

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет имени Н.Г.Чернышевского»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Развитие российского туроперейтинга в направлении Карибского  
региона**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
МАГИСТРА**

Студентки 2 курса 267 группы  
направления 43.03.02 - «Туризм»  
Института истории и международных отношений  
Гросу Галины Владимировны

Научный руководитель  
доц., к.э.н., доц.



Е.А. Фролова

\_\_\_\_\_  
20.05. 2020

Заведующий кафедрой  
профессор, д. э.н, профессор

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.В. Черевичко

Саратов 2020 год

## **ВВЕДЕНИЕ**

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики XXI века. Сегодня, в большинстве стран туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Выездной туризм одна из наиболее динамично развивающихся сфер бизнеса. С каждым годом туристский рынок становится всё более эффективным, формы сотрудничества туроператоров и поставщиков туристских услуг всё более разнообразными, специфика обслуживания более сложной. Вместе с тем, совершенствуются технологии, растёт общий уровень профессионализма работников туризма. Сложность и постоянно изменяющаяся специфика выездного туризма делают необходимым изучение основ и постоянное пополнение знаний об этой отрасли.

В России туристский бизнес развивается преимущественно с ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих турфирм предпочитают заниматься направлением соотечественников за рубеж, и лишь не большая их часть работает на привлечение гостей в Российскую Федерацию. И одним из популярных направлений выездного туризма российских туристов является Карибский бассейн, это обуславливается тем, что в данном направлении: безвизовый въезд, круглогодичный сезон, роскошные виды и белоснежные пляжи.

Целью диссертационной работы является: разработка нового конкурентоспособного курортного продукта в Карибском регионе с учетом потребностей российского туриста.

Указанная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- анализ спроса на Карибские курорты на российском рынке выездного туризма;
- изучение конкурентных преимуществ курортов Карибского региона;
- изучение особенностей туроперейтинга в направлении Карибского региона;
- анализ курортных продуктов стран Карибского регионального;
- исследование мотивации российских потребителей турпродукта в выборе курортного продукта.

Объектом исследования являются курортные продукты Карибского бассейна. Предметом исследования является особенность туроперейтинга в направлении Карибского региона.

При проведении исследования автор опирается на Федеральный закон об основах туристской деятельности и другие нормативно-правовые акты по проблемам развития и совершенствования туристического бизнеса.

Новизна заключается в том, что разработан новый продукт-комбинированный тур ,с учетом особенностей и предпочтений российских туристов, ранее не предлагаемый на рынках . Данный тур удовлетворяет все потребности российского туриста .

Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения и списка использованной литературы, приложения(А,Б,) .134 страницы, 11 таблиц, 9 рисунков.

Основные достижения диссертации были представлены автором на Всероссийской конференции «Новый век: человек , общество, история глазами молодых» и изложены в научной публикации : Студенческий: электрон. научн. журн . 2020 №12(302).г.Саратов,РФ,Гросу Г.В. Туристские

### **Основное содержание выпускной квалификационной работы**

Туризм, как социокультурное и экономическое явление, оказывает существенное влияние на материальную и духовную сферу деятельности человека и общества в целом. И если результаты экономического воздействия, как правило, прямые, их достаточно просто подсчитать, возможные социальные воздействия туризма сложно выявить и оценить, поскольку в большинстве случаев они носят косвенный характер. Это создает определенные трудности при изучении поведенческих предпочтений потребителей туристских услуг.

Исследования особенностей потребительского поведения туристов играют огромную роль в формировании характера и емкости туристского спроса и сбыта. Известный исследователь сферы туризма В.А. Квартальнов подчеркивал, что различные модели путешествия, особенности поведения потребителей, туристская мотивация влияет на выбор конкретного туристского продукта. Понимание доминирующих мотивов потребления туристских услуг может стать залогом успешного функционирования туристского предприятия, так как позволит выбрать наиболее эффективные приемы привлечения потенциальных туристов, формирования постоянной клиентской аудитории, воздействия на объем туристского спроса и сбыта и продвижения конкретного туристского направления. Туристский продукт как комплекс услуг, с учетом специфики его продажи, порождает сложные типы потребления, определенные поведенческие стратегии и специфические особенности поведения туристов. Поэтому в сфере туристских услуг вопросы поведения потребителей приобретают важнейшее значение, особенно при продвижении новых направлений туризма.

Развитие туризма возможно при соблюдении двух главных условий – наличия достаточного количества свободного времени и материальных средств. Но обеспечение высокого уровня спроса на туристские услуги обусловлено покупательской способностью потребителей, то есть не только наличием у населения денежных средств, но и желанием их потратить на путешествия - важным внутренним мотивом потребительского поведения. Широкий подход к исследованию особенностей поведения российских потребителей туристских услуг, предложенный Квартальным В. А., определяет следующие факторы, влияющие на потребительское поведение: изменение уровня доходов населения, принадлежность к определенной расе, полу, уровень образования, род занятий, мнение референтной группы, мода, время, обычаи, привычки, традиции, образ жизни и т.п..

Стереотип поведения российских потребителей туристских услуг претерпел существенные изменения. Основными тенденциями стали расширение географии туристских поездок и сегментации активных форм отдыха, рост выездного и сокращение внутреннего туризма, увеличение доли краткосрочных поездок (уик-энд, новогодние, майские праздники), спонтанность выбора направления путешествия и туристского центра, увеличение насыщенности программы путешествия, совмещение отдыха с учебой, работой, шопингом.

Узкий подход к исследованию особенностей поведения российских потребителей туристских услуг, по мнению М.В. Данилиной, В.И. Деревянкиной, А.В. Потехина, включает в себя целый многокомпонентный комплекс, в котором отдельно возможно рассматривать стили, стратегии поведения, внешние и внутренние факторы, оказывающие воздействие на поведение потребителей и особенности поведения потребителей в зависимости от видов туризма. Согласно исследованию, проведенному этими учеными, к ведущим факторам, влияющим на поведение потребителей туристских услуг, относится известность компании, личная информация, полученная на уровне межличностного общения с работниками турагентств,

возможность приобретать разнообразные туры и качественный сервис в процессе приобретения услуги. Наиболее важными внешними факторами для российского потребителя являются разнообразие выбора, доступная цена и гибкая система скидок, уровень сервиса при продаже, зависящий от деловых и индивидуально-личностных качеств менеджеров туристской фирмы (оперативность, хорошее знание туристского рынка, доброжелательность, обратная связь с туристом), мнение референтной группы (семья, родственники, друзья). Среди внутренних факторов наиболее значимые – уровень дохода, потребность в определенном отдыхе (виде, месте), привычки.

Статистика показывает, что популярность курортного отдыха постоянно растет. Так по результатам исследования, проведенного Аналитическим центром НАФИ в начале 2019 года, по сравнению с предыдущим годом выросла популярность пляжного отдыха с 34% до 43%, активного отдыха (в том числе рыбалку и охоту) с 23 до 29%. Пляжный отдых предпочитают жители российских столиц и крупных региональных центров (51%). Активный отдых особенно популярен среди мужчин (39%) и молодых людей до 34 лет (47%). Лечение в санатории, поездки в дома отдыха и пансионаты чаще выбирают женщины (20%) и россияне старше 55 лет (16%).

Эти данные подтверждает и ТурСтат, согласно данным этого агентства выезд российских туристов за рубеж в 2019 году растет по пляжным и экскурсионным популярным туристическим направлениям. В Топ-10 стран по росту числа зарубежных туристских поездок россиян в 2019 году по итогам первых 6 месяцев входят 7 стран с курортным отдыхом. Лидером в этом году стала Турция, в эту страну число поездок увеличилось на 368 тысяч, на втором месте Китай, на третьем Грузия

По нашему мнению, Карибский регион обладает прекрасными природно-климатическими ресурсами, развитой туристской инфраструктурой, доступностью для россиян и может стать хорошей альтернативой пляжного отдыха во время экономических, политических и

прочих проблемах в других туристских регионах. К тому же это направление выгодно и для турфирм, так как продажа турпакетов в страны Карибского региона принесет в два-три раза больше прибыли, чем в Турцию (из расчета 10% от стоимости тура).

Но существует ряд факторов, которые могут, как мешать, так и способствовать развитию туризма по данному направлению. Как показало исследование в параграфе 1.4, из-за ориентации на более притязательных туристов Канады, США и Европы, туристские и сопутствующие услуги отличаются более высоким уровнем сервиса, многие страны установили для туристов облегченный визовый режим. Помешать может более высокая стоимость туров, длительность перелета и отсутствие прямого авиасообщения с большинством стран Карибского региона, англоязычный сервис.

Но все эти трудности преодолимы, если российские туристы заинтересованы в освоении этого направления. Чтобы определить перспективность Карибского региона для развития выездного курортного туризма, было проведено социологическое исследование – письменный опрос в форме анкетирования (анкета полузакрытого типа). Цель исследования – выявить степень заинтересованности россиян в турах по Карибскому региону. Задачи исследования – узнать, какие страны Карибского бассейна хотели бы посетить респонденты, какой тип отдыха они предпочитают, какую сумму готовы потратить на путешествие, какие основные и дополнительные услуги ожидают увидеть в турпакете.

Объект исследования выступает российский выездной туризм, предметом – туризм по направлению Карибского региона. Генеральная совокупность исследования – граждане РФ, респонденты – клиенты турфирмы .... Механически случайная выборка была выбрана из-за доступности, объем выборки – 30 человек.

В результате проведенного анкетирования, было опрошено 30 человек в возрасте от 25 до 65 лет, из них 9 мужчин, 21 женщина. Четыре респондента не состоят в браке, остальные – семейные, 19 респондентов имеют детей. Две

трети респондентов имеют доход от 10 до 20 тысяч рублей на одного члена семьи, у семи доход в пределах 21-30 тысяч рублей и только у одного респондента доход выше 30 тысяч рублей на каждого члена семьи. Из опрошенных только трое уже побывали в Карибском туристском регионе.

Предпочтения респондентов в выборе видов туризма и типов отдыха распределились следующим образом: пляжный отдых предпочитают большая часть опрошенных – 17 человек, экскурсионный отдых – 6 человек, спортивный – 3 человека, помимо этого трое респондентов указали экологический туризм, один – паломничество. Две трети респондентов предпочитают традиционные развлечения во время турпоездки: любят отдыхать на пляже 13 опрошенных, осматривать достопримечательности – 8 человек, четверо выбирают вечерние развлечения в клубах и посещение ресторанов, трое респондентов назвали рыбалку, четверо – занятия водными видами спорта (серфинг, дайвинг, плавание).

Опрос показал заинтересованность респондентов в этом направлении туризма – кроме одного респондента, все опрошенные хотели бы посетить Карибский регион. Не смотря на то, что Карибский бассейн представлен 35 странами и островными государствами, многие из которых имеют развитую туристскую инфраструктуру, респонденты выбрали только пять стран, которые хотели бы посетить: два хотели бы съездить на Кубу, один – на Ямайку, шесть – в Мексику, 15 – в Доминиканскую республику и один в Коста-Рику.

Опрос так же показал, что респонденты не очень хорошо знакомы с достопримечательностями этого региона, только 9 респондентов указали конкретные места: один хотел бы увидеть дом-музей Хемингуэя на Кубе, один – «город водопадов» в Доминиканской республике, трое хотели бы осмотреть национальные парки Доминиканской республики, один – посетить Чечен-ицу, один – музей подводных скульптур и двое – пляж Акапулько в Мексике

Общим выводом будет следующее: курортный продукт, в силу своей универсальности, наиболее востребован на российском туристском рынке, при выборе курортного продукта российский потребитель, как правило, тяготеет к привычным для себя местам «у ближайшего моря», где может получить полный комплекс услуг по системе all inclusive. Вместе с тем, российские туристы активно осваивают другие курортные дестинации со схожим уровнем сервиса. Тенденцией последних лет стало увеличение доли молодых путешественников, которые предпочитают короткий отдых с насыщенной программой и возможностью самостоятельно организовать поездку.

Карибский регион обладает прекрасными природно-климатическими ресурсами, развитой туристской инфраструктурой, достаточными возможностями для качественного информационного обеспечения в сфере туризма, доступностью для россиян и может стать хорошей альтернативой пляжного отдыха во время экономических, политических и прочих проблемах в других туристских регионах.

Проведенное социологическое исследование показало, что большинство респондентов – это семейные пары с детьми среднего возраста, имеющие стабильный доход выше среднего, которым интересен Карибский туристский регион. Они плохо знакомы с этой туристской дестинацией, но готовы купить тур при условии, что его стоимость не будет превышать 150 000 рублей за одного человека, основные и дополнительные услуги будут соответствовать привычным им стандартам: отели от 3 до 5 звезд с системой питания «все включено», возможность самостоятельно передвигаться на автомобиле, детская анимация и обширная экскурсионная программа. Следовательно, Карибский туристский регион перспективен для развития выездного туризма и может найти потребителей среди туристов среднего (туристского) и первого класса.

По итогам опроса, который мы провели, был составлен комбинированный тур «Карибский рай».

Цель тура: организация путешествия по двум странам с посещением достопримечательностей.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

1. Охарактеризовать тур и описать его особенности.
2. Описать этапы разработки и продвижения тура.
3. Описать процесс продвижения тура на рынок.

Целевая аудитория тура: туристы, в возрасте от 25 до 55 лет, со средним и высоким уровнем доходов. В целях безопасности данный тур не рекомендуется людям с хроническими тяжелыми заболеваниями.

Была составлена технологическая карта тура «Карибский Рай», которая определяет содержание программы и условий обслуживания туристов на данном маршруте. Наглядно и лаконично дающий все необходимые для работы сведения и данные по туру.

Комбинированный тур «Карибский Рай» с посещением Доминиканской Республики и Мексики идеально подходит для туристов, заинтересованных за одну поездку посмотреть главные достопримечательности двух прекрасных стран и отдохнуть на песчаных пляжах лазурного Карибского моря. Особенностью данного тура является то, что он насыщен по содержанию - экскурсии по программе совмещаются с отдыхом. В этом путешествии можно увидеть самые знаменитые места Мексики и Доминиканской Республики. Начало путешествия начнется с Доминиканской Республики, где туристы увидят много всего интересного. Одним из таких мест является знаменитый остров Саона, именно здесь снимали знаменитую рекламу «Баунти». Незабываемое путешествие к южному побережью острова. Вся палитра красок Карибского моря, чистейшие лагуны, белоснежные пляжи, коралловые рифы. Так же один день посвящается экскурсии на гору Редонда в Доминикане, с которой открывается панорамный вид на лагуну Лимон и озеро Редонда,

Восточные Кордильеры, Атлантический океан, залив и полуостров Самана, утопающую в зелени долину Мичес. Во время экскурсии туристов ждет встреча с легендарной горой Редонда, с парящими в воздухе качелями и гамаками, посещение традиционного доминиканского ранчо, с многолетним уже производством сигар, гаитянский квартал, (маленький кусочек Гаити в Доминикане), дикий и, конечно же, чарующий пляж Макао, который покорит своими сногшибательными волнами! В Мексике ожидает не меньше красивых и увлекательных мест. Например, город Майя, который внесен в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, а находящаяся здесь пирамида Кукулькан, объявлена одним из новых семи чудес света в Новом Свете. Пирамида Кукулькан, храм Воинов и многое другое. Так же в эту экскурсию входит посещение сенота Ик-Киль, который считается самым красивым колодцем Юкатана.

Так же не оставит равнодушным знаменитый парк «Xcaret» Самый знаменитый в Мексике. Сочетание природной красоты, древней культуры майя и загадочного мира джунглей! На территории парка есть ферма по выращиванию орхидей, природный ботанический сад, парк птиц, черепаховую ферму.

За отдельную стоимость любители подводного мира смогут приобрести экскурсию музей подводных скульптур «Musa». Это одна из главных достопримечательностей Мексики. Подводный музей города Канкун представляет собой комплекс скульптур, расположенных прямо на морском дне. В подавляющем большинстве это подводные скульптуры людей в натуральную величину. Кроме этого есть и другие экспонаты, например автомобиль, дом, стол и даже подводная мина. А любители шумных вечеринок могут так же за отдельную стоимость приобрести билеты в клуб «Coco Bongo», который является одним из самых известных клубов Мексики. Он существует уже больше 20 лет и до сих пор не потерял своей актуальности. Поговаривают, что приводящееся там вечеринки по своему масштабу ничуть не уступают знаковым тусовкам Лас-Вегаса. Концепция Coco Bongo складывается

из нескольких составляющих: запоминающееся шоу от профессиональных музыкантов, танцоров, и акробатов, множество спецэффектов и ярких деталей, безлимитные напитки, а также танцы под зажигательную музыку разных эпох до самого утра.

Стоимость комбинированного тура «Карибский Рай» будет составлять , 144692 рублей. Прибыль турфирмы от реализации данного тура 10%. Следовательно, итоговой стоимостью турпродукта является сумма 159160. Расчеты были произведены исходя из стоимости перелета, проживания и экскурсий.

Изучив и проанализировав особенности туроперейтинга в данном направлении, были сделаны выводы , что для осуществления данного тура и продвижения его на рынок самым подходящим является туроператор «Pegas Touristik». Так как этот туроператор один из лидеров российской туристической отрасли и одна из крупнейших международных туристических компаний, а так же данный туроператор работает с выбранными направлениями уже несколько лет.

Для продвижения тура будут использоваться такие рекламные средства как:

1. Изготовление рекламных каталогов, брошюр, буклетов, размещение и распространение печатной продукции.
2. Реклама в средствах массовой информации (в печатных изданиях, на радио и телевидении).
3. Электронные средства массовой информации, телевидение, безусловно, является одним из наиболее эффективных каналов рекламы туристских услуг.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм – одна из важнейших отраслей для развития экономики России. В сфере туризма сегодня реализуются новые программы, совершенствуется инфраструктура, активно привлекаются инвестиции.

Карибский регион обладает прекрасными природно-климатическими ресурсами, развитой туристской инфраструктурой, достаточными возможностями для качественного информационного обеспечения в сфере туризма, доступностью для россиян и может стать хорошей альтернативой пляжного отдыха во время экономических, политических и прочих проблемах в других туристских регионах.

Было выяснено, что, согласно статистике, курортный продукт в настоящее время наиболее востребован на российском туристском рынке, и его популярность увеличивается с каждым годом. Его популярность основана на универсальности: курортный турпродукт подходит всем возрастным и социальным группам населения, сочетает широкие возможности лечения, оздоровления, активности, развлечения, получения впечатлений. На выбор курортного турпродукта российским потребителем влияют привычки и традиции курортного отдыха, сформированные еще в советский период, а затем расширенные новым опытом зарубежных поездок. При выборе курортного продукта российский потребитель предпочитает полный комплекс недорогих туристских услуг и высокий уровень комфорта.

В ходе данной работы поставленные цели были достигнуты. Был разработан новый конкурентоспособный курортный продукт в Карибском регионе, с учетом потребностей российского туриста. Для этого был проанализирован спрос на Карибские курорты на российском рынке выездного туризма, так же мы изучили конкурентные преимущества курортов Карибского региона. Для разработки нового продукта мы исследовали мотивации российских потребителей турпродукта в выборе курортного продукта. В процессе разработки тура для была исследована специфика туроператорской деятельности, которая включает в себя особенности

индустрии туризма (совокупность гостиниц и иных средств размещения, систем, средств и объектов транспорта и перевозок, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, спортивного, оздоровительного и иного назначения, предприятий и организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также предприятий и организаций, предоставляющих экскурсионные услуги).

Разработанный тур способен полностью удовлетворить потребности туристов. И у данного продукта есть большие шансы быть выдвинутым на рынок в туристической сфере. Для осуществления данного тура и продвижения его на рынок самым подходящим является туроператор «Pegas Touritik». Так как этот туроператор один из лидеров российской туристической отрасли и одна из крупнейших международных туристических компаний.