

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**«Сербия как перспективное направление  
на российском туристском рынке»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) 4 курса 421 группы  
направление 43.03.02 – Туризм

Института Истории и Международных Отношений  
Душенькиной Натальи Валерьевны

Научный руководитель

доцент, к.э.н.

Е. С. Милинчук

Зав. кафедрой

проф., д.э.н.

Т. В. Черевичко

Саратов 2019

## Введение

Республика Сербия имеет огромный туристический потенциал, благодаря которому в стране активно развивается индустрия туризма. Ежегодно в Сербии организовываются кампании по активному продвижению того или иного турпродукта. Сербия привлекает туристов живописной природой и мягким климатом, богатой историей и насыщенной экскурсионной программой, лечебными и оздоровительными курортами. За последние 10 лет поток российских туристов в Сербию вырос почти в 5 раз.

Актуальность бакалаврской работы состоит в том, что Сербия, обладая богатыми природными и культурно-историческими ресурсами, способна интегрировать их в колорит местной кухни и благодаря этому можно создать уникальный комбинированный тур, в котором дегустация местных блюд будет сопровождаться осмотром красот и достопримечательностей данной страны.

Наличие на территории Сербии крестьянско-фермерских хозяйств на которых производятся экологически чистые продукты такие как сыры, колбасы, вина и пр. позволяют иметь достаточно широкую базу объектов, которую можно представить «на суд» туристов. Учитывая территориальные и культурные особенности Сербии, гастрономический тур с элементами экскурсионного может как нельзя лучше передавать туристам национальную атмосферу, знакомить их с традициями страны.

Целью бакалаврской работы является исследование туристского потенциала Сербии и перспектив развития данного направления на российском туристском рынке.

Для достижения вышеуказанной цели можно сформулировать следующие задачи работы:

1. исследовать природные и культурно-исторические туристские ресурсы Сербии;
2. дать оценку туристской инфраструктуре Сербии;

3. рассмотреть тенденции и основные перспективы развития туризма в Сербии;

4. провести анализ предложений турпродукта Сербии на российском туристском рынке;

6. дать оценку сербской кухне как основному ресурсу развития гастрономического туризма и разработать программу нового гастрономического тура в Сербию для российских туристов.

При написании бакалаврской работы были использованы как печатные, так и электронные ресурсы. Особенности туризма в Сербии изучали такие ученые как М.В. Асташкина, О.Е. Афанасьев, Н. А. Восколович. Вопросы истории и культуры Сербии освещены в работах Ф. Невилла, Н. Р. Овсяного, Т. Ю. Рыбакова.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во введении описывается актуальность работы, ее цели и задачи, а также источники, которые использовались при ее написании. В первой главе анализируются природные и культурно-исторические ресурсы Сербии, а также инфраструктурные возможности для развития туризма в этой стране. Вторая глава посвящена основным тенденциям и перспективам развития туризма в республике Сербия. В третьей главе дается характеристика сербской кухни как основного ресурса развития гастрономического туризма в Сербии, описывается программа будущего гастрономического тура в Сербию и его технико-экономическое обоснование.

## Основное содержание бакалаврской работы

Сербия расположена на стыке Центральной и Юго-Восточной Европы, на Балканском полуострове. Благодаря природным туристическим ценностям, в которых содержится один или несколько типов туристических достопримечательностей, они являются основой для развития рекреационных видов туризма в Сербии (плавание, навигационный, охотничий, горный и др.).

Помимо природных ресурсов, Сербия обладает богатым культурным наследием, включающим ряд памятников под охраной ЮНЕСКО, в том числе средневековые монастыри с их уникальной архитектурой и выдающимися фресками, созданными в т. наз. золотой век Сербии в XII—XIII столетиях н. э.

Правительство страны прикладывает большие усилия, для того чтобы развить туризм. Для этого сделано уже достаточно много. Страна может предложить отдыхающим прекрасные горнолыжные и лечебные курорты. В соответствующих регионах строятся отели и рестораны, развивается инфраструктура.

Несмотря на то, что инфраструктура Сербии, по большей части разрушенная в городах в результате бомбардировок 1999 года, она интенсивно восстанавливается, но это способствует хорошим перспективам развития туристической отрасли. Отельная инфраструктура Сербии и другие отрасли развиваются и набирают обороты.

Сербия, в условиях общей неспокойной обстановки в мировой экономике не только не снижает туристский поток а, наоборот, даже увеличивает. По данным Республиканского бюро статистики, в январе 2017 года в Республике Сербия побывало в общей сложности 150,481 туристов, что на 9% больше, чем в январе 2016 года. Для российских туристов Сербия предстает очень привлекательным направлением для путешествий. Этому способствует ряд значимых факторов: в Сербию российским туристам нет необходимости оформлять визу; прямое сообщение с Сербией из Москвы:

недолгий перелет – менее 3 часов, два раза в день в Белград выполняют рейсы «Аэрофлот» и AirSerbia; наличие различных вариантов отдыха, в том числе довольно экономичных.

Статистические показатели роста туризма в Сербии свидетельствуют о развитии отраслей хозяйства, которые улучшением туристических потенциалов могут увеличить свой экономический вклад в ВВП и экспорт. На протяжении последних лет гастрономия стала одной из главных частей знакомства с посещаемой дестинацией, ее стилем жизни и культурой.

Многие города Сербии, зарекомендовавшие себя как гастрономические бренды служат сильнейшим магнитом, притягивающим туристов.

Природа и климат Сербии оказали огромное влияние на блюда сербской кухни. Натуральность и чистота используемых продуктов придает блюдам неповторимый запоминающийся вкус.

Основной особенностью сербской кухни стало смешение в ней традиций средневропейской и восточной кухонь. Не будет преувеличением сказать, что сербская кухня может удовлетворить самых изысканных гурманов. Веками различные народы влияли на ее развитие.

Чтобы ближе познакомить туристов с гастрономическими особенностями республики в контексте осмотра основных достопримечательностей, нами разработан гастрономический тур продолжительностью 8дней/7ночей по Сербии «Ешь, пей, смотри». Гастрономическими компонентами этого тура являются такие элементы, как посещение ресторанов национальной сербской кухни, обширная экскурсионная программа, включающая в себя экскурсии как в рестораны Белграда с рассказом официанта-гида о особенностях местной кухни, так и небольших ферм, на которых производятся оригинальные продукты питания, позволяющих туристу не только расширить свои знания о республике, но и иметь представление о местной кухне.

Целями данного гастрономического тура являются:

- знакомство с национальной сербской кухней, главными блюдами и особенностями их приготовления;

- приобщение к традициям сербского народа, через познание культуры их питания.

Транспорт по маршруту:

- Авиаперелет Москва-Белград-Москва;

- по Сербии туристы будут передвигаться на пассажирском комфортабельном автобусе на 36 человек.

Начать описание тура хотелось бы с портрета потребителя, для которого разработан данный тур.

Исходя из того, что в гастрономическом туризме нуждаются в первую очередь люди среднего возраста, так называемые «гурмэ» - люди с высокими требованиями к еде и утонченным кулинарным вкусом. Наши потенциальные потребители это мужчины и женщины, средний возраст которых от 35 до 65 лет. При этом не исключается участие в туре детей от 7 до 17 лет.

В основном это будут семейные пары со средним уровнем доходов от 30000 рублей в месяц на каждого работающего члена семьи, предпочитающие активный экскурсионный отдых с посещением как больших городов, так и небольших фермерских хозяйств, предлагающих для дегустации продукцию собственного производства.

Конкурентные преимущества данного тура можно выделить согласно концепции маркетинг-микс, в которой элементы носят условные названия продукт, продвижение, цена и место. Поскольку наш тур представляет собой тур в Сербию, поэтому относительно места отдыха можно выделить такие преимущества как наличие большого количества крестьянско-фермерских хозяйств, производящих оригинальную продукцию.

Первое конкурентное преимущество касается самого турпродукта. Наш продукт представляет собой объединение экскурсионной программы и дегустации блюд сербской кухни.

Основными услугами, входящими в стоимость тура «Ешь, пей, смотри» являются международный перелет Москва-Белград-Москва; размещение в отеле Белграда с предоставлением завтраков; обед и ужин в ресторане Белграда, 2 дегустации вин и обеды, 1 дегустация раки; 4 экскурсии с русскоговорящим гидом; трансферы по программе тура, также приятным бонусом является бутылка вина, которую каждый турист получает в подарок.

Дополнительными услугами, рекомендованными туристу, но не входящими в стоимость, являются посещение ресторанов сербской кухни в Белграде, отобранных и рекомендованных нами согласно данным сервиса Tripadvisor. Сопутствующими услугами являются услуги сувенирных магазинов и предприятий города Белграда.

Наше путешествие будет проходить по Белграду и его пригородам. Путешествие будет осуществляться сформированными группами туристов в количестве до 36 человек, что соответствует вместимости арендуемого автобуса. Продолжительность его будет составлять 8 дней и 7 ночей. Вылеты будут проходить из Москвы каждую субботу с мая по октябрь. Размещаться туристы будут в стандартных двухместных номерах с удобствами (кондиционер, холодильник, душ, санузел, телевизор и балкон).

В первый день тура после международного перелета Москва-Белград туристы совершают групповой трансфер в отель «PrinceHallPalace», заселение в отель и обзорная экскурсия по Белграду.

Во второй день группа туристов совершает экскурсию на Фрушка-горы и Сремские Карловцы. В рамках данной экскурсии туристы увидят старейший виноградник Сербии, первую виноградную лозу, выросшую на сербской земле.

На третий день туристы посетят сербские города Тополу и Оплениц. После посещения музеев и местных достопримечательностей, туристы посетят местную винарию и попробуют новые сорта вин из винограда прокупац, вранац и смедеревка.

В четвертый день туристам предлагается в первой половине дня провести свободное время как им хочется, посетить заранее запланированные места. Вечером группа посещает ресторан сербской кухни – ZavicajRestaurant.

В пятый день туристам будет предложено посещение курорта Врнячка Баня, с осмотром местных достопримечательностей, в основном монастырей с последующим обедом в одном из них.

На шестой день будет организована поездка в Ниш, где туристы смогут увидеть множество уникальных памятников архитектуры и сербской культуры и посетят винарию Малча, в которой не только можно будет продегустировать вина, но и увидеть современное производство с новейшими технологиями XXI века, соседствующие с технологиями приготовления XIX века.

В седьмой день туристам предлагается свободный день в Белграде для подготовки к отъезду.

На восьмой день туристы сдают номера и вылетают в Москву.

Мы разработали оригинальный гастрономический тур и помимо всего вышеперечисленного сделали также упор на развлекательный аспект, благодаря чему наш тур может быть интересен молодежному сегменту российских туристов.

Второе конкурентное преимущество в системе маркетинг-микс – это продвижение тура. Поскольку стоимость телевизионной рекламы на местных телевизионных каналах слишком высока для предполагаемого тура (от 25000 рублей за минуту), то мы воспользуемся рекламой в таком виде средств массовой информации как радио.

Исходя из анализа целевой аудитории радиостанций, наиболее популярными радиостанциями среди женщин и мужчин от 35 до 65 лет, являются радиостанции «Дача», радио «Маяк» и «Радиола».

Для продвижения тура планируется разместить на этих радиостанциях, на волне саратовской области, рекламный ролик, длиной 16 секунд, в

котором рассказываются основное преимущество тура – это первый гастрономический тур в Сербию.

Для того же, чтобы привлечь внимание молодежной целевой группы, которую также может заинтересовать наш тур будет организована реклама тура в сети Интернет. Крупные турагентства знают это и, как правило, имеют официальные странички в социальных сетях «Вконтакте», «Одноклассниках», «Фейсбуке» и в «Твиттере», поэтому договариваясь о реализации туров, можно предложить им разместить там информацию о туре.

Третий компонент маркетинг-микс – это цена продукта. Если сравнить цены, которые вышеуказанные операторы опубликовали на 2018-2019 год, то они, в среднем, составляют порядка 33000 рублей с человека, при проживании в гостиницах 3\* и завтраках. При том, что данные туры не включают в цену одного из двух компонентов, либо в туре отсутствуют услуги питания, либо в цену не включено экскурсионное обслуживание.

Наш тур тоже в среднем стоит около 40.000 рублей, но при этом, включает в свою цену услуги по посещению ресторанов и крестьянско-фермерских хозяйств, а также в него включено экскурсионное обслуживание.

Стоимость тура «Ешь, пей, смотри» рассчитана нами на основании себестоимости входящих в тур услуг, затрат на рекламу и комиссионной надбавки турагентствам.

В стоимость тура входят такие услуги, как транспортные услуги компании Aeroflot, размещение туристов, питание, экскурсионные услуги и страховка.

Стоимость транспортных услуг составляет в среднем 21000 рублей с человека в оба конца. Питание осуществляется по программе ВВ (bedandbreakfast), при этом питание на выезде уже также включено в стоимость тура.

Стоимость проживания и питания составит 15000 рублей с человека за 7 ночей.

Стоимость экскурсионных услуг и услуг питания в путешествиях составит 9000 рублей с человека.

Величина страхового взноса, вносимого туристом, составляет 1125 рублей с человека.

В стоимость тура также включены затраты на рекламу будущего тура:

-реклама на радио «Дача», 15-секундный ролик, выходящий в эфир с апреля по июнь, 5 раз в день – 46080 рублей;

- реклама на радио «Маяк», те же условия – 43200 рублей;

- реклама на радио «Радиола», те же условия – 28800 рублей.

Рекламу тура осуществляет туроператор.

Комиссионное вознаграждение турагентствам составляет 5% от цены реализуемого тура. Таким образом, стоимость одной путевки в среднем составит 40 000 рублей. При этом цена будет выше или ниже в зависимости от колебаний курса евро.

Исходя из стоимости одной путевки и имея на руках количество заездов в год, мы можем посчитать рентабельность будущего тура. Она рассчитана нами по формуле:

$$\text{Рентабельность продаж} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Валовая выручка}} * 100\%$$

Где, чистая прибыль – это сумма, полученная от продажи тура за вычетом налога на прибыль и комиссии турагентствам;

Валовая выручка – разница между выручкой от реализации товара и себестоимостью продукции.

Исходя из расчета на то, что будет продано максимально возможно количество туров при двадцати шести заездах по 36 человек в каждом (количество мест в экскурсионном автобусе) и используя данные о стоимости туров, можно посчитать, что общая выручка от реализации составит 12.064. 464 рубля.

Пользуясь данными о стоимости отдельных услуг тура, можно посчитать себестоимость туров. Она равняется 9.392. 720 рублей.

Имея расчет общей выручки от реализации и себестоимости, можем посчитать первый показатель формулы – выручку. Она составит 2.671.744 рубля (12.064.464 – 9.392.720).

Чтобы посчитать второй показатель формулы – чистую прибыль необходимо из валовой прибыли вычесть налог на прибыль и комиссионную надбавку турагентствам. Так как налог на прибыль в Российской Федерации составляет 20 % при общей системе налогообложения, а комиссионная надбавка назначена нами в виде 5 %, то чистая прибыль будет равняться 2.003.808 рублям (2.671.744 – 667.936).

После того, как мы нашли величину всех необходимых переменных, посчитаем рентабельность и окупаемость тура. Возьмем чистую прибыль в размере 2.003.808 рублей и разделим ее на выручку равную 12.064.464 рублям. Затем получившийся результат умножаем на 100 процентов и получаем рентабельность тура равную 22 процентам.

Теперь, зная величину рентабельности данного тура, можно посчитать окупаемость тура, исходя из периода, в который будут продаваться туры и величины рентабельности, окупаемость нашего тура будет возможна через два месяца, после начала продаж, то есть в августе туроператор уже будет получать доход от тура.

Исходя из произведенных расчетов, можно сделать вывод, что наш тур достаточно рентабелен и может приносить выгоду не только туроператору, но и турагентствам, реализующим его.

## Заключение

Сербия – небольшое европейское государство, обладающее огромным потенциалом для развития практически всех известных на данный момент видов туризма.

На основе изучения природных и культурно-исторических туристских ресурсов мы пришли к выводу, что на территории Сербии возможно развитие наиболее популярных видов туризма таких как экотуризм, лечебно-оздоровительный туризм, спортивный туризм, познавательный туризм, гастрономический туризм и пр. В Сербии собраны разнообразные природные ресурсы, такие как горы, судоходные реки (Дунай), озера (Власинское и Радониченское), несколько крупных водопадов (Йеловарник и Пиль), которые в будущем могут дать республике толчок для развития рекреационного, лечебно-оздоровительного, спортивного и экологических видов туризма. Также на территории республики находится ряд туристически привлекательных природных дестинаций таких как Златибор, Фрушка Гора, Лудашка Озеро и др. Есть ряд оздоровительных курортов, ежегодно принимающих большое количество туристов из разных стран. Что касается культурно-исторических ресурсов, то на территории Сербии есть ряд объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО (монастырь Студеница, Стечки, древний город Стари Рас и монастырь Сопочаны и пр.), которые с давних времен привлекали любознательных туристов. Помимо этого, на территории республики проводится ряд фестивалей: фестиваль Трубачей, Кинофестиваль, Летний джазовый фестиваль, международный театральный фестиваль и др.

Кроме того, Сербия имеет достаточно развитую инфраструктурную сеть для того, чтобы обеспечить туристов всем необходимым в путешествии. Сербия имеет международное авиасообщение, сеть железных дорог, развитую сеть дорог, практически все виды предприятий размещения и питания, а также базу для отдыха и досуга туристов.

Развитие гастрономического туризма показалось нам наиболее перспективным, поскольку Сербия обладает традиционной многовековой кухней, с разнообразным выбором блюд и напитков, а также имеет возможность легко интегрировать процесс дегустации в процесс осмотра местных достопримечательностей, что делает данный вид туризма наиболее привлекательным.

В практической части бакалаврской работы нами был разработан уникальный гастрономический тур «Ешь, пей, смотри», включающий в дегустацию наиболее популярных сербских блюд и напитков, которая будет сопровождаться осмотром местных колоритных достопримечательностей. В программу тура также вошли посещение столичных ресторанов сербской кухни и посещение сельских крестьянско-фермерских хозяйств, где туристы смогут воочию наблюдать процесс производства национальных сербских деликатесов, а также самим принять участие в их создании, посетить мастер-классы по приготовлению тех или иных блюд и напитков, а также приобрести себе и своим близким экологически чистую продукцию.

По результатам проделанной работы можно сделать вывод, что Сербия обладает необходимым потенциалом для привлечения российских туристов. Для этого необходимо предлагать на рынок новые турпродукты, которые будут отвечать потребностям туристов и пользоваться спросом. Практическая значимость работы заключается в разработке гастрономического тура, который при должном продвижении сформирует интерес к данному туристическому направлению.