

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СМОЛЕНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

Факультет физической культуры и оздоровительных технологий
Кафедра туризма и спортивного ориентирования

Заведующий кафедрой
_____ Ю.С. Воронов
« ____ » _____ 2016 г.

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ,
ПРОДВИЖЕНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОТДЫХА
В АБХАЗИИ

Выпускная квалификационная работа по направлению
43.03.02 «Туризм»
(по профилю «Технология и организация туроператорских и
турагентских услуг»)

Студент-исполнитель А.В. Хохлова

Научный руководитель А.А. Бескостова
к.ф.н., доцент

Оценка за работу _____

Председатель ГЭК Л.Ю. Мажар
проректор по учебной и воспитательной работе ОУ ВО «СГУ»,
д.геог.н., профессор

Смоленск 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА.....	8
1.1 Понятие и структура туристского продукта.....	8
1.2 Формирование туристского продукта.....	12
1.3 Продвижение туристского продукта на рынок	14
ГЛАВА II. АНАЛИЗ ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКА АБХАЗИЯ	21
2.1 Физико-географическая характеристика Абхазии	21
2.2 Состояние сферы туризма и туристская инфраструктура Абхазии	23
2.3 Туристско-рекреационный потенциал Республики Абхазия	29
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ, ПРОДВИЖЕНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА «ПРОГРАММА ОТДЫХА В ГУДАУТЕ»	34
3.1 Актуальность разработки программы тура	34
3.2 Описание туристского продукта «Программа отдыха в Гудауте».....	38
3.3 Расчет стоимости программы отдыха.....	42
3.4 Продвижение и реализация туристского продукта.....	48
ВЫВОДЫ	50
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	52
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	56

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом, поэтому основной задачей деятельности туристского предприятия, в частности туроператора, является создание привлекательного туристского продукта.

Для того чтобы разработать туристский продукт, который будет пользоваться успехом на рынке туристских услуг, туроператорская компания должна определиться для какого сегмента рынка этот продукт создается; решить, какие позиции она хочет занять на этих сегментах; разработать концепцию продукта и провести ее проверку; произвести разработку маркетинговой стратегии; оценить экономическую целесообразность внедрения тура; провести испытание данного туристского продукта в рыночных условиях для выявления его конкурентоспособности. Последним этапом является внедрение турпродукта на рынок туристских услуг (Г.М. Дехтярь, 2009).

Актуальность данной темы состоит в том, что в условиях становления туристского рынка важное значение придается формированию интереса к туристскому продукту и соответственно, разработке новых туристских продуктов, а также информационно-рекламной деятельности как средству доведения различных сведений о туристском продукте до массового потребителя. Учитывая конкурентный характер туристской деятельности на рынке спроса и предложения, значение фактора разработки и продвижения туристского продукта значительно возрастает.

Кроме того, актуальность работы обусловлена тем, что на сегодняшний день наметилась явная тенденция к росту туристских потоков в Абхазию.

Туристская привлекательность республики обусловлена разными факторами:

- уникальная природа и климат;

- гостеприимность абхазского народа;
- отсутствие вредных производств. Воздух Абхазии богат отрицательно заряженными ионами, морскими солями и кислородом (41%);
- большое количество солнечных дней в году (220). Край соперничает с курортами Крыма и Французской Ривьеры. Купальный сезон на пляжах длится с середины мая по октябрь. По своему физико-химическому составу морская вода у берегов Абхазии приближается к минеральным водам.

К тому же, обстановка в стране за последнее время стабилизировалась. Туристы стали возвращаться в Гагры, Пицунду, Новый Афон, Сухуми. В Абхазии открываются и новые маршруты, предлагаются новые виды услуг (Н. Шутова, 2008).

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что у Абхазии есть необходимые ресурсы, чтобы стать одним из центров мирового туризма и занять свою нишу в мировой экономике. Кроме того, республика привлекательна и для русского туриста. Цены на абхазские путевки ниже российских, а условия отдыха не хуже, чем на отечественных курортах.

Однако качество и разнообразие программ отдыха в целом гостей Абхазии не совсем устраивает. В настоящее время наиболее посещаемыми курортами Абхазии являются Сухуми, Гагры и Пицунда. Для равномерного распределения туристского потока по территории республики и привлечения большего количества туристов необходимо развивать менее известные туристские центры Абхазии, что позволит расширить ассортимент предлагаемых туров. Одним из таких курортов является Гудаута.

Цель исследования – разработать комплекс мероприятий по формированию, продвижению и реализации нового туристского продукта «Программа отдыха в Гудауте» для туристских фирм г. Смоленска.

Объект исследования – технология разработки туристского продукта.

Предмет исследования – Республика Абхазия как перспективный регион для разработки нового туристского продукта.

Гипотеза исследования. Предполагалось, что разработанный комплекс мероприятий по формированию, продвижению и реализации программы отдыха в Абхазии для туристов Смоленской области привлечет большее количество потребителей в туристские агентства города, что очень важно в условиях экономического и политического кризисов, и даст возможность жителям региона комфортно отдохнуть на морском побережье за приемлемую цену.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы разработки нового туристского продукта.
2. Проанализировать туристский потенциал Республики Абхазия.
3. Разработать программу отдыха в Гудауте, рассчитать ее экономическую эффективность и указать пути продвижения и реализации данного туристского продукта.

Для решения поставленных задач применялись следующие методы исследования:

- анализ научно-методической литературы;
- методы теоретического познания (анализ и синтез, индукция и дедукция);
- картографические методы исследования (визуальный описательный анализ карты).

Анализ научно-методической литературы. Для изучения и анализа научно-методической литературы использовались фонды библиотеки Смоленской государственной академии физической культуры, спорта и туризма. Были изучены статьи и тезисы в научных сборниках и периодических печатях. Всего было изучено 46 источников.

Методы теоретического познания (анализ и синтез, индукция и дедукция).

Анализ – метод научного исследования, состоящий в мысленном или фактическом разложении целого на составные части.

Синтез – метод научного исследования какого-либо предмета, явления, состоящий в познании его как единого целого, в единстве и взаимосвязи его частей, синтез связан в процессе научного познания с анализом. Анализ и синтез применялись для выявления перспективных видов информационных технологий в туризме.

Индукция – логическое умозаключение от частных, единичных случаев к общему выводу, от отдельных фактов к обобщениям.

Дедукция – логическое умозаключение от общего к частному, от общих положений к частным выводам. В научном познании дедукция неразрывно связана с индукцией. Индукция и дедукция применялись для логического определения общих выводов (Ю.С. Воронов, 2008).

Картографические методы исследования (визуальный описательный анализ карты, картометрия). Визуальный описательный анализ карты – письменная или устная интерпретация информации карты для определённых целей, т.е. проводится визуальное чтение карты с целью сопоставления и оценки показанных на ней объектов. Картометрия – измерение по картам координат и высот различных точек (объектов), длин отрезков или ориентиров, углов, исчисление площадей, объёмов и размеров объектов (Ю.С. Воронов, 2007). Метод картографии применялся при изучении территории Карельского региона как благоприятного туристского региона.

Организация исследования. Вся исследовательская работа проводилась на базе ФГБОУ ВО «СГАФКСТ» в 3 этапа:

I этап (сентябрь 2014 г. – апрель 2015 г.). Проводился анализ научно-методической литературы по тематике исследования. В этот период было проанализировано 44 источника из фондов библиотеки ФГБОУ ВО СГАФКСТ, СОУБ им. А.Т. Твардовского и ресурсов Интернет; была сформулирована тема, выявлен предмет и объект, определены задачи, выбраны методы исследования.

II этап (май 2015 г. – февраль 2016 г.). Проводилась разработка комплекса мероприятий по формированию, продвижению и реализации программы отдыха в Абхазии для туристов Смоленской области. Разработка практических рекомендаций, обработка результатов исследования.

III этап (март 2016 – май 2016 г.). Проводилась литературно-графическая обработка фактического материала, формулировались выводы и практические рекомендации.