конкретного турпродукта и влияет на формирование всего набора прочих услуг. Действительно турпродукт не сама цель, а лишь стандартизированное и общепринятое средство для реализации идеи создания интересной услуги. И не важно отдых ли это на пляже или деловая поездка, туроператору необходимо будет сформировать из неё туристский продукт. [3]

Также обозначим понятие турпакета, то есть некоего минимального набора услуг, предлагаемых туристу в рамках турпродукта. От этого минимального набора формируется каркас тура, и уже после его продажи, как правило, присоединяется продажа прочих услуг, которые могут содержаться в турпродукте. В турпакет всегда входят услуги перевозки и размещения и почти всегда услуги предприятий общественного питания. [3]

И наконец, следует выделить особенности туристского продукта. Первая заключается в неразрывности производства и потребления, то есть сам потребитель должен быть доставлен к месту производства, а не наоборот,

как обычно происходит с товарами. В случае с туруслугами это особенно важно. Ведь при оказании повседневных услуг человек сам доставляет себя к месту их потребления. В случае же с туруслугами его необходимо доставить до точки их потребления, кроме того сама доставка также входит в комплекс туристских услуг. Второй особенностью является ограниченность туриста в сроках пребывания в на местах потребления туристских услуг. Данная особенность заставляет туриста интенсифицировать своё время на отдыхе, то есть тратить очень значительные средства за небольшой промежуток времени. Это особенность порождает необходимость организовывать туристское производство на очень высоком уровне, продумывать их последовательность и прочее. Третьим свойством можно назвать невозвратность услуги. Никакой брак или не может быть исправлен после обслуживания. В каком-то смысле у услугодателя нет права на ошибку. За каждую серьёзную ошибку придётся жёстко расплачиваться и не в рамках оказываемых услуг. Четвёртое свойство заключается в том, что любая туристская услуга, равно как и услуга в целом, не сохраняется во времени. Если туры на сегодняшний день не были реализованы, это означает, что эти туры пропали навсегда. Свойства несохраняемости туристских услуг во времени накладывает жёсткие требования на их реализацию. Пятым свойством, также общим для всех услуг, является невозможность хранения турпродукта. Шестым специфичным свойством можно обозначить изменчивость. Изменчивость – важная отличительная черта туристских услуг, заключающаяся в том, что качество туристской услуги зависит от того, кто, когда и где ее предоставляет. В одной гостинице сервис организован по высшему разряду, в другой, расположенной рядом, обслуживание поставлено хуже. Изменчивость турпродукта выражается и в отличиях различных туров на основе одного турпродукта и в изменениях в самом туре. И наконец седьмой особенностью следует выделить неосвязаемость. Туристскую услугу невозможно оценить и увидеть до её потребления, равно как и измерить, а

значит сравнение, оценка и описание этих услуг весьма тонкий и сложный процесс. [3] [2]

1.2. Этапы и технологии разработки ТП

Разработать новый туристский продукт задача крайне непростая, в отличие от создания просто иного тура по аналогии с уже существующим туром конкурента. Что бы разработать новый туристский продукт в выбранной дестинации необходимо, во-первых, изучить туристский рынок данной дестинации, уже освоенные направления, новые направления и потенциальные варианты направлений, во-вторых, исследовать и понять туристско- рекреационный потенциал территории, в том числе её специфических социально-экономических, природных черт и особенностей, состояние инфраструктуры, историю туризма в данной дестинации, сезонную специфику. В-третьих, определить конкурентов данной дестинации в других регионах и странах, а часто даже на других континентах. Также необходимо понять будет ли интересен такой туристский продукт потенциальному туристу. И если да, то какому именно. А значит необходимо изучить и рынок спроса. [2]

Если туроператор полагает, что данный турпродукт будет интересен туристу, а также будет конкурентоспособен, то следует продумать особенности турпродукта. А именно специфику размещения, транспорта и трансферта, обеспечение других услуг... Желательно что бы эти услуги гармонировали в пространстве и времени, соответствовали общей идеи турпродукта. К каждой услуге необходимо подобрать поставщика (КСР, транспортную компанию, ПОП, экскурсионные предприятия и т.д.). Далее идёт расчёт стоимости примерной стоимости продукта, а также затрат на его продвижение. После необходимо понять будет ли цена, продаваемых туров на основе базового турпродукта конкурентоспособной по отношению к предложениям конкурентов. [4]

Затем следует провести пробный маркетинг, который означает продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения

к нему потенциальных покупателей, а также выявления и устранения возможных недостатков; чаще всего это исследование проводится при проведении ознакомительного тура для турагентств – партнеров данного туроператора. Заодно находятся и первые компании-реализаторы нового турпродукта.

И если всё с новым продуктом получается удачно, то наступает этап его коммерциализация. Который заключается в организации его массовой продажи на рынке туристских услуг. По итогам реализации турпродукта, происходит его постоянное исследование и доработка для дальнейшей реализации.

В Российской Федерации существует специальный ГОСТ, указывающий на технологию и этапы разработки турпродукта. Это ГОСТ Р 50681-2010. Без рассмотрения данного ГОСТа невозможно дальнейшая работа над созданием турпродукта.

Данный ГОСТ устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе туристских услуг входящих в туристский продукт. Данный стандарт применяется юридическими лицами, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, индивидуальными предпринимателями, оказывающими туристские услуги и/или услуги по разработке технических документов в сфере туризма. [17]

Данный ГОСТ указывает следующие основные положения по проектированию туристских услуг:

- 1) Проектирование туристских услуг осуществляется туроператором или организацией, предоставляющей услуги по проектированию туристских услуг, а также саморегулируемой или общественной организацией, осуществляющей деятельность в сфере туризма, в целях определения основных параметров и характеристик новых туристских продуктов

2) Проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с техническим заданием, разрабатываемым туроператором с учетом следующих основных факторов

- конъюнктуры рынка туристских услуг
- запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги)
- состояния и структуры объектов туристской индустрии
- межрегионального кластерного подхода
- результатов маркетинговых исследований
- обеспечения безопасности туристских услуг
- защиты прав потребителей туристских услуг
- предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора
- соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований
- наличие договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями

3) Порядок и основные параметры технического задания на проектирование туристского продукта/услуги утверждаются руководителем туроператорской компании/организации-соисполнителя туристской услуги

4) Формирование туристского продукта осуществляется в соответствии с техническими и технологическими требованиями

- К техническим требованиям относятся
 - требования к документам, в том числе картам и схемам маршрутов путешествий, паспортам трасс туристских походов, схемам трасс маршрутов и т.п.;
 - требования, учитывающие инженерные, геологические, геодезические, почвенные и гидрологические характеристики территории;
 - регламенты использования технических средств, в том числе: паспорта объектов туристской индустрии, инструкции о правилах

использования оборудования, туристского снаряжения, других технических изделий, чертежи, рисунки и т.д.

Технические требования, направленные на обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, охраны окружающей среды, минимизацию рисков для потребителей туристских услуг, устанавливаются в соответствии с законодательством и ГОСТам

- К технологическим требованиям принадлежат
 - требования, установленные в технологических картах процессов оказания туристских услуг (туристских маршрутов, экскурсий и пр.);
 - требования, предусмотренные в технологических инструкциях;
 - требования, предусмотренные национальными стандартами, отраслевыми технологическими нормами;
 - квалификационные требования, содержащиеся в должностных инструкциях, стандартах работы персонала и др.

Согласно ГОСТу основными этапами проектирования турпродукта являются следующие:

1. Проектирование туристских услуг осуществляется в несколько этапов:
 - составление моделей туристских услуг;
 - разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг;
 - установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг;
 - определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг;
 - утверждение документов на проектируемые туристские услуги.
2. При составлении модели туристской услуги учитывают следующие факторы:
 - вид туристской услуги;

- основную направленность/назначение туристской услуги (оздоровление, осмотр природных достопримечательностей, посещение объектов историко-культурного наследия и др.);

- маршрут путешествия (путь следования, пункты отправления и прибытия, перечень пунктов ночевки, стоянок и т.п.);

- перечень соисполнителей (поставщиков услуг по размещению туристов, организации питания и перевозок);

- метод обслуживания туристов;

- перечень организаций и индивидуальных предпринимателей, оказывающих дополнительные услуги (организация досуга, консалтинговые, информационные и другие услуги). [17]

3. Установление нормируемых характеристик/показателей для каждой туристской услуги осуществляют в зависимости от ее вида и назначения. Для каждой характеристики/показателя услуги должны быть указаны приемлемые для потребителя и исполнителя значения.

3.1 Основными требованиями к туристским услугам и условиям обслуживания туристов являются:

- соответствие назначению;
- безопасность;
- точность и своевременность исполнения;
- эргономичность;
- комфортность;
- эстетичность;
- информативность;
- доступность.

Характеристики туристских услуг, указанные в проектных документах, должны соответствовать требованиям национальных стандартов.

3.2 Дополнительными требованиями к процессам оказания услуг являются:

- категория, тип, количество и пропускная способность объектов туристской индустрии (средств размещения, горнолыжных трасс, пляжей и др.), используемое снаряжение и оборудование;

- количество и компетентность необходимого персонала, обслуживающего туристов на каждом этапе оказания услуги, и необходимый уровень профессиональной подготовки;

- обязательства исполнителей и соисполнителей туристских услуг по надлежащему их оказанию в соответствии с заключенными договорами, включая условия возмещения ущерба. [17]

4. Установление технических и технологических требований при проектировании туристских услуг осуществляется для процессов формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

4.1 Результатом данного этапа проектирования являются проекты технических условий, технологических инструкций, технологических карт, стандартов работы персонала и других документов. [17]

5. В документах, регламентирующих проведение контроля качества, устанавливаются методы и формы проведения контроля на соответствие запроектированным характеристикам. [17]

6. Анализ разработанных проектов документов на туристские услуги проводится специалистами - представителями соответствующих функциональных подразделений туристской организации, в том числе с привлечением независимых экспертов.

6.1 Анализ проводится с целью подтверждения:

- соответствия установленных характеристик проектируемой услуги требованиям безопасности для жизни и здоровья туристов, а также охраны окружающей среды;

- соответствия требований к процессам обслуживания туристов запроектированным характеристикам услуг;

- эффективности методов контроля качества туристских услуг и объективности оценки их характеристик.

6.2 Анализ проектов документов направлен на выявление и своевременное устранение несоответствий и может быть осуществлен методом верификации (инспекционное обследование маршрута, ознакомительный тур и др.).

6.3 Результатом анализа проектов документов является уточнение содержания технических документов на проектируемые туристские услуги.
[17]

7. Утверждение проектных документов на туристские услуги осуществляется руководителем туристской организации. В случае проектирования услуги по заявке заказчика технические документы на проектируемые туристские услуги согласовываются с заказчиком.

Внесенные в проектные документы изменения и дополнения утверждаются руководителем туристской организации и согласовываются с заказчиком, если проектирование проведено по его заявке.

В ГОСТе 50681-2010 также представлена информация об требованиях к особенностях проектирования отдельных видов туристских услуг и схемы взаимодействия с организациями, предоставляющими отдельные туристские услуги.

Согласно данному ГОСТу, результатом проектирования туристских услуг являются следующие документы:

- карта (схема) туристского маршрута с указанием пунктов остановок, ночевки, средств размещения, предприятий питания; перечня экскурсий, продолжительности путешествия и др.;
- технологическая карта туристского путешествия
- информационный листок к туристской путевке
- листок с дополнительной информацией;

- перечень основных работников (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающих оказание туристских услуг на маршруте, включая требования к образованию, квалификации и профессиональной подготовке;
- стандарты работы персонала.

Отдельно нам следует выделить определения, относящиеся к услугам экскурсионного характера, так как это непосредственно связано с данной работой. Проектирование экскурсионных услуг предусматривает определение:

- тематической направленности экскурсий;
- объектов осмотра;
- продолжительности экскурсий;
- объема и качества предоставляемой информации;
- способа перемещения по маршруту экскурсии

Результатом проектирования услуги "Экскурсия" являются следующие технологические документы:

- технологические карты экскурсии;
- контрольный текст экскурсии;
- материалы "портфеля экскурсовода";
- схема трассы маршрута транспортной экскурсии;
- перечень основного и вспомогательного персонала (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающего оказание экскурсионных услуг, с указанием требований к образованию, квалификации и профессиональной подготовке;
- инструкции для экскурсантов (о правилах пользования снаряжением, правилах поведения в обычных и чрезвычайных ситуациях);
- инструкции для персонала;
- стандарты работы персонала;
- дополнительная информация. [17]

1.3. Специфика и перспективы развития турпродукта во внутреннем туризме

Развитие турпродукта во внутреннем туризме обладает рядом специфических особенностей для туроператора и преимуществ для государства, относительно выездного туризма.

Касательно туроператора следует выделить следующие аспекты:

1) Туроператору нет необходимости нанимать персонал со знанием иностранных языков, а также готовить кадры к международной работе. Найти поставщиков услуг и партнёров, поддерживать с ними контакт в своей стране также проще, чем в дестинации, расположенной в другом государстве

2) При развитии внутреннего туризма туроператор может получить государственную поддержку

Так по итогам январского заседания правительства, было решено утвердить программу поддержки туроператоров, занимающихся внутренним туризмом на сумму 1,5 млрд. Однако даже на сегодняшний день не ясен механизм распределения этих средств [20]

3) Подобный турпоток более стабилен, чем турпоток за границу, он не зависит от внешних факторов и не прервётся при смене международной обстановки

4) Барьеры для выхода на рынок внутреннего туризма существенно ниже

Так согласно ФЗ об основах туристской деятельности, размер финансового обеспечения должен быть не менее 30 миллионов рублей - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае, если денежные средства, полученные ими от реализации в этой сфере туристского продукта, составляют не более 250 миллионов рублей и двенадцати процентов объема денежных средств, полученных от реализации в сфере выездного туризма туристского продукта, по данным бухгалтерской отчетности на конец отчетного года, - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае, если денежные средства,

полученные ими от реализации в этой сфере туристского продукта, составляют более 250 миллионов рублей. Если же туроператор занимается внутренним или въездным туризмом, то сумма гарантии должна быть всего 500 тысяч рублей. [12]

Также стоит заметить, что доля внутреннего туризма выше, чем доля международного, в общем объёме туристской продукции. Если обратиться к конкретным цифрам, то по данным Росстата 77,9% дохода от туризма приносит именно внутренний туризм. А внутренним туризмом занимаются чуть более половины от всех туроператоров. [15]

Если говорить о преимуществах государства, то стоит отметить следующие:

- 1) Развитие национальной экономики и экономики регионов, принимающих туристов, приток туда денежных средств
- 2) Обеспечение населения рабочими местами
- 3) Дополнительная клиентура для отечественных транспортных компаний, страховых и прочих, оказывающих услуги туристам (т.е. это выгодно не только дестинации приёма, но и стране в целом)
- 4) Привлечение интереса к истории, культуре и природе своей страны [4]

В Российском турпотоке особенный интерес вызывает развитие новых туристских направлений. В отношении познавательного туризма (которому на данный момент отведено наибольшее внимание, доказательством этого служит хотя бы факт, что туризмом в нашей стране заведует Министерство культуры). На данный момент наиболее популярными направлениями экскурсионного туризма являются Москва, Санкт-Петербург и древние города Руси. А наиболее перспективными направлениями считаются специфические в культурном или историческом отношении регионы – республики Бурятия, Карелия, Крым, ГФЗ Севастополь... В отношении турпродуктов по пляжному туризму, мы имеем крайне большой спрос на этот

турпродукт и крайне перегруженный этим спросом Краснодарский край. Существует несколько причин такому большому спросу:

1) Проблемы с доступом к курортам Турции и Египта. Так на сегодняшний день полёты в Египет запрещены указом президента РФ "Об отдельных мерах по обеспечению национальной безопасности Российской Федерации и защите граждан РФ от преступных и иных противоправных действий", которым приостанавливаются воздушные перевозки граждан в Египет. Указ действует с 8 ноября 2015 года. Доступ же к Турции запрещён в рамках антитурецких санкций РФ по геополитическим причинам. [20]

2) Социально-экономический разрыв с курортными странами Западной Европы, по причине которого, туры в эти страны слишком дорогостоящие для россиян

3) Запрет на выезд в подавляющее большинство зарубежных государств для сотрудников ряда силовых структур

4) Многие граждане по иным причинам не выезжают за рубеж (не хотят или не могут по личным причинам, боятся, не имеют заграничного паспорта, последнего, кстати, не имеют по данным ФМС почти 120 млн россиян) [15]

Если говорить о конкретных цифрах в географии внутреннего туризма, то можно выделить две главных цели для туристов:

1) Пляжно-рекреационный туризм – 36%

2) Культурно-познавательный туризм – 23%

Далее следуют деловой туризм, туризм активный (спортивный, походный и т.п.) , оздоровительный – у них от 5 до 15%. С показателем от 1 до 5 % далее следуют круизный туризм, сельский, паломнический и экотуризм. Прочие виды дают менее 1% от турпотока. [15]

Из вышесказанного можно заключить, что имеется существенный спрос на пляжный турпродукт, который уже сейчас нечем удовлетворить, а так как количество туристов постоянно возрастает, спрос также будет расти и на данный момент удовлетворить его представляется проблематичным. В

познавательном туризме это спрос также растёт. Кроме того многие страны стремятся познавать именно свою родную страну. Развитие внутреннего туризма даст толчок к развитию туристически привлекательных регионов, повысит культурный уровень россиян и их улучшит их познания о родной стране, а также предоставит многим гражданам получить свой желаемый отдых.

Также следует добавить, что по данным опроса, проведённого ВЦИОМ в ноябре-декабре 2015 года (точнее проведенного после объявления о запрете на полеты в Египет), две трети россиян (67%) считают необходимым сосредоточить усилия российских властей на развитии внутреннего туризма, а не на безопасности заграничных поездок! (Таблица 1)

По данным одного из предыдущих опросов, этим летом брали отпуск 59% россиян, однако за пределами России отдыхали только 8% из них. На курортах Краснодарского края – 14%, в Крыму – 6%. [14]

Особый интерес в развитии внутреннего туризма вызывает Крым который привлекателен сразу для обоих наиболее популярных видов туризма – пляжного и культурно-познавательного, а также вызывает большой интерес у любителей специфических спортивных и экстремальных видов отдыха.

Глава 2. Туризм в Республике Крым

2.1. Оценка туристских ресурсов Республики Крым

Проводя оценку туристских ресурсов, прежде всего необходимо разобраться с понятием туристские ресурсы. На данный момент согласно 132 ФЗ – Федеральному Закону Об основах туристской деятельности в РФ, туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил. [12] Согласно же новому проекту закона ” О Туризме и туристской индустрии” , туристскими ресурсами Российской Федерации являются рекреационные ресурсы, объекты культурного и природного наследия, иные объекты туристского показа, способные удовлетворить духовные и интеллектуальные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, поддержанию нормальной жизни и деятельности; к туристским ресурсам также относятся особо охраняемые природные территории, в том числе лечебно-оздоровительные местности и курорты. [13]

Проводя оценку туристских ресурсов Республики Крым и ГФЗ Севастополя следует учесть несколько важных моментов. Во-первых, существуют ресурсы конкретно туристские (природные, историко-культурные, инфраструктурные) и ресурсы, влияющие на туризм, однако крайне важные и для других отраслей экономики, такие как, транспортная инфраструктура, безопасность, кадровый потенциал и другое. Климатические условия и географическое положение, размеры территории всё это влияет на развитие туризма.

В-первую очередь, следует отметить удачное *географическое положение и климатические условия* для развития туризма в Крымском федеральном округе. Полуостров Крым расположен в наиболее южных для России широтах в субтропическом и умеренно-континентальном климате.

Особенно хороший климат на южном берегу крымского полуострова. Основным природным рекреационным фактором — субтропический климат средиземноморского типа. Подобный тип климата помогают поддерживать Крымские горы, защищающие южную полосу от вторжения холодных масс воздуха с севера. Положительные температуры круглый год также помогает поддерживать и тёплое Крымское течение в Чёрном море, которое является продолжением тёплого кавказского течения. [16]

Лето на Южном берегу Крыма (далее ЮБК) продолжительное (5,5—6 месяцев), солнечное, сухое (жаркое). Курортный сезон длится с начала мая по конец октября — дольше, чем в аналогичных по климату регионах Средиземноморья, таких как, Турецкая ривьера, Лазурный берег Франции или же, например, лигурийское побережье Италии. Средняя температура июля (и августа) около 24 °С, в дневные часы 28 °С (абсолютный максимум 39 °С, в последние годы — и более; в среднем 150 суток в году средняя суточная температура выше 15 °С). Жара смягчается морскими бризами. Осадки выпадают чаще в виде ливней; среднее число дней в июле с осадками — 7, с грозами — 5. Относительная влажность ок. 55 %, что не слишком много для приморского региона. Купальный сезон здесь длится с июня по октябрь; температура поверхностных слоёв морской воды у побережья в январе—феврале составляет приблизительно 8—10 °С, в июле-августе доходит до 26 °С, а иногда и выше, однако возможны резкие снижения температуры — до 13—16 °С. Это обусловлено северными ветрами, которые сгоняют тёплую поверхностную воду, в результате чего температура воды у берега резко понижается на 10 °С и более — с последующим медленным повышением. Подобное явление называется апвелинги. Однако происходит это достаточно редко. Так что подавляющую часть летнего сезона воды южного берега Крыма пригодны для купания. Тёплая сухая и солнечная осень — лучшее время года. Средняя (среднесуточная) температура в октябре — 14 °С, дневная температура — около 19 °С. Купальный сезон заканчивается в 20-х числах октября. В сентябре, как и в августе, наименьшее

число осадков. Относительная влажность 62 %, что выше чем в летний период, однако переносится подобная влажность нормально, так как температура воздуха осенью всё-таки ниже. Первые заморозки наступают лишь в конце ноября. [11]

Число часов солнечного сияния в году около 2200—2360 в год, что существенно выше, чем в большинстве регионов России. Следует также отметить особенности климата восточной части Южного берега Крыма — более жаркая и сухая погода летом, меньшая относительная влажность осенью (53 % в Судаке в сентябре), более холодные зимние месяцы. Ввиду минимального количества осадков (около 200 мм в год) здесь фактически господствует климат субтропической полупустыни, сходный, например, с Туркменистаном и Узбекистаном.

Климат горной части Крыма и степной зоны более суров, контрастен и менее аттрактивен, чем климат ЮБК. Его подробные характеристики нам малоинтересны, так как горная и степная части Крыма не являются важными курортными зонами. [16]

Среди недостатков географического положения следует выделить отрезанность Крыма от основной части страны и частичная изолированность Крыма. С материком п-в соединён лишь узкой полосой. Однако по политическим причинам основным способом связи с остальными миром стал Керченский пролив. А в плане климата следует отметить отсутствие существенных недостатков.

Природные ресурсы Крыма значительны. Особенно это касается уже упомянутых в предыдущем разделе водных (морских) ресурсов. Также высоким уровнем аттрактивности отличаются крымские ландшафты. Особенно ценятся сочетания горных ландшафтов и моря, горных и степных ландшафтов. Подобные сочетания являются благоприятным фоном для развития пляжного и экскурсионного туризма. А сами горы представляют большой интерес для любителей горного отдыха (особенно для хайкинга, пешего и вело туризма и альпинизма). Однако специфика крымских гор и

климатических условий не позволяет развивать на полуострове горнолыжный туризм. Природно-заповедный фонд региона включает 158 территорий и объектов (в том числе 46 общероссийского значения, площадь которых составляет 5,8 % площади Крымского полуострова). Основу заповедного фонда полуострова составляют 6 крупнейших природных заповедников с общей площадью территории в 63,9 тыс. га. Это заповедники Крымский(с филиалом «Лебяжий острова»), Ялтинский горно-лесной, Мыс Мартьян, Карадагский, Казантипский и Опукский. [11]

Отдельно следует упомянуть о пляжах. Протяжённость пляжей в Республике Крым составляет 517 км. На территории Республики Крым расположено 560 пляжей, из которых 10 получили сертификаты "Голубой флаг" Фонда экологического образования, тем самым подтвердив соответствие международным требованиям безопасного и комфортного отдыха.[16]

Помимо мягкого климата, тёплого моря, привлекательных пейзажей и горных ландшафтов в регионе имеются лечебные грязи и минеральные воды. Крымский полуостров обладает значительным природным бальнеогрязевым потенциалом. Многовековой опыт бальнеогрязелечения в Крыму создал популярность и известность таким курортам и грязевым месторождениям как курорту Саки и одноименному грязевому месторождению, Чокракскому курортному району и Чокракскому месторождению, Мойнакской грязелечебнице и Мойнакскому лечебному озеру. Минеральные воды занимают немаловажное место в лечебном арсенале крымских курортов. Источников минеральных вод более сотни. Они находятся в районах Керчи, Бахчисарая, Нижнегорска, Белогорска, Старого Крыма, Джанкоя, на Азовском побережье мыса Казантип, однако разработаны и используются с лечебной целью немногие — около десяти.[16]

Интерес также представляют крымские пещеры, такие как, Мраморная пещера, комплекс Красные пещеры и пещера Эмине-Баир-Хосар.

Из недостатков следует выделить отсутствие крупных и легкодоступных лесных ландшафтов, а также специфику гидрографической системы (на юге текут бурные и неприспособленные для использования в рекреации горные ручьи, а северный степной район отличается засушливым климатом, что приводит к бедности речных систем). Однако эти недостатки нельзя назвать существенными. Серьёзной проблемой может стать, разве что, обеспечение туристов питьевой водой, в случае существенного возрастания турпотока в регион.

Историко-культурный потенциал КФО формируется из богатой истории полуострова, выдавшего ещё эллинов и скифов, этнорелигиозного разнообразия населения, большого количества исторических объектов показа и мест, связанных с теми или иными событиями истории, людьми, проживавшими здесь или вдохновлявшимися крымскими красотами.

Территориально достопримечательности расположены неравномерно, в основном они сосредоточены на ЮБК, на юго-востоке полуострова (район Судака-Феодосии) и на Юго-Западе, особенно, на территории ГФЗ Севастополя.

Особенно следует выделить несколько из них, во-первых, это Остатки античного и средневекового города Херсонеса Таврического в Севастополе, который является памятником ЮНЕСКО. Это крупнейший историко-археологический комплекс, который привлекает, как рядовых туристов, так и искушённых историков, культурологов и разумеется археологов. Кроме того, это один из немногих достаточно хорошо сохранившихся памятников античной эпохи на территории Российской Федерации. К сожалению, сотрудничество с ЮНЕСКО по Херсонесу Таврическому затруднено, из-за спорного статуса Крыма в составе Российской Федерации и отношению к этому международных организаций. Во-вторых, следует назвать Ханский Дворец в Бахчисарае, который является крупнейшим историко-архитектурным комплексом крымско-татарского периода, и караимский город-крепость Чуфут-Кале, расположенный в живописных окрестностях

Бахчисарая. Это также один из известнейших туристских объектов Крыма. Они примечательны ещё и тем, что находятся вне прибрежной зоны, то есть эти памятники способны ‘вытянуть’ из курортной зоны множество туристов на продолжительное время и обеспечить их приток в глубь полуострова. В-третьих, следует отметить Генуэзские крепости в Судаке и Феодосии. Эти уникальные памятники средневековья, являются одними из немногих укреплений, возведённых европейцами на территории современной России. И если Феодосийская крепость представляет из себя по большей части развалины, то Генуэзская крепость в Судаке сохранилась достаточно хорошо, особенно её главная часть – Консульский замок. И наконец стоит отметить ряд памятников имперского периода, расположенных на ЮБК, таких как, Юсуповский и Воронцовский дворцы, также Ласточкино Гнездо, которое является настоящим символом Крыма. [16]

Более подробные данные по и историко-культурным памятникам представлены в таблице*. Исходя из этих данных можно сказать, что Крым обладает самыми разнообразными туристскими ресурсами, как природного характера, так и историко-культурного. Кроме того историко-культурные ресурсы не только расположены в разных частях полуострова, но и представляют самые разные эпохи, различны по типу и свойствам, были возведены самыми разными народами и цивилизациями для самых различных целей.

Инфраструктура на полуострове развита крайне неравномерно и имеет массу нерешённых на сегодняшний день проблем. Начнём с ***транспортной инфраструктуры***

1) Соединение полуострова с ‘Большой Землёй’, то есть с основной территорией России

Пока это соединение осуществляется с помощью паромов через Керченский пролив. Однако паромной переправе не справится не с объёмом круглогодичных грузовых перевозок, ни с резко возрастающим в летний период объёмом пассажирских перевозок. Планируется строительство моста

через пролив. Данный проект содержит в себе планы возвести как автодорожный, так и железнодорожный проезды на мосту. Мост пройдёт между Керченским и Таманским полуостровами через остров Тузла и Тузлинскую косу. Надо отметить, что данный проект крайне дорогостоящий, однако крайне необходимый не только для развития туризма в регион, но и улучшение социально-экономического положения КФО в целом. После завершения строительства у полуострова фактически появится приграничный регион – Краснодарский край. Строительство положительно скажется и на экономике края. Завершение строительства планируется на конец 2018 года, а сдача в эксплуатацию в 2019 году (согласно заявлению спец. представителя президента Виктора Зубкова). По открытию моста, его пропускная способность должна составить 10 тысяч машин в сутки и около 50 поездов. За несколько лет этот объём, за счёт дополнительных работ, планируют увеличить в три раза. [20]

Расстояние между Таманью и Керченской землёй всего 19 км, однако технически конструкция моста невероятно сложная сразу по нескольким причинам: во-первых, мост должен иметь огромную пропускную способность, во-вторых, он должен быть сейсмоустойчивым, так как в данном регионе наблюдается сейсмоактивность, в-третьих, слой ила на дне достигает до 70 метров, что крайне затрудняет строительство опор, в-четвёртых, он должен отвечать экологическим стандартам, так как на пути моста находятся гнездовья птиц и пути нереста рыбы, кроме того само по себе мелководье является крайне неудобной территорией для мостостроительства. Дополнительно хотелось бы отметить, что мост между Крымом и Таманью уже возводился в 1944 году, но опоры были разрушены льдом уже через три месяца после открытия. [20]

Правительство определило единственного подрядчика работ по проектированию и строительству транспортного перехода через керченский пролив. Предельная стоимость работ на данный момент оценивается в 228 миллиардов рублей (это, к примеру, сопоставимо с бюджетом сочинской

олимпиады). С учетом крайне сжатых сроков подрядчик был выбран в особом порядке - без конкурса...

Мост построит ООО "Стройгазмонтаж". Это головная организация Группы компаний СГМ, занимающейся преимущественно сооружением трубопроводов и морским строительством. Ключевым действующим лицом в управлении подрядчиком является, приближённый к высшей исполнительной власти РФ бизнесмен Аркадий Ротенберг. Очевидно, что участие в строительстве моста ключевых фигур экономической и политической жизни страны указывает на важность данного проекта не только для Крымского федерального округа, но и для России в целом. [20]

2) Авиационное сообщение

Это также крайне важный вопрос для полуострова. Здесь дело обстоит иначе... Основным препятствием являются не сложные технические условия для строительства авиабазы КФО, а вопросы, связанные с международными отношениями. Так первый лоукостер, летавший в Крым – Добролёт. Тут же попал под санкции международного сообщества в связи с вопросом о присоединении Крыма... На сегодняшний день из-за санкций и спорного правового статуса полуострова, официальные международные рейсы не осуществляются.

Основным аэропортом Крыма является международный аэропорт Симферополь. До 2014 года аэропорт считался международным с долей иностранных рейсов в 72 %, но при этом 80 % этих рейсов соединяли Крым с российскими аэропортами. В результате, после присоединения Крыма к России, большинство международных рейсов стали фактически внутрироссийскими, а пассажиропоток лишь увеличился. По итогам 2014 года аэропорт показал рекордные показатели роста, увеличив пассажиропоток в 2,3 раза по сравнению с 2013 годом — до 2,8 миллионов пассажиров, аэропорт принял 11,6 тыс. рейсов. А уже в 2015 году аэропорт принял по приблизительным оценкам 7 миллионов человек.

Потенциально пассажиров способны принимать аэропорты Бельбек(близь Севастополя), Заводское (Симферополь). Небольшие и на данный момент неиспользуемые в целях перевозок аэропорты имеются в Джанкое и Керчи. На данный момент существуют лишь планы использования аэропорта Бельбек для чартерных рейсов. К сожалению, при текущем уровне своего инфраструктурного развития, этот потенциально второй важнейший аэропорт Крыма и главный для ГФЗ Севастополя, пригоден лишь для небольших самолётов малой вместимости. Сейчас аэропорт используется военными. В планах сделать его гражданским значатся самые разные даты. В том числе февраль 2016, однако к данному сроку аэропорт ещё полностью не соответствовал требованиям Росавиации к обслуживанию гражданских полётов. [16] [21]

3) Третий аспект это морской транспорт, а в контексте развития туризма, это развитие круизного судоходства

Однако из-за неоднозначного международного статуса и здесь есть ряд возможных проблем. Кроме того, во все времена для науки и государственного управления от туризма был открыт вопрос, выгодны ли круизные туристы региону, а также можно ли считать их туристами в полном смысле слова... Также в силу специфики данной конкретной работы нет смысла подробно освещать потенциал для круизного туризма, который навряд ли имеет в РФ потенциал быть внутренним...

Тем не менее скажем, что в Крыму есть пять крупных портов – это Керченский, Феодосийский, Ялтинский, Севастопольский и Евпаторийский, плюс специальные порты Крым(для паромной переправы в Крым и Черноморск для нефтегазовой отрасли). Из всех портов сколько-нибудь солидную долю пассажиров в общем обороте порта имеет лишь Ялтинский. И то эти перевозки в подавляющем большинстве имеют внутреннекрымский характер. Главная специализация всех портов – грузовая.

4) Крайне важным вопрос кажется внутреннее транспортное сообщение

Транспортное сообщение внутри полуострова осуществляется автомобильным, железнодорожным и водным путём. Основным является безусловно автомобильное сообщение. Особенно это актуально для Южного берега Крыма, куда из-за горного рельефа местности, не подведены железные дороги. Также ранее действовавшие там многочисленные водные маршруты, пролежавшие от одного курортного города к другому, массово отменены из-за несоответствия стандартам российских водных перевозок. Разумеется и по мере восстановления этих маршрутов их доля в пассажиропотоке по ЮБК будет носить чисто символический характер. Основной объём перевозок пассажиров сохранится за автомобильными перевозками. Применительно к туризму, особенно важным кажется два типа сообщения – в рамках трансферта от аэропорта и обратно и в рамках экскурсионного обслуживания (то есть перевозки от места временного проживания туристов до объектов показа). Касательно трансферта от аэропорта, будем исходить из наличия только одного по настоящему важного аэропорта, как это и есть сейчас, аэропорта Симферополя. Отсюда в большинство городов Крыма можно легко добраться по железной дороге, автобусом, собственным автомобилем, а на ЮБК даже троллейбусом! Такая линия проходит от Симферополя до Алушты и Ялты, её общая протяжённость составляет 96 км. Система включает также линии городских и пригородных троллейбусных маршрутов в Симферополе, Алуште и Ялте, является самой протяжённой троллейбусной системой в мире! Есть в Крыму и трамвайный транспорт но действует он лишь в двух районах – в Евпатории и в селе Молочное в Сакском районе. Собственно село находится совсем рядом с Евпаторией, а трамвайная линия была создана пансионатом «Береговой» для перевозки отдыхающих, однако трамваем могут воспользоваться все желающие, то есть он является полноценным общественным транспортом.

Внутренне транспортное сообщение на полуострове преследуют следующие проблемы:

- 1) Несоответствия инфраструктуры внутренних водных перевозок российским стандартам
- 2) Наличие небезопасных и плохо оснащённых горных дорог на пути следования по Южному берегу Крыма и к нему
- 3) Проблема обеспечения работы крымских железнодорожных линий из-за их частичной изолированности от остальной ж/д сети России
- 4) Проблема перерегистрации транспортных средств, путей сообщения и некоторых других объектов под российские стандарты [21] [16]

Специальные вопросы, посвящённые чисто туристской инфраструктуре отнесены к разделу 2, посвящённому исключительно туристской отрасли.

2. 2. Анализ текущего положения туризма в КФО

Говоря о положении туризма в Крыму, следует рассмотреть следующие три аспекта: 1) отношении россиян к отдыху в Крыму, 2) конкретные цифры по количеству прибытий в Республику Крым и ГФЗ Севастополь, 3) субъектов туристической индустрии Крыма, 4) роль государства в развитии туризма в регионе. Четвёртому пункту будет посвящён отдельный раздел, а первые три мы разберём в текущем разделе.

Итак, после присоединения Крым к России, у наших соотечественников, благодаря стараниям СМИ было максимальное внимание к Крымскому региону. Многие стали планировать или же сразу осуществили свою поездку на полуостров. Согласно опросу ВЦИОМ, проведённым перед летним сезоном 2015, 9% респондентов изъявили желание поехать в Крым, а ещё 36% заявили о своих планах поехать в 2016 году, ровно половина опрошенных отказались от идеи посещения полуострова, всего 5% затруднились с ответом. Говоря о затратах, россияне назвали планируемую сумму в 30 тысяч рублей на одного члена семьи (группы путешественников).

На вопрос о привлекательности отдыха в Крыму, россияне отвечали следующим образом:

- Пейзаж, архитектура, достопримечательности – 25 %
- Море и курортные зоны – 23%

- Климат – 11%
- Интерес к новой части страны – 5 %
- Никогда не посещали, поэтому привлекает – 4%

На вопрос о том, чем отдых в Крыму отпугивает, граждане назвали следующие причины:

- Беспокойная обстановка в Украине – 10%
- Дороговизна и ожидание повышения цен на отдых в Крыму – 10%
- Слишком далеко, неудобно добираться – 8%
- Низкий уровень развития инфраструктуры и плохой сервис – 3%
- Ничем не отпугивает – 62%! [14]

Говоря о конкретных цифрах, прежде всего, следует отразить динамику прибытий туристов на полуостров. По данным Минтуризма Крыма

- В 2012 году в Крыму отдохнуло 6,1 млн туристов, что является рекордом за весь постсоветский период.
- С января по декабрь 2013 года количество туристов составило 5,9 млн человек
- В 2014 года курорты Крыма посетили около 4 млн человек, Туристы из России составили большинство отдыхающих. Поток россиян увеличился в три раза по сравнению с аналогичным периодом 2013 года
- С января по декабрь 2015 года количество туристов составило 4,6 тыс. человек

Примечание: учитывались посетители, как Республики Крым, так и ГФЗ Севастополя

Итак, за 2015 год в Крыму отдохнуло 4 млн. 598 тыс. туристов, что на 21% выше уровня прошлого года.

Из общего числа прибывших в Крым отдыхающих за 2015 год:

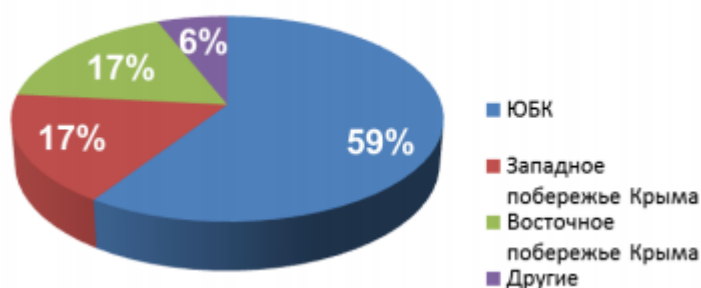
44% – прибыло авиатранспортом,

39% – паромной переправой;

17% – прибыло другими видами транспорта [16]

Говоря о распределении турпотока можно разбить его следующим образом: ЮБК – вся территория побережья восточнее ГФЗ Севастополя и Западные городские округа Феодосия, Западное побережье – Севастополь, Бахчисарайский район, Сакский район, Сакский городской округ, Евпатория и далее. Восточное побережье – Феодосия, Ленинский район, Керчь и далее (рисунок1). [16]

Распределение турпотока по регионам Крыма



*Рисунок 1. График распределения туристического потока по регионам
Крыма.*

Теперь перейдём к рассмотрению конкретных субъектов туристской деятельности. Начнём с коллективных средств размещения. Всего в Крыму (без учёта Севастополя) зарегистрировано 825 КСР (из них 316 объектов предоставляют услуги оздоровительного характера, остальные 358 учреждений - услуги по временному размещению). Кроме этого, на территории Республики Крым функционируют 4,5 тысяч домовладений, предоставляющих услуги по временному размещению, и 14 тыс. квартир-дагчиков (частный сектор - принимает свыше 80 процентов всего туристского потока (4 млн. туристов в год), при этом ключевой проблемой этого сектора является высокий уровень "тенизации" - частные домовладения не подлежат налогообложению, к ним не применяется государственная статистическая отчетность, они тарифицируются как частные домовладения во всех коммунальных службах). А в Севастополе 272 КСР. Следует отметить, что несмотря на относительно малое количество КСР их заполняемость оставляет желать лучшего. Данные по заполняемости КСР в Республике Крым на 2015 год представлены на рисунке 2. [16]

Средняя заполняемость работающих средств размещения Республики Крым, %

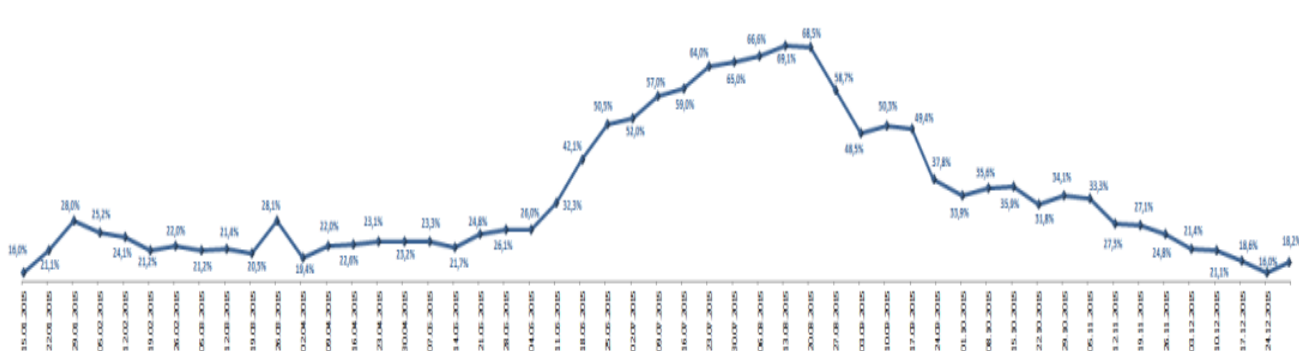


Рисунок 2. График средней заполняемости КСР в Р. Крым.

И как видно из таблицы даже в высокий сезон, заполняемость не доходит до 70%, а в низкий прогибается практически до 15%.

Касательно экскурсионной деятельности, следует отметить, что в Крыму зарегистрировано 1136 экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников. По ГФЗ Севастополю такие данные в публичном доступе, к сожалению, отсутствуют. [16]

Теперь перейдём к туроператорам, осуществляющих свою деятельность на территории Республики. На 18 апреля 2016 года зарегистрировано 92 туроператора. При общем количестве туроператоров в 4041. То есть чуть больше 2% от общего числа туроператоров. При этом речь идёт именно крымских туроператоров, многие из которых сотрудничают с туроператорами из других регионов. Наибольшее количество предложений эти туроператоров связано с пляжным отдыхом на побережьях Крыма, а экскурсионные услуги продаются, как правило, уже на местах. Зачастую их продают не сами туроператоры, а местные агентства. [16] [19]

2.3. Государственные программы и мероприятия по развитию туризма

Государственная поддержка туризма: осуществляется в рамках сразу нескольких программ:

- 1) Стратегия по развитию внутреннего и въездного туризма до 2020 года

2) Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 год

3) В рамках межрегионального партнёрства и помощи частям Крымского федерального округа от наиболее экономически развитых регионов РФ

1) Стратегия по развитию внутреннего и въездного туризма до 2020 года

В рамках данной стратегии планируется:

I. Выплаты субсидий из федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ туроператорам, обеспечивающим турпоток на приоритетных национальных маршрутах и предоставляющим при этом полный пакет отчетных документов. При том субсидии будут даваться при реализации компанией одного из следующих условий

- компания будет обеспечивать турпоток и в низкий сезон
- компания будет обеспечивать турпоток в недозагруженные места отдыха
- компания обеспечивает крупные турпотоки на один курорт, и обеспечивает продолжительность отдыха на туробъектах

II. Компенсация затрат на отпуск работнику

Работник, купивший путёвку на период своего отпуска, при условии, что расходы на члена семьи составили не более 50 тыс. рублей имеет право предоставить документы о поездке работодателю, а тот, в свою очередь, оплатив работнику его расходы, имеет право отнести эти расходы на себестоимость продукции.

В рамках стратегии 2020 в частности для Крыма планируется:

1. Включить порты Крыма в систему средиземноморских круизов для включения Крыма в международный туризм
2. Внедрить ряд правовых инструментов (классификация объектов размещения и введение налогового патента для индивидуальных

предпринимателей без образования юридического лица на период курортного сезона) для решения проблемы “теневого сектора в КСР”

3. Обеспечить безболезненную и взаимовыгодную интеграцию туристской сферы Крымского федерального округа в российское профессиональное туристское сообщество

4. Максимально снизить потери и риски переходного периода

5. Создать дополнительные рабочие места и площадки приложения предпринимательской инициативы в сфере туризма и продвигать туристские услуги предоставляемые Республикой Крым, на внутреннем и международном рынках [20]

2) Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 год

Эту программу реализует Министерство курортов и туризма Республики Крым. А программно-целевые инструменты входит Федеральная целевая программа «Социально- экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года». Общий объём финансирования госпрограммы составляет 7 642 484 тысячи рублей. При том из федерального бюджета планируется выделить 7 460 580 тысяч рублей, а из регионального всего 181 831 тысяч рублей и из местного лишь 72 тысячи рублей. Эти средства пойдут на:

1. Решение проблемы транспортной доступности

2. Обеспечения комплексного развития курортно-туристской сферы Республики Крым путём создания 6 туристско-рекреационных кластеров

3. Формированию объективного имиджа Республики Крым как востребованного безопасного туристского направления

4. Развитие лечебно-оздоровительного, культурно-познавательного, событийного, активного, делового и социального видов туризма для преодоления проблемы сезонности

5. Постепенную модернизацию сектора размещения

6. Сглаживанию неравномерности развития туристского потенциала Республики Крым

7. Системное методическое кадровое обеспечение туристской отрасли [16]

3) В рамках межрегионального партнёрства и помощи частям Крымского федерального округа от наиболее экономически развитых регионов РФ проходит поддержка Республики в самых различных областях. Регионы выделяют средства и делятся своими ресурсами, кадрами, опытом. Конкретной общей программы поддержки именно сферы туризма здесь нет, так как каждый регион РФ решает этот вопрос в индивидуальном порядке, в зависимости от особенностей закреплённого за ним района Крыма.

Высшим должностным лицам субъектов РФ поручено обеспечить оказание методической и материальной помощи в обеспечении надлежащего функционирования объектов хозяйства и инфраструктуры регионов. "Кураторство" распределено следующим образом:

Бахчисарайского района Республики Крым - Республике Татарстан; Белогорского района Республики Крым - Республике Башкортостан; Джанкойского района Республики Крым - Воронежской области; Кировского района Республики Крым - Белгородской области; Красногвардейского района Республики Крым - Ростовской области; Красноперекопского района Республики Крым - Калужской области; Ленинского района Республики Крым - Краснодарскому краю; Нижнегорского района Республики Крым - Владимирской области; Первомайского района Республики Крым - Московской области; Раздольненского района Республики Крым - Волгоградской области; Сакского района Республики Крым - Самарской области; Симферопольского района Республики Крым - Ленинградской области; Советского района Республики Крым - Липецкой области; Черноморского района Республики Крым - Тюменской области; г. Керчь

Республики Крым - Тульской области; города федерального значения
Севастополя - Москве. [16] [19] [20]

Глава 3. Разработка и экономическое обоснование туристского продукта в Республике Крым

3.1. Разработка туристского продукта

Главной задачей данной работы безусловно является разработать оригинальный турпродукт, который пока отсутствует на рынке, но может быть интересен потребителю, а также полезен в развитии внутреннего туризма. Кроме того, для наглядности, представляется наиболее важным разработать турпродукт, который отвечал бы запросам на оба наиболее популярных вида туризма, как в мировой, так и в российской и крымской туротрасли – пляжно-рекреационный и культурно-познавательный. Также, после изучения крымской туристской инфраструктуры, стало понятным, что многим запросам она по прежнему не отвечает. И с трудом в состоянии конкурировать с наиболее продвинутыми дестинациями. А некоторых Крым и вовсе отпугивает своей опасностью. Однако, туры в Крым могут быть крайне интересны молодёжи (здесь и далее, говоря о молодёжи мы будем подразумевать лиц в возрасте примерно от 18 до 30-35 лет, путешествующим без детей) по следующему ряду причин:

- 1) Молодые люди менее придирчивы в запросах к комфорту и безопасности.
- 2) Они, как правило, не имеют достаточно средств для путешествий в дорогостоящие дестинации.
- 3) Заинтересованы в подвижном отдыхе и познании нового.

Поэтому в данной работе было принято решение создать совершенно новый турпродукт, который бы заинтересовал молодёжный сегмент рынка, а также в данной работе наглядно отразил бы потенциал крымской дестинации.

Здесь и далее мы будем называть наш турпродукт “Молодёжный”. А представлять он будет из себя симбиоз культурно-познавательного тура с туром пляжно-рекреационным. Основной особенностью данного тура будет то, что при базировании в одном месте, туристы будут иметь возможность каждый день посетить новую часть Крыма, искупаться на пляжах разных

частей полуострова и ознакомиться со всеми основными достопримечательностями региона. Полезность и интерес для молодёжи в подобном туре подтверждает крымская учебно-научная практика, проводимая для студентов направления “Туризм” в Санкт-Петербургском государственном университете после II курса обучения.

Рассмотрим основные составляющие нового турпродукта и причины выбора конкретных составляющих:

1) Проживание в одном из КСР Бахчисарайского района - район удобен для доступа в разные части Крыма, из него одинаково удобно добираться, как на ЮБК и в ГФЗ Севастополь, так и в Евпаторию и главное в Симферополь - город через который будет осуществляться транспортировка туристов на “Большую Землю” (здесь и далее имеется виду основная территория РФ, отделённая Керченским проливом)

2) Перелёт в Крым и обратно через Симферопольский аэропорт с трансфертом в КСР

3) Питание – завтраки и ужины в КСР

4) Экскурсионное обслуживание: на протяжении всего времени поездки ежедневные экскурсии в различные части Крыма

5) Предоставление пляжной зоны на всё время поездки в районе временного размещения, а также предоставление возможности использования пляжей в районах ежедневных экскурсий

Далее (в таблице 1) приведём конкретный пример программы нашего турпродукта, но сразу оговоримся, что в зависимости от конкретных обстоятельств, элементы программы являются взаимозаменяемыми и перемещаемы во времени.

Примечание: прилёт вторник вечер – день 0, 1 день программы - среда, 6 и последний день программы – понедельник, вылет на 7 день во вторник утром.

<p>День 0</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Прилёт в аэропорт Симферополя и трансферт в отель • Поздний ужин в отеле
<p>День 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Экскурсионная программа в Бахчисарай с посещением Ханского дворца и Чуфут-Кале • Свободное время в отеле (анимация на пляже) • Ужин в отеле
<p>День 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Экскурсионная программа по ЮБК: От Фороса до Ялты, с посещением Воронцовского дворца и вершины Ай-Петри • Свободное время в Ялте • Ужин в отеле
<p>День 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Экскурсионная программа в Севастополь с речной прогулкой по бухте и посещением Херсонеса Таврического • Посещение Большого Крымского Каньона • Ужин в отеле
<p>День 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Свободный день: анимация на пляже • По желанию морская прогулка на катере • Ужин в отеле
<p>День 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Экскурсионная

	<p>программа в Феодосию с прогулкой по городу и посещением Феодосийской картинной галереи Айвазовского</p> <ul style="list-style-type: none"> • Экскурсионная программа по генуэзской крепости в Судак • Поздний ужин в отеле
День 6	<ul style="list-style-type: none"> • Завтрак в отеле • Посещение Инкерманского пещерного монастыря • Морская прогулка по Балаклавской бухте • Прогулка по Балаклаве и подъём к крепости Чембало • Ужин в отеле
День 7	<ul style="list-style-type: none"> • Ранний завтрак в отеле • Трансферт в аэропорт Симферополя и вылет обратно

Таблица 1. Программа турпродукта

Данные объекты выбраны для тура не случайно, большое количество объектов показа в тур включено для его просветительской привлекательности, включены, как культурные, так и природные объекты, для того что бы не перегружать туриста сделан однодневный перерыв, в который предлагается только морская прогулка, не являющаяся обязательной и не включённая в основную стоимость. На следующий день после дня перерыва следует самый удалённый маршрут – маршрут до Феодосии. Дни прилёта и вылета ничем не нагружены.

Контрольные точки экскурсионной программы отражены в приложении 6.

В таблице 2 представлена информация о турпродукте “Молодёжный”, его охвате и некоторые другие детали.

Турпродукт “Молодёжный“

Тип отдыха	Культурно-познавательный + пляжно-рекреационный
Регионы РФ	Республика Крым + ГФЗ Севастополь
Города и н.п. по программе (включая авиаперелет)	СПб – Симферополь – <u>пос. Песчаное</u> – Бахчисарай – Форос – Алушка – Ялта – Севастополь – Феодосия – Судак – Инкерман – Балаклава – Симферополь – СПб
Проживание	Пос. Песчаное
Размещение	На выбор: - место в номере SGL R - место в номере DBL R
Питание	Двухразовое, при позднем возвращении группы ужин может быть отложен на позднее время
Тип транспорта на трансферах и на экскурсионном обслуживании	Автобус
Количество экскурсионных программ	5
Длительность тура	6 дней/7 ночей

Таблица 2. Некоторые особенности турпродукта

Как мы можем видеть, все передвижения по территории Крыма мы будем осуществлять на автобусе. Наши туристы прямиком из аэропорта будут доставляться на нём в КСР в посёлке Песчаное Бахчисарайского р-на, здесь загрузка пляжей относительно ниже, как и цены на размещение. При этом пляж песчаный, а температура воды не уступает другим частям Крыма. Из пос. Песчаное удобно добираться, как в Симферополь, так и в Севастополь и на Южный берег Крыма.

3. 2. Формирование маркетинговых мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта

Туристский продукт должен быть не только правильно разработан, но и корректно представлен и, как следствие, реализован на рынке, что само по себе является целью создания любого турпродукта. Для этого используется комплекс мер его по продвижению.

1) Стратегия продвижения турпродукта “Молодёжный” с помощью рекламы играет важную роль, так как подобный турпродукт имеет определённую новизну и сам по себе никому не известен. Однако сам крымский регион безусловно очень знаменит у соотечественников, поэтому в продвижении нуждается сам турпродукт и его концепция, а важным плюсом при продвижении будет служить ажиотаж вокруг Крымского полуострова.

Для наибольшей эффективности реклама должна содержать аргументированное описание привлекательных сторон турпродукта. С точки зрения логического обоснования достоинств, следует отметить новизну крымского турпродукта, как отечественного и возможность совмещения купально-пляжного отдыха с экскурсионной программой. Акцент также нужно делать на активность и познавательность программы дабы привлечь нужный сегмент рынка.

Так же можно прибегнуть к субъективному описанию тура с целью формированию у потребителя определённых эмоций: здесь акцент можно опять же сфокусировать на патриотичности, но также и, что более важно, на красоте крымской природы, культурно-исторического богатства и общего разнообразия и уникальности региона.

Рекламу следует распространять:

А) через специализированные выставки

В Санкт-Петербурге можно продвигать через такие выставки, как

- Invetex

- Отдых без границ

Б) через собственный сайт (путём вывода его в топ по соответствующим запросам)

2) Также можно добавить печатную рекламу

А) Буклеты и стенды на выставках

Б) Публикации в специализированной литературе

В) Распространение листовок буклетов, плакатов, брошюр, каталогов

Виды печатной рекламы, масштаб и особенности её применения будут зависеть от финансовых возможностей компании

3) Так же для продвижения турпродукта “Молодёжный” можно использовать стратегию прямой продажи. Процесс личного общения с потенциальным потребителем позволит не только донести информацию о турпродукте, но и гибко отреагировать на возможные вопросы, а так же собрать информацию о предпочтениях потребителя относительно данного турпродукта.

Получаемая от клиента полезная информация позволит по возможности внести определенные коррективы в турпродукт, а так же в дальнейшем позволит более быстро и гибко реагировать на изменения, происходящие на рынке. Следует отметить меньшие затраты данной стратегии, в сравнение, например, с рекламной стратегией продвижения туристского продукта. Однако целиком полагаться на прямые продажи нельзя.

Туристский продукт “Молодёжный” позволит расширить предложения туроператоров Санкт-Петербурга, что должно положительным образом отразиться на занимаемой на рынке позицией среди компаний-конкурентов. А также помочь создать дополнительное предложение во внутреннем туризме, помочь развитию крымской дестинации.

3.3 Экономическое обоснование туристского продукта

При экономическом обосновании данного турпродукта, прежде всего, следует обозначить несколько ключевых моментов:

1) В связи с сезонностью отдыха в Крыму, данный турпродукт будет востребован с июня по сентябрь

- 2) Группа в заезде будет состоять из 30 человек
- 3) Заезд будет осуществляться из Санкт-Петербурга

В таблице 3 представлен график заездов:

1 заезд	07.06	14.06
2 заезд	14.06	21.06
3 заезд	21.06	28.06
4 заезд	28.06	05.07
5 заезд	05.07	12.07
6 заезд	12.07	19.07
7 заезд	19.07	26.07
8 заезд	26.07	02.08
9 заезд	02.08	09.08
10 заезд	09.08	16.08
11 заезд	16.08	23.08
12 заезд	23.08	30.08
13 заезд	30.08	06.09
14 заезд	06.09	13.09
15 заезд	13.09	20.09

Таблица 3. График заездов

Как мы видим, всего планируется 15 заездов. Из них 5 в высокий сезон (в таблице выделены жирным шрифтом). При расчётах по заполняемости мы будем исходить из того, что в высокий сезон заполняемость будет максимальной. А в остальные десять заездов мы будем исходить из недобора приблизительно в 15-18%, то есть примерно в 5 человек. Таким образом на протяжении 5 заездов мы будем иметь максимальную заполняемость, а ещё на протяжении 10 заездов будем исходить из того, что заполняемость в заезде 25 человек из 30. Следовательно, оплата за входные билеты на объекты показа и за питание будет ниже. А вот расходы за авиабилеты и КСР, а также расходы на аренду транспорта, оплату услуг гида и аниматора останутся на прежнем уровне.

Для понимания расходов необходимо рассчитать каждую из расходных статей отдельно. Кроме того на отдельные статьи расходов необходимо провести сравнительный анализ. Например, что бы подобрать наиболее выгодное КСР. А некоторые статьи необходимо сравнить и вместе. Так расходы на автобус для трансферта необходимо рассчитывать вместе с

ценами на авиабилеты, дабы выяснить что выгоднее: арендовать автобус на весь вторник, что бы с утра на нём отвезти туристов в аэропорт, а вечером забрать следующей группой из аэропорта в КСР или же выгоднее арендовать автобус всего на несколько часов, но подобрать более близкие часы для авиабилетов на рейсы в Санкт-Петербург и обратно. А вот сравнительный анализ цен на аренду автобусов (кроме дня трансферта – вторника, где будет учитываться фактор цены на авиабилеты), услуги гидов в Крыму, оплату питания мы проводить не будем, так как эти цены относительно близки к друг другу у разных поставщиков этих услуг. Цены на объекты показа также определены конкретным объектом показа и не имеют аналогов, а зачастую и скидок для групп. Итак, прежде всего мы начнём со сравнительного анализа цен на КСР, а также цен на транспорт+трансферт.

1) Сравнительный анализ КСР в пос. Песчаное Бахчисарайского района

Для сравнительного анализа были выбраны несколько средств размещения в посёлке Песчаное Бахчисарайского района. Учитывая молодёжную специфику тура, сразу были исключены из списка кандидатов семейные КСР и дорогостоящие КСР (таблица 4). [22]

КСР	Расположение	Номерной фонд	Стоимость на человека руб/сутки
1) Жемчужина Каламиты	50 м от моря	Номера внутри здания мини-отеля	Июнь – 700 Июль – 800 Август – 900 Сентябрь – 700
2) База Отдыха Зелёный Мир	150 м от моря	Коттеджи с 3- 4 номерами	В высокий сезон – 900; в остальное время - 700
3) Отель Горизонт	300 м от моря (соседний с	Номера внутри здания	Летние месяцы – 900;

	Песчаным п о с ё л о к – Угловое)	мини-отеля	Сентябрь - 800
4) Пансионат Smile House	800 м	Номера внутри здания пансионата	Летние месяцы – 500; Сентябрь – 400

Таблица 4. Сравнительный анализ КСР

Исходя из данных таблицы можно заключить, что наиболее выгодные цены предлагает пансионат Smile House, однако он находится слишком далеко от моря. Цены трёх других КСР очень близки по значению. Ближе всех к морю, расположен отель Жемчужина Каламиты, кроме того, ещё одним преимуществом данного отеля является наличие собственной кухни. Таким образом, выбрав это КСР, мы получим максимально близкое расстояние до моря и базу для питания туристов.

2) Сравнительный анализ транспорта+трансфера СПб-Симферополь-Песчаное

При данном сравнении мы откидываем стоимостное значение бензина, так как расход бензина при разных вариантах аренды транспорта не изменится, а вот расход на саму аренду будет разным.

Расстояние от Симферополя до Песчаного 50 км, то есть время следования до посёлка из столицы республики около часа. Подача нашего автобуса осуществляется из Бахчисарая. Время пути из Бахчисарая в Песчаное составляет 30 минут (расстояние 30км). Аналогичное расстояние и время следования и из Симферополя в Бахчисарай. Таким образом получается: подача автобуса+транспортировка туристов в аэропорт+время ожидания прибытия следующей группы+транспортировка туристов в Песчаное+возвращение на базу в Бахчисарай.

По данным сайта “Перевозка 24” примерная стоимость заказа 35-местного автобуса, базирующегося в Бахчисарае на одну смену(день) составляет 4000 рублей (включая услугу предоставления водителя). А

минимальное почасовое предложение составляет 1500р. за три часа + один час на подачу и далее каждый час по 400р. Если идеально подобрать сочетание рейсов туда и обратно, то три часа+час на подучу может быть достаточно. А суммарная разница в расходах будет равняться 3000 тысячам рублей на весь заезд. [16]

При подборе рейса мы сразу же отмечаем варианты прилёта и отлёта поздней ночью и ранним утром, считая их неприемлемыми. Также неприемлемыми для нас будут рейсы со сменой аэропорта или пересадкой дольше 5 часов. Самым дешёвым из всех вариантов рейсов для нас является рейс компании S7 Airlines (Пулково-Домодедово-Симферополь). Прилёт в Симферополь будет осуществляться в 22.30, а вылет из Симферополя обратно в 9.45. Стоимость (без учёта скидки для туроператора) – 15.900 рублей. Самый дешёвый вариант рейса при котором разница между прибытием и отбытием двух групп будет меньше десяти часов и при этом будет укладываться в установленные временные рамки (прилёт вечер вторника, а отлёт утро вторника) составляет 21.950 рублей. Разница составляет 5500 рублей на одного! А на группу из 30 человек она будет составлять около 165 тысяч рублей! Таким образом выгоды от экономии на аренде автобуса не получается. Кроме того, надо учитывать фактор частых задержек в работе авиатранспорта, в этом случае автобус придётся задержать.

Как итог, мы выбираем аренду автобуса на весь день для трансферта и авиабилеты на рейс компании S7 Airlines Пулково-Домодедово-аэропорт Симферополь за 15.900 рублей (без учёта скидки для туроператора). [18]

Теперь проведя анализ и выбрав варианты КСР, транспорта и трансферта мы переходим непосредственно к расчёту расходов на данный турпродукт, исходя из расходов на каждую отдельную его составляющую.

I. Расходы на коллективное средство размещения и питание

Проведя ранее сравнительный анализ КСР в пос. Песчаное, мы определили, что наиболее выгодным является размещение в отеле Жемчужина Каламиты, где стоимость размещения в июне и сентябре

составляет 700 рублей на человека, в июле 800 рублей, а в августе 900 рублей. [22] Цены даны по среднему показателю за наиболее дешёвые виды номеров. Учитывая, что на 4 месяца мы обеспечим отелю загрузку в 30 человек, а кроме того будем использовать их, как ПОП для наших туристов и закупать завтраки и ужины, то мы рассчитываем на существенную скидку в 30%, при том скидку мы будем брать от июльской цены, которая по лету является средней. Питание, по данным предоставленным порталом “Песчаное.net” обходится в 700 рублей за день на человека. Однако речь идёт о трёхразовом питании в нашем случае, оно будет двухразовым. Так что будем исходить из цены в 500 рублей, на которую мы также планируем получить скидку 30% (таблица 5).

Стоимость проживания на человека с учётом скидки за день	Стоимость питания на человека с учётом скидки за день	Стоимость проживания на группу за день	Стоимость питания на группу за день
800 - (30% скидка) = 800-240=560	500 - (30%скидка) =500-150=350	560*30=16 800	350*30=10 500

Таблица 5. Расчёт стоимости проживания и питания

Номерной фонд и питание мы бронируем по жёсткому блоку, так что отказаться от оплаты за какое-либо количество людей мы не вправе, в независимости от количества заехавших туристов. Так что приведённые в таблице цифры, при итоговом подсчёте расходов можно на всю группу (30 человек). Итоговый расход на группу в день составляет 16 800 за проживание в день и 10 500 за питание в день. Итоговый расход на один заезд составляет $16\ 800 * 7 = 117\ 600$ за проживание и $10\ 500 * 7$ (день 0 – ужин и день 7 – завтрак мы принимаем за один целый день) = **68 250 за питание.**

II. Расходы на авиаперелёт

Авиаперелёт является одной из наиболее дорогих составляющих. Стоимость (без учёта скидки для туроператора) – 15.900 рублей за одного человека. [18] Мы рассчитываем на скидку в 20% от текущих цен на авиабилеты, продаваемые на июнь, то есть от стоимости авиабилетов июля-августа эта скидка будет несколько больше (таблица 6).

Стоимость авиабилетов с учётом скидки на человека	Стоимость авиабилетов с учётом скидки на группу
15.900 – (20% скидка) = 15.900 – 3.180 = 12.720	381.600

Таблица 6. Стоимость авиабилетов

Итоговая стоимость авиабилетов СПб-Симферополь-СПб с пересадкой в Москве составит **381 тысяча 600 рублей** на всю группу на один заезд.

III. Расходы на транспорт и трансфер

При расчёте стоимости расходов на транспорт и трансфер, нам необходимо рассчитать, во-первых, стоимость аренды автобуса (с водителем), во-вторых, затраты на бензин.

А) Расходы на аренду автобуса

Аренду автобуса мы оформляем на 6 дней для каждого заезда. При том, по факту сотрудничество с арендодателем будет непрерывным на протяжении четырёх месяцев. Как уже было упомянуто в тексте приблизительная стоимость аренды на смену(день) одного 35-местного автобуса составляет 4000 тысячи рублей. [21] Мы рассчитываем и здесь на существенную скидку в 30%. Итого в день: $4.000 - (\text{скидка } 30\%) = 4.000 - 1.200 = 2.800$. Итого в неделю (за заезд): $2.800 * 6 = 16.800$ рублей.

Б) Расходы на бензин

Дабы рассчитать наши расходы на бензин необходимо знать наш километраж, который мы наберём в процессе трансферта и экскурсий. В таблице 7 отражено расстояние между контрольными пунктами нашего турпродукта. И рассчитаны итоговые расходы на передвижение за неделю.

День 0	1) Симферополь-Песчаное	1) 50 км
--------	-------------------------	----------

День 1	1) Песчаное-Бахчисарай 2) Бахчисарай-Песчаное	1) 30 км 2) 30 км
День 2	1) Песчаное-Форос 2) Форос-Ялта 3) Ялта-Песчаное	1) 82 км 2) 42 км 3) 123 км
День 3	1) Песчаное-Севастополь 2) Севастополь-Соколиное (Большой Каньон) 3) Соколиное-Песчаное	1) 55 км 2) 80 км 3) 65 км
День 4	День отдыха	Нет расходов на бензин
День 5	1) Песчаное-Феодосия 2) Феодосия-Судак 3) Судак-Песчаное	1)168 км 2)53 км 3)156 км
День 6	1) Песчаное-Инкерман 2) Инкерман-Балаклава 3) Балаклава-Песчаное	1) 39 км 2) 19 км 3) 56 км
День 7	1) Песчаное-Симферополь	1)50 км
Итого за все дни		1 тысяча 98 километров
Итого стоимость бензина при цене на дизельное топливо в 40 рублей/литр и расходе автобуса 30 литров на 100км		$1098 \cdot 30 / 100 = 330$ литров; $330 \cdot 40 = 13.200$ рублей
Итого с непредвиденными расходами: резервным километражем, оплатой стоянки, непредвиденными расходами в пути (20%)		$13.200 + 2.640 = 15.84$ 0 рублей

Таблица 7. Расчёт транспортных расходов

Таким образом итоговые расходы на аренду автобуса с водителем и транспортные расходы (бензин+парковка+непредвиденные расходы) равняются $16.800 + 15.840 = 32.640$ рублей на всю группу на один заезд. [21]

IV. Расходы на объекты туристского показа

Сюда входят расходы на входные билеты, на аренду морских транспортных средств в аттрактивных целях, а также расходы на экскурсоводов на объектах показа, где это необходимо. В таблице 8 представлены данные по расходам на каждый конкретный объект.

Элемент экскурсионно- развлекательной программы	Статья расходов	Сумма расходов
Ханский Дворец в Бахчисарае	1) <i>Билеты</i> 2) Оплата экскурсовода (2 на группу)	1) 270 2) $650*2=1300$
Чуфут-Кале	1) <i>Билеты</i>	1) 200
Воронцовский Дворец	1) <i>Билеты</i> 2) Услуги экскурсовода 3) (2 на группу)	1) 300 2) $750*2=1500$
Ай-Петри	1) <i>Оплата</i> <i>подъёмника</i>	1) 500
Прогулка на катере в Севастополе	1) Аренда большого прогулочного катера	1) 5000
Херсонес Таврический	1) Оплата экскурсовода (2 на группу)	1) $900*2=1800$
Большой Каньон	1) Услуги проводника (2 на группу)	1) $1100*2=2200$
Морская прогулка на катере	1) Аренда большого прогулочного с у д н а д л я морской	1) 9000

	прогулки	
Галерея Айвазовского	1) Билеты 2) Услуги экскурсовода (2 на группу)	1) 240 2) $700*2=1400$
Крепость в Судаке	1) Билеты 2) Услуги экскурсовода (2 на группу)	1) 200 2) $1000*2=2000$
Инкерманский пещерный монастырь	1) Услуги экскурсовода (2 на группу)	1) $600*2=1200$
Морская прогулка в Балаклаве	1) Аренда судна (3 катера на всю группу)	1) $3000*3=9000$
<i>Итоговые расходы на человека за билеты</i>		<i>1710 рублей на человека за входные билеты</i>
Итоговые расходы на группу за групповые услуги (экскурсовод, подача судна)		34 400 за всю группу (без учёта входных билетов)

Таблица 8. Расходы на объекты туристского показа

Примечание: объекты у которых отсутствует стоимость входных билетов являются бесплатными, либо плата включена в стоимость экскурсовода, а объекты у которых отсутствует стоимость экскурсионного обслуживания не требуют специального экскурсовода, а допускают проход своего. [16] [19] [22]

Входные билеты считались отдельно, так как при неполной заполняемости конкретного заезда, их будет куплено соответственно меньшее количество.

Для удобства дальнейших расчётов итоговых расходов на заезд, расходы на входные билеты пересчитываются по среднему показателю. На

протяжении 5 заездов высокого сезона. Расходы рассчитываются на 30 человек, а не протяжении 10 оставшихся заездов на 25 человек, как и говорилось ранее. Итого расходы по входным билетам на 15 заездов = $30*1710*5+25*1710*10=256\ 500+427\ 500=684\ 000$. Значит средний расход на билеты за один заезд составит: $684\ 000/15 = 45\ 600$. Следовательно суммарный расход на экскурсионно-развлекательную программу за один заезд составит $45\ 600+34\ 400 = 80\ 000$ рублей.

V. Расходы на услуги сопровождающих для группы

В нашем турпродукте нам необходимо двое сопровождающих. Во-первых, это экскурсовод, который сопровождает туристов на протяжении их познавательных поездок в течении 5 дней (кроме дня отдыха и дня заезда-отъезда). Во-вторых, это куратор группы, а вместе с тем и их аниматор вечерних программ и программы дня отдыха, который отвечает за туристскую группу во время её пребывания в отеле, а также сопровождает её в день заезда-отъезда. Обоих этих сотрудников мы намерены нанять в дестинации приёма – в Крыму. Услуги куратора-аниматора понадобятся нам на протяжении всех 7 дней поездки, а гид будет иметь выходной в тот же день, что и туристы отдых от экскурсионных программ. В связи с необходимостью высокого уровня ответственности работы этих двух людей, а также важности их работы, как связующих звеньев между петербургским туроператором и туристами во время отдыха, представляется необходимым поручить работу этих двух сотрудников принимающему туроператору. Принимающий туроператор обеспечит работу обоих сотрудников, а также необходимый им инвентарь, такой как карты Крыма для экскурсовода, а также пляжно-развлекательное оборудование для анимации на пляже и в КСР. К сожалению, в открытом доступе нет информации по стоимости такого сотрудничества с туроператором в Крыму, однако исходя из стоимостей услуг гидов на день, можно заключить, что день работы одного сотрудника обойдётся в 2.000 рублей. Таким образом получаем стоимость услуг куратора аниматора – $2.000*7=14.000$ рублей. А стоимость услуг экскурсовода-

сопровождающего – $2.000 \cdot 6 = 12.000$ рублей. Итоговые расходы на неделю на всю группу составляют $12.000 + 14.00 = 26.000$ рублей за один заезд на всю группу. [16]

Итоговые затраты на группу за один заезд представлены в таблице 9

Статья расходов	Сумма на всю группу (руб)
Авиаперелёт	381 600
Проживание	117 600
Питание	68 250
Транспортные расходы	32 640
Экскурсии и развлечения	80 000
Расходы на сопровождающих лиц	26 000
Общий расход	706 090

Таблица 9. Итоговые затраты на группу

Как видно, из данной таблицы наибольшие расходы пошли на авиаперелёт, вторая по объёму расходов статья это размещение, также велики расходы на культурно-познавательную программу и питание туристской группы.

Себестоимости на одного человека за один заезд (таблица 10)

Статья расходов	Сумма на одного человека (руб)
Авиаперелёт	12 700
Проживание	3 920
Питание	2 275
Транспортные расходы	1 088
Экскурсии и развлечения	2 667
Расходы на сопровождающих лиц	867
Общий расход	23 517

Таблица 10. Расчёт себестоимости на человека

Из данной таблицы можно сделать выводы о расходах на одного человека, а точнее на одно человек-место, так как не все туры будут проданы, однако туроператор всё равно будет нести расходы на эти места.

Исходя из себестоимости на одного человека делается туроператорскую наценку, которая составит для данного тура 12% от себестоимости. Таким

образом стоимость тура составит: $23\,517 + 23\,517/100 \cdot 12 = 23\,517 + 2\,822 = 26\,339$ рублей на одного человека. Достаточно высокая комиссия объясняется и без того низкой ценой тура.

Для наглядности представлена таблица 11 - динамика туристских заездов по месяцам.

Месяц	Количество заездов	Количество туристов
Июнь	4	100
Июль	4	115
Август	4	115
Сентябрь	3	75

Таблица 11. Динамика туристских заездов по месяцам

Как мы видим, основная нагрузка приходится на более популярные июль-август, а наименьшее число туристов и ожидается в сентябре при всего трёх заездах.

В таблице 12 представленные расчёты по доходности данного турпродукта за один сезон.

	Заезды	Ожидаемое число туристов	Ожидаемые расходы	Ожидаемые доходы	Ожидаемая прибыль
Итог за весь сезон	15	415	10 млн 591 тысяча 350 рублей	10 млн 930 тысяч 685 рублей	339 тысяч 335 рублей

Таблица 12. Расчет доходности турпродукта

Как мы видим исходя из таблицы прибыль от турпродукта “Молодёжный” за сезон ожидается более чем в размере 300 тысяч рублей. Однако с учётом затрат на создание турпродукта, а также на его раскрутку эта сумма представляется незначительной. Вполне вероятно, что потребуется не один сезон для его окупаемости в реальных условиях. Но также стоит отметить и положительный аспект, который заключается в возможно

поддержки государством такого турпродукта, что может положительно сказаться не только на развитии и репутации данного турпродукта, но и всей компании.

Заключение

В выпускной квалификационной работе были рассмотрены основные понятия туристского продукта, сопряженные с ним понятия, а так же особенности его разработки и продвижения. Туристский продукт обладает определенными особенностями, так как ему присущи характеристики услуг. Неосвязаемость турпродукта отличает его от товара, что обуславливает специфику деятельности туристских организаций. Разработка турпродукта должна быть основана на результатах анализа текущей ситуации на туристском рынке и определении его потенциала. Кроме того, важным является процесс планирования с целью дальнейшего определения перспектив развития и осуществления конкретных действий по разработке продукта. Продвижение созданного турпродукта, предполагающее его развитие на рынке, должно носить взвешенный характер и отвечать потребностям определенного целевого сегмента.

В данной ВКР были отражены важность развития внутреннего турпродукта и доминанту на рынке туристских услуг таких направлений, как культурно-познавательный и купально-пляжный виды туризма. В работе также была подтверждена важность развития новой крымской дестинации и исходя из этого разработан новый оригинальный турпродукт для внутреннего туриста, который совмещает в себе элементы и культурно-познавательного и пляжного туризма, имеется место и просвещению и развлечению. А кроме того в комплексе такой турпродукт является весьма новаторским для данного региона.

Разработанный туристский продукт может способствовать расширению сферы деятельности туроператоров, привлечению новых клиентов и увеличению прибыли, а так же позволит укрепить положение на рынке туристских услуг. Он также способен усилить позиции Крыма во внутреннем туризме и помочь в развитии внутреннего туризма, просвещению граждан и развитию дестинации, а также экономическому развитию Крымского полуострова в целом.

Список литературы

1. Дурович – Реклама в туризме – 2012
2. Жукова – Менеджмент в туристском бизнесе – 2011
3. Веткин, Винтайкина – Технология создания турпродукта. Пакетные туры – 2013
4. Жукова – Менеджмент в туристском бизнесе -2014
5. Биржаков - Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное – 2014
6. Скобкин - Менеджмент в туризме - 2013
7. Шнайдерман - Партизанский маркетинг в туризме – 2014
8. Крыга, Степанова – Экономика предприятия туризма – 2013
9. Богданов, Богомолова, Орловская – Экономика отрасли туризма - 2013
10. Здоров – Экономика туризма – 2011
11. Косолапов - География российского внутреннего туризма : учебное пособие – 2015
12. ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ"
13. Федеральный закон “О туризме и туристской индустрии” (проект)

Использованные интернет-источники

14. Сайт Всероссийского центра общественного мнения <http://wciom.ru/>
15. Сайт Федеральной Службы Статистики <http://www.gks.ru/>
16. Сайт Министерства туризма и рекреации Крыма <http://mtur.rk.gov.ru/>
17. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
18. Сайт по подбору авиабилетов “Скайсканер” <http://www.skyscanner.ru/>
19. Сайт правительства Севастополя <http://sevastopol.gov.ru/>
20. Сайт Российской Газеты <http://rg.ru/>
21. Сайт “Перевозка24” <http://perevozka24.ru/>
22. Сайт посёлка Песчаное <http://peschanoe.net/>

Приложение 1

Наиболее значимые объекты историко-культурного наследия в Республике Крым и ГФЗ Севастополе представлены в таблице 13.

Название	Расположение	Тип	Дата строительства	Происхождение	Состояние	Значение
Крепость Фуна	ЮБК	Исторический	Средневековье	Княжество Феодоро	Руины	Объект культурного наследия федерального значения
Алустон	ЮБК	Исторический	Античность	Византия	Руины	Является объектом культурного наследия федерального значения
Крепость Харакс	ЮБК	Исторический	Античность	Римская Империя	Руины	Является объектом культурного наследия федерального значения

Дворец княгини Гагариной	ЮБК	Архитектурный	Начало XX века	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Собор Александра Невского в Ялте	ЮБК	Религиозный	Начало XX века	Российская Империя	Хорошее	Главный православный собор Ялты
Ливадийский дворец	ЮБК	Архитектурный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Массандровский дворец	ЮБК	Архитектурный	Начало XX века	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Дворец Кичкине с парком Чаир	ЮБК	Архитектурный	Начало XX века	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального

						ного значения
Ласточкино Гнездо	ЮБ К	Архитектурный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Символ Крыма! На данный момент ресторан
Дворец графини Паниной	ЮБ К	Архитектурный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Юсуповский дворец	ЮБ К	Архитектурный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Воронцовский дворец	ЮБ К	Архитектурный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения

Церковь Воскресения Христова в Форосе	ЮБ К	Религиозный	XIX век	Российская Империя	Хорошее	Церковь построенная в неовизантийском и псевдорусском стиле
Генуэзская крепость в Судак	Ю-В Крым	Исторический	Средневековье	Генуэзцы	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения
Генуэзская крепость Кафа в Феодосии	Ю-В Крым	Исторический	Средневековье	Генуэзцы	Сохранилась частично	Объект культурного наследия федерального значения
Монастырь Сурб Хач	Ю-В Крым	Религиозный	Средневековье	Армянская диаспора Крыма	Период восстановления и реконструкции	Является единственным историческим сохранившимся монастырем

						рским комплексом Армянской Апостольской Церкви в Крыму; действующий монастырь
Феодосийская картинная галерея имени И.К. Айвазовского	Ю-В Крым	Музей	XIX век	Российская Империя		Действующий музей
Раскопки столицы Боспорского царства Пантикапея	Восточный Крым	Археологический	-	-	-	Действующие раскопки
Крепость Еникале	Восточный Крым	Исторический	XVIII век	Османская Империя	Руины	Объект культурного наследия федерального значения

Аджимушкайские каменоломни	Восточный Крым	Мемориальный	XX век	СССР	-	Мемориал одного из самых героических и трагических моментов ВОВ
Херсонес Таврический	ГФЗ Севастополь	Исторический	Античность	Греки	Руины	Объект ЮНЕСКО
Крепость Чембало	ГФЗ Севастополь	Исторический	Средневековье	Генуэзцы	Руины	Объект культурного наследия федерального значения
Инкерманский Свято-Климентовский пещерный мужской монастырь	ГФЗ Севастополь	Религиозный	VII-XX века	?	Хорошее	Действующий монастырь
Мангуп-Кале	Бахарьский район	Исторический	Средневековье	Княжество Феодоро	Руины	Некогда был столицей княжества

						Феодоро
Сюйреньская крепость	Бахчисарайский район	Исторический	Раннее средневековье	Византия	Руины	Объект культурного наследия федерального значения
Эски-Кермен	Бахчисарайский район	Исторический	Раннее средневековье	Византия	Руины	Объект культурного наследия федерального значения
Чуфут-Кале	Бахчисарайский район	Исторический	Раннее средневековье	Византия	Руины	Объект культурного наследия федерального значения; Один из символов Крыма и самых посещаемых туристск

						их мест
Ханский дворец	Бахчисарайский район	Исторический/архитектурный	Средневековье	Крымтатары	Хорошее	Объект культурного наследия федерального значения; Один из символов Крыма и самых посещаемых туристических мест
Караимские кенасы в Евпатории	Западный Крым	Религиозный	XIX век	Караимы	Хорошее	Действующая кенасса
Текие дервишей в Евпатории	Западный Крым	Религиозный	Средневековье	Крымтатары	Руины	Единственный в Крыму мусульманский монастырь

Мечеть Джума-Джами	Западные Крым	Религиозный	Средневековье	Крымтатары	Хорошее	Действующая мечеть
Кяризы	Западные Крым	Исторический	Средневековье	? Армяне ?	Система заброшена	Средневековый водопровод, деюры под охраной государства, но дефакто заброшен
Храм Святого Или	Западные Крым	Религиозный	Начало XX века	Российская империя	Хорошее	Действующий храм ; неотъемлемая и самая выразительная часть открывающегося на Евпаторию видосот стороны

						моря
--	--	--	--	--	--	------

Таблица 13. Наиболее значимые объекты историко-культурного наследия

Приложение 2



Рисунок 3. Карта-схема планируемого охвата городов Крыма