

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
имени Ю.А.СЕНКЕВИЧА»

Факультет туризма и гостеприимства

Кафедра туризма

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой туризма
_____ /Г.Н. Кутепова/
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема: «Разработка практических предложений по развитию
спелеотуризма в Республике Крым»

Выполнила:
Студентка 5 курса, 1201 ТОЗ группы
Егорова Олеся Алексеевна
Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль: «Технологии и организация
туроператорских и турагентских услуг»

« ____ » _____ 2017 г.

Руководитель: канд. экон. наук, доцент
В.Н. Николашин

« ____ » _____ 2017 г.

Москва 2017

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические аспекты спелеотуризма.....5

1.1. Понятия и классификация спелеотуризма.....5

1.2. Центры спелеотуризма в РФ..... 13

1.3. Особенности организации спелеотуризма..... 17

Глава 2. Развитие спелеотуризма в Республике Крым..... 23

2.1. Туристские ресурсы Республики Крым для спелеотуризма..... 23

2.2. Анализ рынка спелеотуризма в Республике Крым..... 30

2.3. Проблемы развития спелеотуризма в Республике Крым..... 34

Глава 3. Предложения по развитию спелеотуризма в республике Крым ... 42

3.1. Планы и проекты развития спелеотуризма в Республике Крым 42

3.2. Предложения по развитию спелеотуризма..... 47

3.3. Расчет стоимости спелеотура 52

Заключение 59

Список использованных источников

Приложение

Введение

Современный туристский рынок требует нового отношения к оптимизации экскурсионной деятельности как к одному из главных туристских продуктов.

В современных условиях в России усиливается конкуренция в сфере туризма. Усиление конкуренции на туристическом рынке является следствием роста численности туристических предприятий, которые к тому же имеют сопоставимые возможности и недостаточно дифференцированный туристический продукт, что затрудняет потребительское поведение. В условиях медленного роста спроса конкурентная борьба переносится в сферу «переманивания» клиентов от конкурентов, что требует новых стратегических идей и нестандартных маркетинговых решений. В свою очередь, рост успешности внедрения таких решений провоцирует новый виток конкурентной борьбы, связанный со скоростью реакции конкурентов на введенные мероприятия.

Усилению конкурентной борьбы способствует также сезонность спроса на услуги туризма. Таким образом, конкуренция из ценовой переносится на качественную, когда основное внимание концентрируется на содержании, комфортности досуга, на соотношении цены и качества. За 2015 год в Крыму отдохнуло 4 млн. 598 тыс. туристов, что на 21% выше уровня прошлого года. Ориентировочное количество спелеотуристов не превысило 70 тыс. человек – официальная статистика этой категории туристов отсутствует. [46]

Спелеотуризм очень популярен, доступен людям различных возрастов, но в то же время достаточно опасен, что требует соблюдения определенных условий при разработке и реализации туров.

В последнее время граждане Российской Федерации стали больше путешествовать внутри страны. Заметную роль в этом сыграло и присоединение Крыма, о чем свидетельствуют следующие цифры: в течение 2015 года планировалось привлечь в Крым три миллиона человек, а фактически