

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие предпринимательства в сфере туристических услуг

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Бакалаврская работа

студента 5 курса экономического факультета
направления 38.03.01 «Экономика», профиль «Экономика
предпринимательства»
Ибрагимовой Марьям Аюбовны

Научный руководитель:

Канд.экон. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

Е.В. Коротковская

инициалы, фамилия

подпись, дата

Зав. кафедрой:

Канд. экон. наук, доцент

должность, уч.степень, уч. звание

Е.В.Огурцова

инициалы, фамилия

подпись, дата

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ. Туризм – это глобальное явление современной мировой экономики. Это явление проявляется в увеличении количества туристических потоков в большинстве стран мира и в появлении огромного числа новых туристических маршрутов. Развитие туризма способствует большей открытости экономики и гармонизации общества. На сегодняшний день время туризм является одной из самых динамичных и прибыльных сфер экономики. Именно туризм является объектом исследования в данной дипломной работе.

Туристический бизнес, который включает в себя производство практически всех видов услуг, удовлетворяющих потребности туристов, представляет собой конкретную зону предпринимательства. Последние несколько лет туризм в России развивается быстрыми темпами и достигает высокого уровня.

Многие специалисты в сфере туризма услуг понимают туристическую деятельность по оказанию услуг туристу, который приобрел турпакет, либо платные услуги оказанные человеку, находящемуся в совершении тура.

В экономической литературе достаточно хорошо представлены вопросы предпринимательской деятельности в сфере туристических услуг. А так же, теоретические основы и условия развития предпринимательской деятельности в сфере туризма раскрываются в работах В.И. Хабарова, А.В. Бандурина, В.В. Дика, О.А. Старовойтенко, М.Н. Дмитриева, М.Н. Забаевой, Е.Н.Малыгиной и других. Практическая направленность исследована в работах Кускова А.С., Терехова О.Д., Морозова, М.А. Наумовой, С.А. Севастьяновой, А.Д. Чудновский.

Предметом исследования дипломной работы являются факторы, условия и функциональные особенности туризма. Объектом исследования является туристическая деятельность в Саратовской области.

Целью данной работы является исследование развития предпринимательской деятельности в сфере туризма на примере Саратовской

области. Для достижения поставленной цели в ходе подготовки дипломной работы решались следующие задачи:

- исследовать теоретические основы и условия развития предпринимательской деятельности в сфере туризма;
- исследовать особенности предпринимательской деятельности в сфере туризма на примере Саратовской области.
- рассмотреть основные туристические центры Саратовской области и сделать анализ посещаемости туристами региона.

Теоретической основой дипломного исследования послужили фундаментальные концепции, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых, материалах научных конференций, симпозиумов и т.п.

Информационной базой работы послужили информационные и статистические материалы научно-исследовательских учреждений, информационных агентств и служб, экспертные оценки и расчеты научных и практических работ, использованы документы и материалы международных организаций. При анализе туризма были использованы статистические отчеты министерства туризма новости из различных компетентных источников.

Теоретическая значимость результатов дипломного исследования заключается в том, что его методологические положения могут быть использованы в учебном процессе в рамках дисциплин «предпринимательская деятельность в сфере туристических услуг», «основы туристской деятельности», «менеджмент и маркетинг туризма», «экономика туризма» и т. д.

Практическая значимость результатов проведенного исследования заключается в определении сезонных колебаний на туристическом рынке Саратовской области, а так же предложении новых программ, идей для развития туризма, способных увеличить объем туристического продукта на рынке

Саратовского туристических услуг саратовской области.

Основные положения и рекомендации, изложенные в дипломной работе, могут быть применены туроператорами региона для развития в регионе делового и событийного туризма.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. В литературе и практике понятие "туристическая деятельность" имеет несколько значений. Под ней понимается, во-первых, деятельность специализированных организаций по предоставлению и организации туристических услуг и товаров, во-вторых, занятие туризмом, отдыхом, экскурсиями, досугом, в-третьих, проявление социальной политики государства, профсоюзов, предприятий в целях реализации прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий.

Деятельность по организации путешествий - это деятельность, при которой турист (заказчик) получает с помощью туристической фирмы (исполнителя) права требования на оказание услуг по перевозке, размещению в гостинице (аренда), по питанию и т.д. Таким образом, туристическая фирма не может являться исполнителем этих услуг в рамках туристической деятельности.

Согласно Директиве ЕЭС от 1990 г. "организаторами" признаются лица, которые регулярно организуют туры и продают их или предлагают для продажи непосредственно сами или через продавца. А под "продавцом" понимается лицо, которое продает или предлагает для продажи туры, предложенные организаторами.

Австрийское право под организатором путешествия понимает лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, разрабатывающее комплексные путешествия и предлагающее их для продажи непосредственно или через посредника (турагента). Под посредником понимается лицо, принимающее заказы на предложенные организатором комплексные путешествия (австрийский акт "О гарантиях бюро путешествий")

Туристический продукт отличается от туристической услуги тем, что если туристическая услуга может быть куплена и потреблена только в месте ее производства, то туристический продукт может быть приобретен и по месту жительства, но потреблен только в месте производства туристических услуг.

Условия, составляющие необходимые для формирования рынков товаров

и услуг следующие: экономико-географическое положение, наличие природных и трудовых ресурсов, имеющиеся производительные силы, действующие нормы административного и экономического регулирования.

Статичные факторы имеют неизменное во времени значение. В эту группу входят природно-климатические, географические, культурно-исторические факторы. Именно они и определяют в первую очередь привлекательность мест отдыха. Не случайно южные регионы с теплым климатом имеют положительное сальдо по статье «туризм/поездки», в то время как во всех северных странах, будь то Россия или богатая Скандинавия, сальдо отрицательное. Историко-культурные ресурсы приобретают все большее значение с ростом уровня образования и познавательной потребности людей. В развитии туризма существенную роль играет также ресурсный фактор. Наличие высокоценных, а нередко уникальных природных и антропогенных рекреационных ресурсов позволяет осваивать район для международного туризма.

Саратовская область имеет все необходимые ресурсы для развития и продвижения таких видов туризма, как рекреационный, культурно-познавательный, событийный, образовательный, деловой, лечебно-оздоровительный, паломнический, сельский, спортивный, водный, круизный.

Регион стал более привлекательным как для отечественных, так и для иностранных туристов. Число гостей, посетивших Саратовскую область, к концу 2016 года достигла 680 тысяч человек, 98 из которых были иностранцы, любовавшиеся Саратовскими достопримечательностями. Что касается внутреннего туризма, поток в этой группе составляет 80 тысяч человек.

В регионе значительное количество «точек роста» - перспективных объектов культуры и природы туристического и экскурсионного показа, событийных мероприятий традиционного и инновационного характера, которые являются важными предпосылками для посещения области российскими и зарубежными туристами. Один из таких уникальных объектов является место приземления первого космонавта планеты Земля Ю.А. Гагарина. Этот исторический

памятник является единственным и неповторимым во всем мире.

На территории Саратовской области находится 124 памятника природы, среди которых – Государственный национальный природный парк «Хвалынский», который стал пятым по посещаемости Российским курортом в Новый Год, сообщает Турстат. Около 300 памятников культуры, свыше 3 тысяч архитектурных достопримечательностей. Сохранились 18 старинных усадеб.

Наибольший интерес для туристов представляют такие города, как Вольск и Хвалынк. В Вольске туристам интересны памятники купеческой архитектуры XVIII-XX вв., а также некоторые объекты культовой архитектуры. В окрестностях города Вольск расположился горнолыжный комплекс «Ассоль», куда охотно приезжают туристы не только с Саратовской области, а так же и из соседних регионов.

Культурно-исторический памятник природы - утес Степана Разина находится в 5 км от села Белогорское Красноармейского района Саратовской области. Участок обрывистого берега расположен между двумя оврагами - Стенькина тюрьма и Даниловский, рядом с Дурман - горой. На территории оврага расположены четыре старообрядческие пещеры, протяженностью более 600 метров (предположительно ранее представляли единую систему тоннелей).

База отдыха «Чардым-Дубрава». Находится в Воскресенском районе вблизи села Чардым. Территория базы расположилась на острове, омываемом водами реки Чардым. Остров окружен заливами и протоками, ведущими к широкой реке Волга. Можно рыбачить как с берегов, так и с лодки. Здесь обитают щука, судак, сом, окунь, берш, жерех и другие рыбы. База предлагает проживание в номерах разных категорий, рыбалку, летний и зимний активный отдых, проведение корпоративов и праздников до 150 человек. Зимой можно покататься на лыжах и коньках, летом отдохнуть на пляже, отправиться на «тихую охоту», устроить пикник.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: Саратовская область обладает широким спектром туристических услуг, который включает в себя оздоровительные санатории, комплексы для активного отдыха (горнолыжные

базы, спортивные бассейны и т.д), паломнические поездки и т.д.

Сезонность в туризме оказывает значительное влияние на рентабельность всех туристских предприятий, а также других производств, ориентированных на обслуживание туристов. Особенно это сказывается на предприятиях с высокой трудоемкостью и капиталоемкостью, а также на сфере услуг. Сезонный спад вызывает временное высвобождение рабочей силы¹. Влияет он и на распределение издержек производства, что тесно связано с политикой цен на товары и услуги для туристов и т. д. Изучение сезонности в туризме позволяет не только выявить степень влияния природно-климатических условий на формирование потока туристов, установить продолжительность туристического сезона, а также определить экономические последствия сезонности на уровне региона и туристической фирмы и разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов и т.п

Принято различать четыре сезона туристической активности:

Сезон пик - период, наиболее благоприятный для организации рекреационной деятельности людей, характеризующийся максимальной плотностью туристов и наиболее комфортными условиями для рекреации.

Сезон высокий - период наибольшей деловой активности на туристском рынке, время действия наиболее высоких тарифов на туристский продукт и услуги.

Сезон низкий - сезон снижения деловой активности на туристическом рынке, для которого характерны самые низкие цены на туристический продукт и услуги.

По сути своей сезонность - довольно сложное явление. Часто её последствия противоречивы. Довольно часто появление на рынке туристического продукта обуславливает пик сезонных колебаний и цен, особенно в летний период времени. Ему соответствует и сезонный подъём спроса. Однако в настоящее время многие туристические фирмы имеют достаточно широкий ассортимент

¹. Даудова А.А. Организационно-экономические основы повышения эффективности использования потенциала предприятий индустрии туризма : автореф. дис. ... канд. эконом. наук. — Махачкала, 2009. — 28 с (Дата обращения 22.05.2018г)

туристических программ и маршрутов, который обеспечивает им спрос практически в течение всего года. Это оказывает сглаживающее влияние на сезонные колебания. Однако всего равно чаще всего можно наблюдать в качестве «мёртвого» сезона раннюю весну. Таким образом, в значительной мере сезонность - это проявление действия рыночного механизма, сбалансированности спроса и предложения.

Лечебно-познавательный туризм считается наименее подверженным сезонным колебаниям, наиболее подвержены горнолыжный и пляжный туризмы. Спрос на образовательный туризм стабилен в течении всего года, но некоторый подъем спроса характерен для весны и лета. Паломнический туризм зависит от религиозных праздников. Для молодежного и детского туризма характерен сезон отпусков и каникул. Единственными видами туризма, сезонность которых ограничена конкретными датами, это охотничий и рыболовный, поскольку время отлова рыбы и отстрела дичи строго регулируется правительством РФ.

Начало благоприятного сезона для туризма по Саратовской области начинается в апреле, когда воздух начинает прогреваться до $+11.0^{\circ}\text{C}$. Пик сезона в теплое время года— май. В это время наибольшее количество отдыхающих и хорошая погода. В конце высокого туристического сезона в Саратове, который заканчивается в июле, температура воздуха $+28.0^{\circ}\text{C}$, а туристов становится сё меньше.

Наилучший сезон для отдыха в Саратове начинается в Апреле, Мае, Июне, когда наиболее комфортный отдых и бархатный сезон со средней температурой воздуха $+25.3^{\circ}\text{C}$ и немного дождей.

Второй пик благоприятного сезона в году, начинается в январе вместе с открытием лыжного сезона.

Если рассмотреть пример горнолыжного туризма, то его время сезонности будет сильно отличаться от выше представленного. Сезон катания охватывает почти полугодовой период - с конца ноября до марта. Техническая оснащённость горнолыжных комплексов позволяет продлевать сезон на

несколько недель, а так же кататься в дождливую погоду. В Саратовской области функционирует 4 горнолыжные базы и комплексы. Наиболее известными за пределами региона являются горнолыжные центры «Ассоль» и «Хвалынский», остальные базы имеют местное и региональное значение.

Изучая официальные сайты горнолыжных комплексов, можно проследить туристскую сезонность посещений. Технические базы и комплексы открываются с 20 по 25 ноября. Пиковый месяц – январь. Посещаемость горнолыжных курортов увеличивается в период новогодних праздников, но более благоприятным месяцем для катания является февраль, потому что, как правило, ослабляются морозы и снежный покров снега достигает максимума.

Комитетом по туризму осуществляется оперативный мониторинг внутреннего туристского потока в регионе. В новогодние и рождественские праздники в Саратовской области туристы выбирали активный отдых с катанием на лыжах, конные прогулки, отдых на базах отдыха и в санаториях, где предлагались специальные новогодние программы, отправлялись на экскурсии и однодневные поездки в районы, посещали музеи Саратова и области.

Востребованность и спрос на услуги предприятий индустрии туризма в зимний сезон и, соответственно, популярность отдыха в регионе определяют объем турпотока.

Показатель складывается из числа граждан, воспользовавшихся услугами туристических объектов, а также посетивших областной центр и муниципальные районы в данном случае в период новогодних праздников.

В соответствии с применяемой методикой в расчет приняты туристы, разместившиеся в коллективных средствах размещения, турбазах, санаториях, частном секторе, посетившие туристические объекты и наш регион с целью отдыха в праздничные и каникулярные дни.

С 1 по 8 января 2018 года в Саратовской области туристов принимали горнолыжные курорты и базы, конные клубы, клубы активного отдыха, санатории, туристические базы, объекты сельского туризма, музейные

учреждения. Туроператоры и турагенты реализовывали экскурсионные туры по областному центру и районам губернии.

Наибольшей популярностью пользовались горнолыжные объекты, где побывали более 67 тысяч человек. Наиболее востребованным традиционно стал курорт «Хвалынский», который посетили порядка 55 тысяч человек.

В целом в праздничные дни объекты зимнего туризма в Саратовской области посетили 162 тысячи жителей и гостей региона.

Сезонные колебания нельзя ликвидировать, но их интенсивность возможно снизить. На практике для этого используют разнообразные методы. В период низкого спроса проводятся рекламные туры, корректируется ценовая политика. Но основным направлением является разработка и продвижение новых видов турпродукта, не подверженных сезонным колебаниям. Это, прежде всего, развитие делового и событийного туризма, а также социального туризма для целевых групп. Внедрение инновационных форм обслуживания способствует сглаживанию сезонной неравномерности.

Для подведения итога данной работы, автор провел небольшой опрос у туриста из зарубежья, а конкретно гражданина Швейцарии. На вопросы :«Что Вас впечатлило больше всего в Саратовской области», «Какие достопримечательности запомнились?», «Благодаря чему Вы вернулись бы еще раз в Саратовскую область?», «Что из особенностей Саратовской области вам понравилось, а что напротив, не понравилось?», автор получил ответ:«Больше всего меня удивил низкий уровень жизни населения Саратовской области и не ухоженность города, но несмотря на это, люди были достаточно гостеприимными. Русская кухня поразила своим богатством вкуса . Впечатлила меня архитектура города, старые здания, построенные, возможно в XVII-VIV вв., и то, что они стоят посреди центра города. Цены в городе были относительно европейских практически одинаковыми, хотя зарплаты, на сколько мне известно, отличаются довольно сильно. Из достопримечательностей я выделил для себя консерваторию, набережную Космонавтов и памятник им. Чернышевского. Женщины сильно отличаются от

европеек тем, что Саратовчанки более ухожены и этичны. Еще я заметил, что Саратов является студенческим городом. Много университетов и соответственно студентов не только местных, но и приезжих. Впечатлило то, что город хоть и не мегаполис, но очень живой. Вернулся бы для того, чтобы проплыть тур по реке Волга, но только если придется поехать в этот город по делу. Намеренно для отдыха снова поехать в город Саратов не планирую.»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Подводя итоги анализа, следует отметить, что туризм является одним из ведущих и наиболее динамичных секторов экономики. За последнее десятилетие он начал набирать обороты своего развития и был признан экономическим феноменом века. Во многих странах туризм играет важную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости.

Активно развивается важность туризма как стимулятора для развития других секторов экономики, таких как строительство, торговля, производство товаров народного потребления, связь и т. Д. В индустрии туризма динамика роста объема предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест не намного быстрее, чем в других отраслях. Временной разрыв между ростом спроса на туристические услуги и появлением новых рабочих мест в туристическом бизнесе минимален.

Изучение этапов туризма помогает лучше усвоить те или иные основные исторические вехи. И прогрессивное развитие туризма включено как неотъемлемая часть в мировой исторический процесс. Можно сказать, что на разных этапах истории путешествия и туризм играли огромную прогрессивную роль в развитии человеческого общества в целом, стимулируя науку, развивая транспортные средства, торговлю, дипломатию и, как правило, позитивно влияя на менталитет людей.

В развитии туризма и расширении его социальной базы большое значение имеют логистические факторы. Огромная роль в развитии экономики, увеличение числа занятых работников, решение социальных проблем осуществляется предпринимательской деятельностью.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баранова А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2013.-180 с.
2. Биржаков М.Б. Документооборот туристского предприятия. Учебное пособие. // Под ред. М.Б. Биржакова - СПб.: Издательский дом ГЕРДА, 2009. - 240 с.
3. Бутко И.И., Ситников Е.А., Ушаков Д.С. Туристический бизнес: основы организации. - М.: Феникс, 2008. - 236 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 2008. 296 с.
5. Внутренние факторы, влияющие на развитие туризма [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tourfaq.net/travel_business/travelmarketing/11-vnutrennie-factory-vlijajushhie-na.html
6. География туризма: учеб. для высш. учеб. заведений по направлению подготовки 100200 (специальности 100201) "Туризм" / [Александрова А. Ю., Ангина Е. В., Баюра В. Н. и др.] ; под ред. А. Ю. Александровой .- М. : КноРус, 2012 .- 592 с.
7. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
8. Дигтярь Г.М. Индустрия туризма: Правовые основы социально-культурного сервиса и туризма. М.: Финансы и статистика, 2008. 416 с.
9. Дмитриев С. Способы выявления сезонных колебаний продаж [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vespolsoft.com/informations/articles/article-sezonsales>

10. Дрогов И.А. Подготовка инструкторов детско-юношеского туризма. - М., 2004
11. Дурович. А. П. Маркетинг в туризме. - Минск: Новое знание, 2003. - 496с
12. Знание сила // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009.- № 4. - с.42-46-48.
13. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта. М.: Финансы и статистика, 2008. 160 с.