

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В Г. АНАПЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

«Допущена к защите»

Протокол № 11 от «29» июня 2020 г.

и.о. заведующего кафедрой:

к.п.н., доцент

 Стародуб К.А.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА


Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Тема: «Перспективы развития авторского туризма в современных условиях (на примере турагентства «Планета-Вижн»)»

Выполнена:

студентом группы 15-3Т-А

 Ивановой Марией Николаевной

Научный руководитель:

к.э.н., доцент

 Екимова Валентина Вячеславовна

Анапа 2020

**Филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Сочинский
государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края**

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

**Профиль «Технология и организация туроператорской и турагентской
деятельности»**

Группа 15-3Т-А

УТВЕРЖДАЮ

и. о. заведующего кафедрой:

к.п.н., доцент

Стародуб К.А.



ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студенту Ивановой Марии Николаевне.

1. Тема выпускной квалификационной работы «Перспективы развития авторского туризма в современных условиях (на примере турагентства «Планета-Вижн»)».

Утверждена приказом по вузу № 1480-Ст от 29.05.2020.

2. Срок сдачи студентом законченной работы 29.06.2020

3. Исходные данные (в т.ч. список рекомендуемой литературы)

Федеральный закон от 24.11. 1996 № 132-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

ГОСТ Р 50681-2010 от 07.01.2011. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. Организация туризма/под ред. Н. И. Кабушкина. Мн.: Новое знание, 2019. 632 с.

Веткин, В. А. Технология создания турпродукта. Пакетные туры. Учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 240 с.

4. План ВКР (перечень подлежащих разработке вопросов):

Теоретические основы проектирования туристского продукта

Анализ актуальности развития авторского туризма в выбранной туристской дестинации и перспективы его продвижения на базе турагентства ООО «Планета-Вижн»

Проектирование авторского туристского продукта «Первопроходец» и его обоснование

5. Перечень графического материала:

Характеристика объектов туристского интереса в выбранной дестинации

Описание тура и потенциальных потребителей. Анализ деятельности предприятия

Расчет стоимости тура

6. Дата выдачи задания 10.01.20

Руководитель (подпись) Евф

Задание принял к исполнению 10.01.20

Студент (подпись) М.И. Иванов

Аннотация

В данной выпускной квалификационной работе поднимаются вопросы по организации авторского туризма и особенностей его развития в Российской Федерации. Рассмотрены, в том числе, и нормативно-правовые основы проектирования авторских туров.

В аналитической части автор рассматривает рекреационный потенциал региона Камчатка, обладающего уникальными природными достопримечательностями и оценивает перспективы его продвижения на базе турфирмы ООО «Планета-Вижн».

В третьей части автором предложен проект авторского тура по маршруту «Петропавловск-Камчатский – озеро Курильское» под названием «Первопроходец», приведено его экономическое обоснование.

Abstract

This final qualification paper raises questions about the organization of author tourism and the specifics of its development in the Russian Federation. We also consider the legal and regulatory framework for designing author's tours.

In the analytical part, the author examines the recreational potential of the Kamchatka region, which has unique natural attractions and assesses the prospects for its promotion on the basis of the travel Agency "Planeta-vision".

In the third part, the author proposes a project of an author's tour along the route "Petropavlovsk-Kamchatsky – lake Kurilskoye "called " Pioneer", and provides its economic justification.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРПРОДУКТА.....	8
1.1 Понятие и структура турпродукта.....	8
1.2 Нормативно-правовая основа разработки и реализации турпродукта в РФ.....	14
1.3 Особенности проектирования и продвижения авторского тура в современных условиях.....	21
2 АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА КАМЧАТКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ АВТОРСКОГО ТУРА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРАГЕНТСТВА ООО «ПЛАНЕТА-ВИЖН».....	29
2.1 Анализ туристских ресурсов на Камчатке как основы для разработки авторского тура.....	29
2.2 Характеристика деятельности турагентства ООО «Планета-Вижн».....	36
2.3 Изучение потребителей турфирмы и оценка их туристских предпочтений.....	44
3 РАЗРАБОТКА АВТОРСКОГО ТУРА «ПЕРВОПРОХОДЕЦ» ПО МАРШРУТУ «ПЕТРОПАВЛОВСК КАМЧАТСКИЙ – ОЗЕРО КУРИЛЬСКОЕ» И ЕГО ОБОСНОВАНИЕ.....	49
3.1 Технологическая карта туристского маршрута.....	49
3.2 Организационные аспекты проведения авторского тура.....	56
3.3 Экономическое обоснование тура и стратегическая карта его продвижения.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	70

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время в России происходят крупные перемены в развитии туристического бизнеса. Если еще несколько лет назад эта отрасль развивалась стандартизировано, преимущественно реализацией пакетных туров по популярным туристским маршрутам. На сегодняшний день реалии кардинально изменились. В силу множества внешних обстоятельств туристский рынок претерпевает трансформацию в сторону активной информатизации деятельности туристских фирм, смены туристических направлений, развитие внутренних туристских маршрутов на фоне полной отмены международных туристских обменов. Кроме того, наиболее актуальными на сегодняшний день становятся индивидуальные маршруты и туры для малых групп.

В этой связи большие перспективы могут открыться для развития авторского туризма, который в последнее время активно развивался в нише самодеятельного туризма, а сейчас может стать основой для развития в нише малого туристского бизнеса.

Авторские туры отличаются индивидуальным подходом, неординарным подходом к построению туристских маршрутов, выбором новых уникальных направлений, преимущественно мало исследованных и «не раскрученных» на массовом рынке. Туристы, отправляясь в такие туры ощущают себя исследователями первопроходцами.

Первопроходцами называют людей, которые сумели проложить новый путь, открыли новые земли, увидели то, чего не видел еще никто. Уникальность и неординарность – вот чего не хватает в нашей повседневной жизни. Современный турист настолько искушен, что уже трудно его чем-то удивить. В туризме бесконечное множество видов туристского продукта, удовлетворяющих самые разнообразные туристские потребности путешественников. В России нет таких регионов, которые не были бы

востребованы в туристическом плане, однако остались еще потаенные места нашей необъятной страны, заслуживающие внимания.

Взяв за основу такой труднопроходимый, обширный и интересный регион как Камчатка можно построить невероятное множество маршрутов, которые будут отличаться друг от друга своей уникальностью, будь это посещение этнического поселения, восхождение на вулкан или пеший поход.

Цель данной выпускной квалификационной работы – разработка нового уникального авторского туристского продукта и обоснование возможности его продвижения на базе ООО «Планета-Вижн».

Для достижения этой цели необходимо решение следующих задач:

1. Изучить теоретические и методологические аспекты разработки авторского турпродукта;
2. Провести анализ потенциала региона Камчатка как основы для разработки нового тура;
3. Разработать новый авторский туристский продукт «Первопроходец».
4. Привести обоснование внедрения и продвижения нового тура на базе туристской фирмы ООО «Планета-Вижн».

Объектом исследования является турфирма «Планета-Вижн», а предметом исследования является перспективы организации и продвижения на её базе авторского туризма.

Теоретической и методологической базой работы послужили результаты экономических и социологических исследований, проведенных авторитетными учеными, такими как Биржаков М.Б., Кусков А.С., Гуляев В.Г., Веткин В.А., и ведущими научными учреждениями, занимающимися проблемами туризма (WorldTourismOrganization (UNWTO), Федеральное агентство по туризму Российской Федерации, РБК), правительственные документы, сборники статей, учебная и специальная литература, материалы финансово-хозяйственной деятельности ООО «Планета-Вижн».

Теоретическая значимость работы проявляется в систематизации данных по особенностям проектирования авторского туристского продукта.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов разработки нового туристского маршрута в деятельности исследуемого предприятия.

Структура работы представлена введением, тремя главами основного текста и заключением.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРПРОДУКТА

1.1 Понятие и структура турпродукта

Основываясь на законе обосновах туристской деятельности большинством авторов учебных пособий по туризму дается определение туристскому продукту, как совокупности вещественных (предметы потребления), и невещественных (услуги) потребительских стоимостей, необходимых для полного удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время их путешествия[1].

В тоже время туристский продукт — это экономическая категория, и он в отличие от туристских услуг способен принимать форму товара. Услуга как таковая может быть приобретена и потреблена только в месте ее производства, в то время как турпродукт может быть приобретен по месту жительства, а потребляться только на месте производства туристских услуг.

Туристским продуктом считается услуга или комплекс услуг (не менее двух), связанных между собой и разных по своим функциональным особенностям. Основным и массовым турпродуктом фирм-туроператоров является тур, т.е. путешествие по определенному маршруту на основе комплексного обслуживания.

Туристский продукт обладает определенными потребительскими свойствами и специалистами в области туризма выделяются несколько основных[20]:

1. обоснованность - предоставление всех услуг должно соответствовать цели путешествия туриста;
2. надежность - соответствие фактически предоставляемого туристу продукта рекламе, достоверность информации;
3. эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при минимизации его расходов;

4. целостность - завершенность турпродукта;
5. ясность, простота в эксплуатации — потребление турпродукта, его направленность должны быть понятны и туристу, и производителю;
6. гибкость - турпродукт должен предусматривать возможность замены тех или иных услуг, чтобы быть «ориентированным на разных потребителей»;
7. полезность - способность служить достижению какой-либо цели, удовлетворять потребности определенной целевой группы потребителей.

Необходимо заметить, что всеми этими свойствами турпродукт будет обладать только в том случае, если будут соблюдены определенные принципы гостеприимства, и зависит это в первую очередь от работников туристской фирмы:

1. создание положительного образа туристской местности, организаций, обслуживающих туристов;
2. стремление обслуживающего персонала к оказанию максимального внимания к пожеланиям и просьбам туриста;
3. предоставление полной информации о возможностях отдыха, развлечений и т.д.;
4. благожелательное отношение к туристам, которое должно быть возведено в принцип обслуживания.

Иногда туристский продукт ассоциируют с понятием «туристский пакет» - основным (обязательным) комплексом услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или групповому плану, который имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу. Туристский пакет включает четыре обязательных элемента: туристский центр, транспорт, услуги размещения, трансфер.

Туристский продукт отличается от туристского пакета, тем, что туристский пакет - это только часть туристского продукта, точнее, обязательная часть тура (тур больше или равен туристскому пакету).

В структуре туристского продукта есть три основных элемента: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и товары (см. рис. 1) [27].

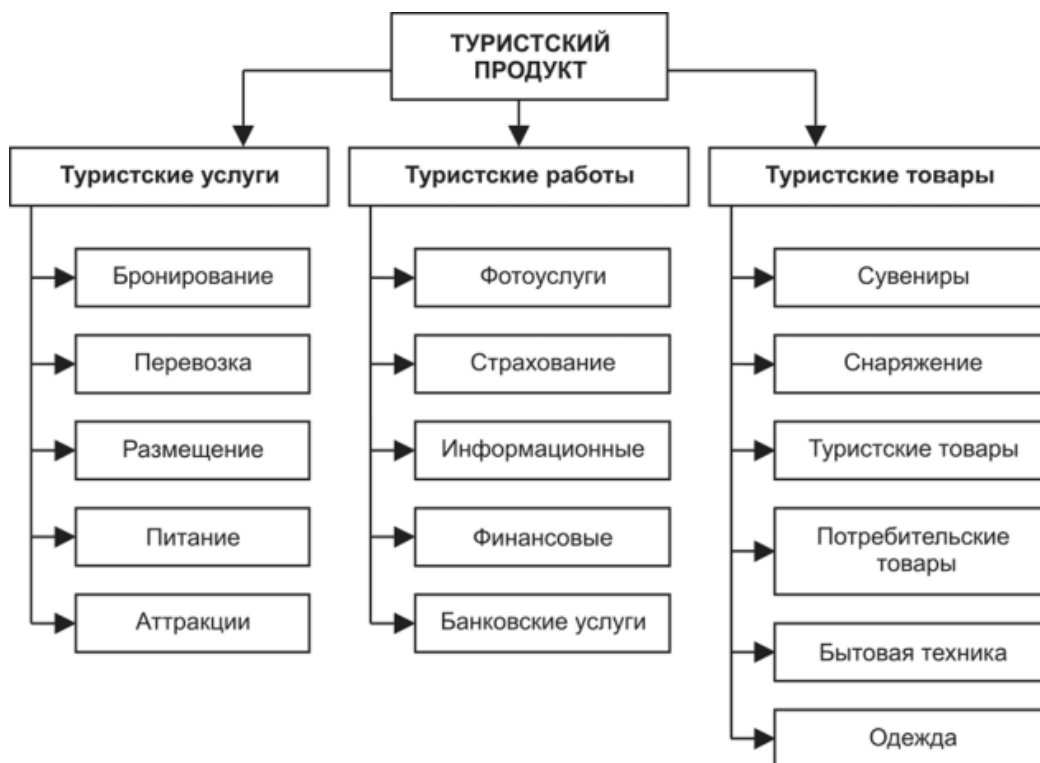


Рисунок 1 – Общая структура туристского продукта

На рисунке 2 изображена структура туристического продукта, с точки зрения производителя.

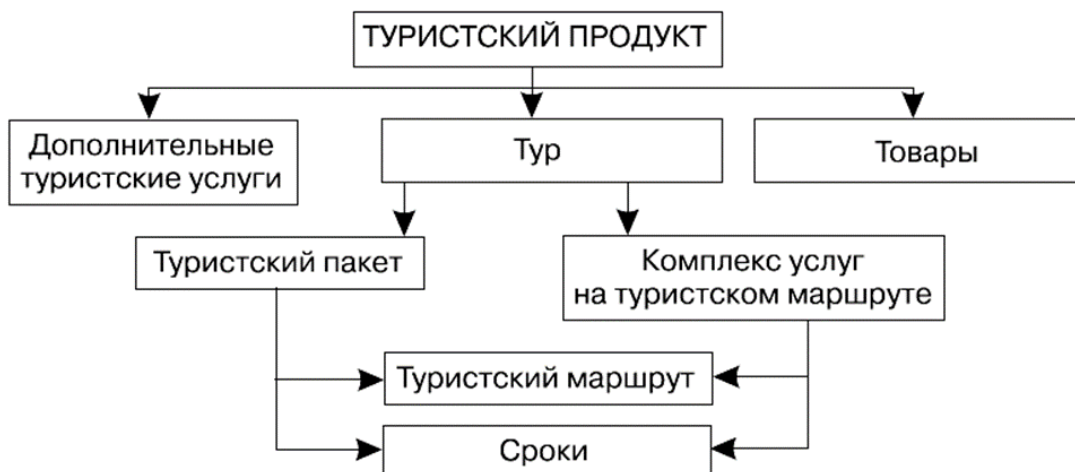


Рисунок 2 – Структура туристского продукта с точки зрения производителя

На представленных рисунках видно, что ключевым элементом туристского продукта является тур.

Тур - первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки. Тур, в свою очередь, включает в себя основу – туристский пакет и комплекс услуг на туристском маршруте.

Рассматривая турпродукт как пакет благ, можно выделить три его уровня, что изображено на Рисунке 3 – три уровня турпродукта. В частности, разработчику турпродукта предлагается воспринять идею его создания на трех этапах.

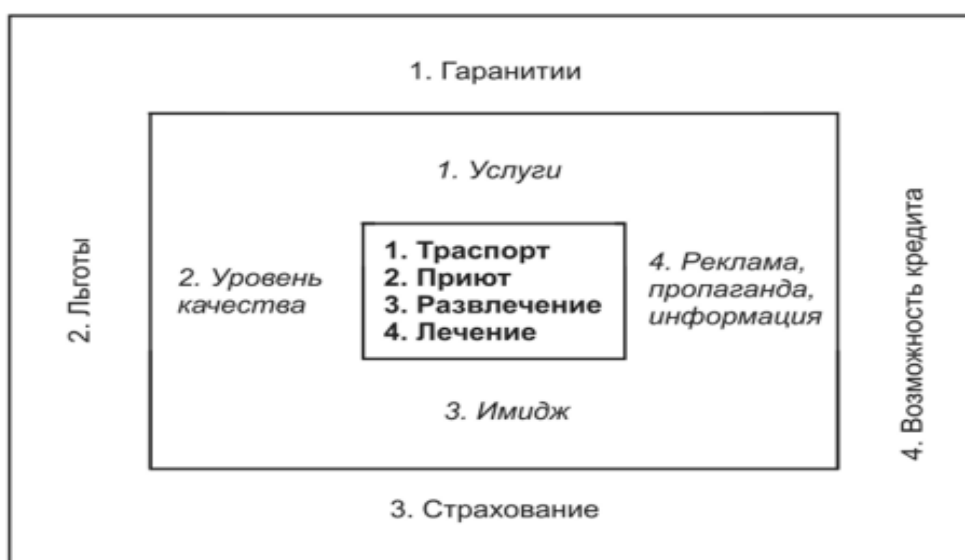


Рисунок 3 – Три уровня турпродукта

На первом этапе (уровне) определяется, какой продукт будет приобретать потенциальный потребитель, исходя из своих потребностей и целей. Соответственно, ядро будущего турпродукта должны составлять базовые услуги — транспорт, размещение, развлечение, лечение, экскурсии и т. д.

На втором этапе (уровне) туристское предприятие должно сделать турпродукт готовым для реализации и привлекательным для клиентов. Для этого необходимо, чтобы он соответствовал ряду условий: обладал набором разнообразных услуг, определенным уровнем качества, имел продуманный

имидж, был подкреплён рекламой, информацией и пропагандистскими мероприятиями.

На третьем этапе (уровне) созданный турпродукт необходимо подкрепить определенными гарантиями того, что потребитель обязательно получит планируемые им выгоды в полном объеме, а в случае возникновения негативных ситуаций все потери будут компенсированы. К таким гарантиям чаще всего относят: возврат денег, полноту и качество услуг, страхование, скидки, рассрочку платежей и т. д.

Итак, основная задача деятельности туроператора — создание тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания. Этот продукт и считается основным туристским продуктом туроператора, выпускаемым на рынок. В зависимости от вида заявки туриста и способа организации продажи туры могут быть индивидуальными и групповыми [7].

Индивидуальные туры предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности, но они более дорогие, так как такие виды услуг, как внутримаршрутный транспорт, услуги гида, и некоторые другие турист оплачивает полностью, в отличие от групповых туров, где эта цена раскладывается на всех членов группы. Именно поэтому индивидуальные туры не слишком доступны массовому туристу. Групповые туры более дешевые, доступные массовому туристу, но в таких поездках каждый их участник обязан подчиняться установленному для группы порядку путешествия.

Формирование туристского продукта – деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие).

Технология формирования:

1. Поиск, сбор, первичная обработка и анализ информации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др.

2. Разработка концепции программы тура.

3. Заключение договоров с контрагентами:

а) организации гостиничной сферы и иные организации, оказывающие услуги по размещению и проживанию туристов;

б) организации-перевозчики, иных организации, оказывающие услуги по транспортному обслуживанию, в частности, организаторы чартерных программ;

в) организации общественного питания и иные организации, оказывающие услуги по питанию туристов;

г) экскурсионные бюро и иные организации, оказывающие услуги по экскурсионному обслуживанию (в частности, организаторов круизов, сафари, горвосхождений и т.п.);

д) медицинские учреждения и организации, санатории, профилактории и иные организации, оказывающие услуги по медицинскому обслуживанию;

е) организации культуры, спорта и иные организации, оказывающие услуги культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;

ж) страховые организации, оказывающие услуги по страхованию туристов в период турпоездки, в т.ч. по страхованию туристов от несчастных случаев и медицинскому страхованию в период турпоездки;

з) организации или физические лица, оказывающие услуги гидов-переводчиков, сопровождающих;

и) организации, оказывающие иные услуги, используемые при производстве туристского продукта;

к) туроператоры по приему туристов, обеспечивающие предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

4. Изучение требований к визовому оформлению и разработка схемы визового обслуживания туристов по конкретному туру.

5. Прием заказов отдельных туристов или лиц, уполномоченных представлять группу туристов, на формирование турпродукта и оформление его в установленном порядке.

6. Определение стоимости и цены турпакета(расчёт стоимости услуг, включенных в состав тура, собственные расходы, пр.).

7. Рекламные кампании, выставки, презентации, представление информации о туре в подразделения маркетинга и рекламы, для разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр, др. и выработки концепции продвижения турпродукта.

8. Подготовка специализированной туристской информации, обеспечение ее полноты и достоверности (наличие существенных условий договора), разработка стандартов и процедур ее предоставления клиентам.

Таким образом, туристский продукт – это сложный комплекс туристских услуг, реализация которых основана на взаимодействии большого числа контрагентов. Это обосновывает значимость тщательного подхода к планированию, организации и реализации турпродукта, особенно в условиях неопределенной внешней среды.

1.2 Нормативно-правовая основа разработки и реализации турпродукта в РФ

Туризм, как и любой вид деятельности, требует четкой правовой регламентации и управления. Регулирование вопросов туризма происходит как на государственном, так и на международном уровнях.

Нормативные правовые акты Российской Федерации, действующие в сфере туризма, можно разделить на две группы. Первая группа - акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во

многим определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты).

Вторая группа - акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты).

В Российской Федерации основным специальным правовым актом, регулирующим туристскую деятельность, является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 4 октября 1996 года. В этом законе туризм признается одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации.

За 24 года действия данного закона он претерпел более 20 изменений, что говорит о высокой динамике развития туристского рынка в Российской Федерации.

В соответствии с законом, под туристской деятельностью понимается туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий, а туристский продукт - комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Формирование туристского продукта, в свою очередь – это деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

Таким образом, деятельность по формированию туристского продукта сводится к двум принципиальным моментам: формированию туристского пакета (комплекса услуг) и реализации отдельных туристских услуг.

Вместе с тем, согласно современному законодательству, право на формирование тура как комплекса туристских услуг принадлежит исключительно туроператорам, чья деятельность жестко регламентирована. Принятые условия ведения туроператорской деятельности в России являются

мощным барьером для входа в отрасль небольших турфирм, не подкрепленных мощными финансовыми ресурсами.

В связи с этим, возникла целая ниша как индивидуальных предпринимателей, так и малых туристских организаций, практикующих на реализации отдельных туристских услуг, тем самым обходящих многие требования к туроператорской деятельности, такие как наличие юридического лица, финансовые гарантии, взносы в ассоциацию «Турпомощь», единый реестр туроператоров России и многие другие.

В этой нише и начал развиваться авторский туризм, который в современном виде является уже не продуктом труда конкретного автора – разработчика и исполнителя турпродукта, а продуктом самодельного туризма, разработанного и продвигаемого одним или группой лиц, порой не зарегистрированных даже в качестве ИП, отправляющихся в самостоятельное путешествие и привлекающие в свою группу сторонних участников на коммерческой основе.

Вот здесь и возникает недостаток нормативно-правовой базы. С одной стороны есть жесткие требования закона по организации путешествий, но с другой – многие самостоятельные организаторы путешествий, заполнившие рынок авторского туризма действуют в обход многих положений закона об основах туристской деятельности. Это влечет большие риски, прежде всего, для самих туристов, связанных как с вопросами безопасности таких путешествий, так и с вопросами реализации турпродукта надлежащего качества, защитой прав потребителей в соответствии с действующим законодательством.

Эта проблема требует внимания с точки зрения совершенствования нормативно-правовой базы в ближайшие годы.

Помимо основного закона в туризме действует ряд иных законодательных актов, а также актов федеральных органов исполнительной власти, детально регламентирующих осуществление отдельных видов

туристской деятельности, следовать которым необходимо и туристам, и туристским организациям.

Важнейшими нормативными документами в этой группе являются международные и государственные стандарты и документы, регулирующие процессы сертификации в туризме.

К нормативным документам по стандартизации относятся государственные стандарты России; правила, нормы, и рекомендации по стандартизации; общероссийские классификаторы технико-экономической информации; стандарты отраслей и предприятий; стандарты научно-технических, инженерных обществ и других общественных объединений.

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

Стандарт как нормативный документ в более широком смысле - документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе и туристской, и доступный широкому кругу потребителей.

Стандарт является одним из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющий воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на продавцов, и потребителей туристских услуг.

Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт или услугу

соответствующими своему назначению по формализованным критериям надежности, безопасности, качества и т.п.

Объект стандартизации - услуга, производственный процесс оказания услуги или ее результат, подлежащие стандартизации.

Существуют находящиеся во взаимосвязи следующие категории стандартов:

- Государственные стандарты Российской Федерации, которые являются нормативной базой лицензирования и сертификации - ГОСТ Р;
- стандарты отрасли - ОСТ;
- стандарты предприятий и объединений предприятий (союзов, ассоциаций) - СТП;
- стандарты общественных объединений - СТО.

При разработке стандартов учитываются стандарты, принятые Международной организацией стандартов (ИСО), и региональные стандарты, правила Европейской законодательной комиссии ООН и других международных организаций, а также национальные стандарты других стран.

Базу стандартизации, существующей в сфере туризма и гостиничного хозяйства, в настоящее время составляют следующие государственные стандарты [12]:

ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования.

ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.

ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.

ГОСТ Р 54600-2011 Услуги турагентств. Общие требования.

ГОСТ Р 54601-2011 Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения.

ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.

ГОСТ Р 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

ГОСТ Р 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.

ГОСТ Р 56597-2015/SO/TR 21102:2013 Приключенческий туризм. Лидеры. Компетенция персонала.

ГОСТ Р ИСО 21103-2015 Приключенческий туризм. Информация для участников.

ГОСТ Р 56642-2015 Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования.

ГОСТ Р 57287-2016 Туристские услуги, предоставляемые на особо охраняемых природных территориях. Требования.

ГОСТ Р 57805-2017 Туристские услуги. Водный туризм. Общие требования.

ГОСТ Р 57806-2017 Туристские услуги в области самостоятельного туризма. Общие требования.

ГОСТ Р 57807-2017 Туристские услуги. Требования к экскурсоводам (гидам).

ГОСТ Р ЕН 13809-2012 Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология.

Кроме этого в практике туристской и гостиничной деятельности используются такие нормативные документы, как правила. В первую очередь к ним относятся:

- Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные постановлением Правительства РФ от 18 июля 2007 N 452.

- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. № 490.

- Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные постановлением Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1036.

Таким образом, исходя из требований законодательства, организация авторского туризма возможна в современных условиях в двух формах. Либо юридическими лицами – туроператорами формирующими готовый турпродукт, либо туристско-экскурсионными бюро, туристскими агентствами, туристскими клубами, которые реализуют отдельные туристские услуги по заказу туристов. Второй вариант возможен в форме индивидуального предпринимательства.

Регистрация ИП выйдет в разы дешевле и потребует минимум документов, а также отлично подойдет тем, кто пока не задумывается о собственной франшизе или продаже доли в бизнесе. Надо знать, что основное отличие этих двух форм регистрации в том, что, оформляя ИП, предприниматель отвечает по долгам и обязанностям перед контрагентами своим личным имуществом, а ООО — лишь уставным капиталом.

Авторский туризм может также развиваться как самодеятельный. Самодеятельный туризм - это вид туризма, активного отдыха, где участники самостоятельно выбирают и разрабатывают маршрут путешествия (похода), комплектуют группу, закупают продукты, билеты и снаряжение и без помощи наемных проводников или инструкторов проходят намеченный путь.

Самодеятельный туризм основывается на деятельности добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые создают собственные нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность, проводят походы, туристские слеты и соревнования, издают собственную туристскую методическую литературу и периодические издания. Такой туризм имеет разницу между обычным турпакетом и авторским, и именно авторский туризм по законодательству приближен к организации туров по общепринятым законам для туроператора, и придает гарантийную безопасность для участников таких туров, нежели самодеятельный, а, в организационном моменте, имеет свой план, свой клуб интересов, также, как и самодеятельный.

В рамках написания данной выпускной квалификационной работы рассматривается вариант использования авторского туризма как направления деятельности малых туристских фирм. В связи с этим, необходимо рассмотреть понятие и особенности авторского туризма и изучить процесс проектирования данных туров.

1.3 Особенности проектирования и продвижения авторского тура в современных условиях

Если проанализировать текущий рынок экскурсионных туров по России, то картина будет приблизительно следующей. Большинство туроператоров, и региональных, и федеральных, делают классические сборные экскурсионные туры по хорошо раскрученным (как правило, еще с советских времен) и достаточно известным местам [21].

Вариации у разных компаний в основном достигаются за счет выбора размещения, программы питания, а также, в некоторых случаях, добавления 1-2 небольших объектов показа в программу (частных музеев, мастер-классов и пр.).

Оценочно, такие «базовые» туры – это не менее 90% этого рынка. Максимум 10% приходится на туры авторские, которые делаются «с нуля».

Авторские туры – очень модное и востребованное направление в наши дни. Люди все реже обращаются в турагентства, предпочитая путешествовать самостоятельно, либо ищут туры по интересам. Но, несмотря на повышенный интерес, как видно, эта ниша на рынке относительно свободна.

В целом авторский тур — это уникальная возможность посмотреть на туризм глазами единомышленников чье мировоззрение идентично, найти друзей, углубить знания в какой-либо отрасли по направлению путешествий.

Анализ открытой информации в сети Интернет по авторскому туризму позволил выделить следующий ряд причин, по которым авторские поездки набирают популярность:

1. Бурное развитие самостоятельного туризма в последние годы дало толчок к появлению «заядлых» путешественников, для которых новые туры стали смыслом и стилем жизни. Многие из них решают связать свою страсть к путешествиям с бизнесом и организуют собственные авторские туры по интересным и знакомым им маршрутам.

2. Развитие мобильных устройств, проникновение социальных сетей в бизнес.

3. Самостоятельные путешественники со всего света делятся тоннами интереснейших фотографий и видео из своих поездок в самые экзотические и недоступные «обычным» туристам места. Это подогревает спрос аудитории.

4. Многие уже пресытились однообразными пакетными турами. Они все больше хотят не «знаний», а «впечатлений», «моментов». Самому «открыть» что-то неизвестное, почувствовать что «я был на этом месте» и тем более сфотографироваться и поделиться в соцсетях – зачастую для туриста теперь важнее, чем получение каких-то углубленных, специальных, знаний о том или ином объекте.

5. Экскурсии в больших группах кажутся скучными и утомительными. Угнетает необходимость подстраиваться под ритм двадцати, а то и тридцати незнакомых людей. Хочется новых, уникальных впечатлений и маршрутов. Авторские туры предоставляют такие возможности.

6. В последнее время серьезно падает доверие к традиционным туроператорам из-за прокатившейся волны разорений, закрытий и отмены уже выкупленных туров. Известно, что организаторы авторских туров работают часто не по полной, а по частичной предоплате, предпочитают оплату в день приезда клиентов.

7. Растет доверие именно к конкретным блогерам и небольшим компаниям, которые благодаря развитию все тех же социальных сетей сейчас находятся «как на ладони». Они трепетно относятся к оставляемым отзывам, дорожат каждым клиентом и заинтересованы в предоставлении услуг высшего качества в сфере путешествий.

Изучив теоретические аспекты формирования турпродукта и сущности авторского туризма можно провести сравнительный анализ стандартного турпродукта и продукта авторского туризма для более полноценного представления о перспективах развития предмета исследования (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Принципиальные различия пакетных туров от продукта авторского туризма

Критерии	Авторский тур	Пакетный (стандартный) тур
Автор	Автор тура — бывалый путешественник, человек с яркой харизмой, увлекательный рассказчик и опытный организатор, который знает о местах, которых нет в путеводителях, изучает язык, культуру и нередко сам живет в стране, куда приглашает приехать. А в случае, когда в туре есть место экстриму, — профессионал, имеющий подтвержденные навыки.	Не имеет автора. Тур разрабатывает туроператор и выводит на «конвейерные» продажи.
Уникальность маршрута	Необычный, уникальный, детально проработанный маршрут, избегающий туристских объектов массового посещения.	Стандартные маршруты с одинаковым набором услуг и экскурсионных объектов, из года в год повторяющиеся маршруты.
Гибкость маршрута	Гибкий маршрут путешествия, который может изменяться в зависимости от погоды или желания участников.	Отклонения от маршрута происходят исключительно под влиянием форс-мажорных обстоятельств.
Гид	Как правило, он же автор тура, — который знает о месте и теме путешествия все и чуточку больше. Постоянно находится вместе с группой.	Гиды назначаются непосредственно перед поездкой. Нередко меняются по ходу маршрута.

Критерии	Авторский тур	Пакетный (стандартный) тур
Интерес		Не увлекательно. Как правило, групповые экскурсии предполагают маршрут, включающий магазины или фабрики с товарами местного производства, где туристам будут долго рассказывать, показывать и предлагать купить вещи, которые не всегда нужны.
Стоимость	Очень гибкий диапазон цен, однако, в большинстве случаев, цена выше пакетных туров.	В большинстве случаев цена значительно ниже, чем на авторские туры.
Группа	Группы обычно не превышают 8-12 человек, и состоят из людей, схожих по интересам. Поэтому найти общий язык участникам тура достаточно просто. Это дает возможность завести друзей и узнать что-то новое. Перенять опыт уже у более опытных путешественников.	Большой состав группы. Бесперывная спешка, где-то придется ждать остальных участников группы. Во время экскурсий часть информации не услышать. Фото без остальных туристов на заднем плане сделать успеть нет возможности.
Состав услуг	Тур представляет собой набор отдельных туристских услуг, большая часть которых ложится на плечи самого туриста. Перелет, как правило, не входит в стоимость тура, хотя исключения тоже бывают. Медицинскую страховку и визу туристы также делают самостоятельно. Трансфер из аэропорта и питание варьируются в зависимости от условий тура. Отели, как правило, оплачены по всему запланированному маршруту.	Полный пакет услуг. Основные, базовые элементы тура уже в стоимости. Турист приобретает продукт целиком и практически не может влиять на состав и уровень туристских услуг.
Безопасность	Турист частично защищен. По многим вопросам безопасности туристу приходится брать ответственность на себя.	Турист защищен. Вопросы безопасности ложатся на плечи туроператора и исполнителей туристских услуг.
Отношение к туристу	Персонифицированный подход к каждому туристу. Учет всех предпочтений. Индивидуальный подбор услуг.	Для большинства туроператоров клиент является один из тысячи, нет индивидуального подхода к личности как таковой.

Таким образом, как видно из представленной таблицы авторские туры имеют ряд преимуществ:

- уникальный маршрут, гибкий к изменениям;
- малая группа;
- индивидуальный подход;
- сопровождение гида от начала и до конца;
- сильные впечатления от поездки.

Учитывая нарастающую популярность авторского туризма, есть целесообразность его интеграции в деятельность туристских фирм. Это позволит вывести его из «теневой» ниши в сферу организованного туризма в рамках действующего законодательства. Для этого рассмотрим особенности формирования авторских туров.

Технологически формирование авторского тура идентично процессу разработки стандартного тура, так как является разновидностью туристского продукта.

Проектирование туристских услуг (туристского продукта) – это подготовка и разработка технических и технологических документов на туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия.

Результатом проектирования туристского продукта является тур.

Основой для проектирования услуги является ее вербальная модель (или краткое описание) - набор требований, выявленных в результате исследования рынка услуг, согласованных с заказчиком, и учитывающих возможности исполнителя услуг.

Характеристики услуги должны быть не ниже требований государственного стандарта на соответствующий вид услуги. Проектирование услуги «туристское путешествие» предусматривает два этапа:

1) проектирование каждого тура, включаемого в услугу «туристское путешествие», в соответствии с программой обслуживания туристов;

2) проектирование услуги «туристское путешествие» в целом.

При проектировании услуги по запросам туриста необходимо учитывать возможности предприятия - исполнителя услуги.

Краткое описание услуги «туристское путешествие» составляется на основе изучения потребностей и платежеспособности населения, спроса на виды туристских путешествий, а также на основе изучения возможностей рекреационных ресурсов в конкретном районе. Оно конкретизируется в проекте программы обслуживания туристов. При разработке программы обслуживания определяются:

- маршрут путешествия;
- перечень туристских предприятий - исполнителей услуг;
- период предоставления услуг каждым предприятием - исполнителем услуги;
- состав экскурсий и достопримечательных объектов;
- перечень туристских походов, прогулок;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
- количество туристов, участвующих в путешествии;
- виды транспорта для внутренних перевозок;
- потребность в гидах, экскурсоводах, зарубежных представителях, переводчиках и др., а также потребность в их подготовке;
- необходимое количество транспортных средств;
- порядок подготовки рекламных, информационных материалов, форма описания путешествия для информационных листков к туристским путевкам и их количество.

Результатом проектирования тура является правильное содержание:

- а) технологической карты туристского путешествия;
- б) графика загрузки предприятия - поставщика услуг;
- в) информационного листка к туристскому маршруту;
- г) программы обслуживания туристов.

Таким образом, процесс разработки авторского тура предусматривает стандартную технологию проектирования, однако на этапе формирования программы и включения тех или иных услуг в состав тура, авторский тур имеет ряд особенностей:

1. До места старта турист чаще всего добираться самостоятельно, но исключения тоже бывают. Так же есть возможность найти самый бюджетный способ или конкретную авиакомпанию.

2. Медицинскую страховку, как и визу, приходится делать самостоятельно.

3. Трансфер из аэропорта и питание варьируются в зависимости от условий тура.

4. Отели, как правило, оплачены по всему запланированному маршруту. Бывает и размещение в палатке.

Но, главное – это эмоциональное отличие – по всем удивительным местам путешествие происходит в небольшой группе от трех человек. С одной стороны, не приходится упрашивать друзей, которые часто находят причины, чтобы остаться дома, и турист может смело ехать в одиночку; с другой — может потребоваться какое-то время на адаптацию к новым людям. Но есть множество историй про то, как новые знакомые превратились в настоящих друзей такие путешествия объединяют и сближают. В условиях дикой природы, присутствие некой опасности, отрешенности от всего бегущего мира. И к тому же делить расходы на небольшую компанию всегда выгоднее, чем платить всю сумму в самостоятельном путешествии.

Плюс, на этапе планирования поездки самостоятельно, желающему поехать в самостоятельное путешествие просто может не хватить навыков или времени, чтобы узнать про самые необычные места, а одной-двух недель отпуска не всегда достаточно, чтобы сориентироваться на месте. К тому же на некоторые экскурсии пускают только группами, порой от пяти человек — организаторы авторских туров берут эти заботы на себя.

Авторские туры предлагают готовый маршрут по интересным незаезженным тропам. Это может быть путешествие на джипах, гастрономические приключения, йога-трип, поход в горы, яхтинг, велопоход, экспедиция по арктическому побережью. Этот список можно продолжать бесконечно.

Есть мнение, что авторские туры предназначены только для экстремалов, но это не так, разные авторы увлечены разными сторонами жизни. Кто-то любит плавать с акулами, а кто-то фотографировать города.

Бытует мнение, что авторский туризм — это очень дорого, на самом деле авторские туры очень разные. Они могут стоить от пары тысяч рублей до сумм космического масштаба. Клиент имеет огромный выбор, ориентируясь на свои желания и возможности.

Таким образом, развитие авторского туризма является перспективным направлением развития туризма в современных условиях и может стать конкурентным преимуществом турфирм, которые внедряют такие туры в свою деятельность.

2. АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА КАМЧАТКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ АВТОРСКОГО ТУРА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРАГЕНТСТВА ООО «ПЛАНЕТА-ВИЖН»

2.1 Анализ туристских ресурсов на Камчатке как основы для разработки авторского тура

Камчатский край расположен на крайнем северо-востоке России и занимает обширную территорию 472 300 кв. км. Камчатка – это полуостров, вытянутый с севера на юг. С севера он граничит с Чукоткой, с запада омывается Охотским морем, на восток от Камчатки в сторону Аляски через Берингово море и Тихий океан тянутся Командорские острова, а на юг в сторону Японии - цепочка Курильских островов. Площадь полуострова довольно велика и может сравниться со многими европейскими странами, это 1200 км в длину и 470 км в самом широком месте полуострова. Краевой центр, город Петропавловск-Камчатский находится на широте Липецка, но по климату этот регион ближе к крайнему северу, причиной тому служит холодное океанское течение.

Юго-восточное побережье Камчатки омывается водами Тихого океана. Климат на Камчатке аномально более холодный и ветреный на низинных побережьях (особенно на западном), чем в центре, в долине реки Камчатки, отгороженной горными хребтами от господствующих ветров. Для побережья и южной части полуострова характерен морской климат, в центральной части и на севере преобладает континентальный. В восточных районах в течение одного дня летняя жара может смениться холодным морозящим дождем, напоминающим о глубокой осени, или пронизывающим ветром, а на смену им опять может вернуться тепло.

Зима на полуострове весьма отлична в разных его частях: многоснежная и мягкая на побережье, морозная в центральной и удаленной от побережья части, суровая и ветреная на севере, а лето на Камчатке

дождливое. В связи с разнообразием климатических веяний, в Центрально–Камчатской низменности, защищенной от влияния циклонов горными хребтами, преобладает морозная малооблачная погода континентального типа.

Самым ценным рекреационным ресурсом, благоприятствующим развитию экологического, спортивного (горнолыжного и альпинизма), познавательного, приключенческого, научного, экстремального туризма, является рельеф Камчатки.

Особенности рельефа позволяют развивать природный туризм во всех его проявлениях, однако, большинство живописных мест находятся в значительном удалении от мест проживания туристов и их пропускная способность затрудняет организацию экскурсионных поездок для больших групп. Поэтому в регионе, по большей части, развиваются индивидуальные пешие походы под руководством опытных гидов-инструкторов.

Камчатка вместе с Японскими, Курильскими, Командорскими, Алеутскими островами входит в Тихоокеанское вулканическое, или, так называемое, «огненное» кольцо. Вдоль полуострова на многие сотни километров протянулись два основных хребта: Срединный, самый протяженный, и Восточный, между которыми разместилась Центрально-камчатская низменность с главной рекой полуострова - Камчаткой. К важнейшим рекреационным ресурсам Камчатки относятся: долины, действующие (29) и потухшие (порядка 300) вулканы.

Камчатка – территория активного вулканизма. В какую сторону ни посмотреть, непременно взгляд упадет на горы. Они имеют очень древнее происхождение, пережили не одно мощное извержение, пока не застыли, образуя величественную картину. Почти три десятка вулканов сохраняют активность по сей день (см. рис. 4).



Рисунок 4 – Действующие и потенциально активные вулканы Камчатки.

Не только вулканы ошеломляют своим величием, а также гейзеры, что является одним из самых редких и уникальных явлений на планете. Через определенные промежутки времени фонтан горячей воды и пара с грохотом вырывается из земли, поднимаясь столбом на десятки метров.

Термальные источники являются мощным привлекательным фактором для туристов – любителей природного туризма.

В регионе находятся порядка 11 доступных для туристов термальных зон (см. рис.5). Среди них наиболее привлекательные – Карымшинские.

Карымшинские термальные источники расположены в 90 км от Петропавловска-Камчатского в долине реки Карымшиной и являются наиболее посещаемыми источниками в регионе.

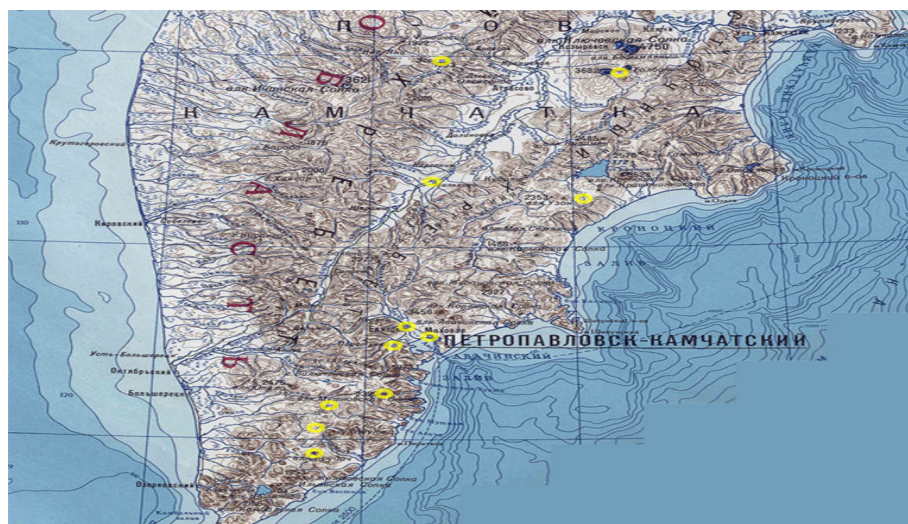


Рисунок 5 – Термальные источники на территории Камчатки

Разнообразны также и биологические рекреационные ресурсы полуострова: флористические и фаунистические.

На Камчатке произрастает 1200 видов растений. Самым распространенным деревом является береза Эрмана. Есть лиственницы, ели и пихты. Можно встретить черемуху, бузину и рябину. Полуостров славится лесными ягодами. Здесь в изобилии растет голубика, водяника, брусника, клюква, морошка, княженика, красника и многое другое. Местные травы настолько сочные и высокие, что порой образуют живые стены высотой до трех метров.

Разнообразна и фауна.

Хозяевами тайги и главными рыбаками являются медведи. В период нереста на берегах может одновременно собраться до двухсот зверей. Они ведут охоту на лосося.

Еще один житель Камчатки, тихоокеанские лососи - гордость Камчатки, отличаются от благородных лососей, представителем которых является Камчатская семга, сложным циклом развития. Рождаются лососи в пресной воде, а обитают далеко в море и погибают после первого нереста.

На основе того что создала природа местные жители создают уникальные поселения, загоны, мероприятия, гонки на собачьих упряжках, это территория невероятное пространство для увлечённых людей.

Многие организаторы туризма на Камчатке являются не коренными жителями полуострова. Исходя из статей, блогов в социальной сети можно сказать, что авторский туризм процветает на Камчатке достаточно длительное время. Начиная с аренды спортивного инвентаря, квадроциклов и снегоходов, постепенно развиваясь, происходит наращивание потенциала, в том числе инфраструктурного, для продвижения авторского туризма на Камчатке.

Долгое время Камчатка была закрыта для свободного посещения. Поэтому инфраструктура туризма и гостеприимства на Камчатке развита очень слабо и пока может принять, разместить и перевезти не более 1000 человек одновременно. Но потоки туристов увеличиваются год от года, поэтому, предпринимаются определенные усилия по обеспечению туристов местами размещения и транспортными средствами.

В «Стратегии развития туризма в Камчатском крае до 2025 года» [5], отмечается, что все инвестиционные проекты как раз и сконцентрированы в центральной зоне, не достигая всех краев полуострова. Но, как и по сей день, серьезной проблемой остается неравномерность развития транспортной инфраструктуры, без которой является сложно развивать туризм, что делает туристско-рекреационные ресурсы доступными не для всех туристов.

Но для авантюристов, таких как организаторы авторского туризма, этот факт не является глобальной проблемой, так как основным продуктом здесь являются многодневные походы с минимальным вовлечением объектов инфраструктуры.

Туристский продукт, предлагаемый туристическими фирмами Камчатского края, очень разнообразен: от стационарного отдыха с насыщенной экскурсионной программой до эксклюзивных туров.

Туристические маршруты готовятся с учетом их познавательной ценности. В списке туристических возможностей Камчатки имеются:

- trekking - пешеходный туризм;
- восхождения на вулканы и горные вершины;
- сплавы на рафтах по горным и равнинным рекам, совмещенные со спортивно-любительской рыбалкой;
- дайвинг;
- рыболовный туризм и охота;
- конные туры;
- этнографические туры в поселения коренных народов Севера;
- экстремальный горнолыжный туризм, спуски с вулканов с применением вертолетов (heli - ski) и ски-туры;
- экологический туризм - наблюдение природы, флоры и фауны, орнитологические и зоологические туры, фотосафари;
- туры на собачьих упряжках;
- вертолетные экскурсии из Петропавловска-Камчатского в Долину гейзеров, к Карымскому вулкану, в природный парк Налычево, облет вулкана Горелый;
- экскурсии и морские экспедиции на Командорские и Курильские острова, облеты действующих вулканов.

В связи с мощным стартом развития различных видов туристской деятельности, в том числе авторским туризмом, посещаемость территорий Российской Федерации с каждым годом увеличивается, не смотря на негативные для туризма политические процессы, проходящие в современный период на международной арене.

Ежегодно регион посещает порядка 30-40 тысяч человек и в рамках стратегии развития камчатского края планируется принять комплекс мер для наращивания пропускной способности Камчатки путем наращивания туристкой инфраструктуры и материально-технической базы.

На рисунке представлена статистика по основным туристским потокам Камчатки за последнее время.



Рисунок 6 – Статистика посещаемости Камчатки в 2019 году.

Согласно нормативным документам по развитию полуострова Камчатка – одним из приоритетных направлений социально-экономического роста Камчатского края является развитие туристско-рекреационного комплекса. Анализ показал, что регион обладает высоким уровнем природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала для развития эколого-приключенческого, этнографического, познавательного, рыболовно-охотничьего, спортивного туризма.

Среди основных задач, которые предстоит решить региону – это создание современной инфраструктуры индустрии туризма, развитие транспортной сети, увеличение пропускной способности региона, развитие системы обеспечения безопасности туристов, обеспечение и повышение качества туристских услуг и их доступности для всех слоев общества.

Таким образом, анализ туристского потенциала региона показал, что край имеет уверенные перспективы для развития авторского туризма.

2.2 Характеристика деятельности турагентства ООО «Планета-Вижи»

Общество с ограниченной ответственностью «Планета-Вижи» является юридическим лицом - коммерческой организацией. Предприятие работает с 2008 года.

Общество имеет самостоятельный баланс, расчетный счет в Анапском дополнительном офисе Филиала ОАО «УРАЛСИБ» г. Новороссийск, открытые в установленном порядке на территории Российской Федерации, имеет круглую печать, имеет штампы и бланки со своим наименованием, указанием его адреса местонахождения.

Общество является собственником принадлежащего ему имущества и денежных средств и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом. Участники общества имеют предусмотренные законом и Уставом общества обязательственные права по отношению к обществу.

Общество использует упрощенную систему налогообложения.

ООО «Планета-Вижи» осуществляет законодательно определенную туристскую деятельность, которая указывает на турагентскую деятельность и деятельность экскурсионных фирм, в соответствии своего Устава.

Это:

- организация комплексного туристического обслуживания;
- реализация туристского продукта;
- продажа и бронирования авиа-ж/д билетов;
- консультационные услуги;
- организацию потребления туров и отдельных услуг туризма;
- реализация сопутствующих товаров.

Турагентство предлагает разнообразные туры с учетом предпочтений потребителей, их платежеспособности и возраста; в любое время года, на любой период времени, в гостиницы любой категории, для любого количества туристов.

Исследуемое предприятие установило следующие целевые направления своего развития:

- удовлетворение потребителя предлагаемым продуктом;
- формирование лидерских позиций на рынке;
- повышение качества обслуживания;
- выход на рынок туроператоров по внутреннему туризму;
- развитие авторских направлений;
- повышение уровня благосостояния работающих и развитие хороших отношений среди персонала;
- публичная ответственность и имидж организации;
- минимизация издержек производства и т.д.

ООО «Планета-Вижн» является коммерческой организацией и преследует прибыль в качестве главной цели своего функционирования.

ООО «Планета-Вижн» сотрудничает с ведущими российскими туроператорами. Для осуществления своей деятельности использует такие материально-технические средства, как Интернет, факс, мобильные телефоны, ксерокс, компьютеры, принтеры и многое другое, что позволяет сотрудникам компании наиболее эффективно и оперативно выполнять свои функции. Автоматизированных систем управления и собственного Интернет сайта не имеет.

ООО «Планета-Вижн» отличается щепетильностью и повышенные требования к офисному помещению и персоналу. Собственный офис – просторное помещение, современный дизайн в сочетании с комфортом и удобством. Идеальная чистота, живые цветы, кулеры с водой. Ненавязчивые тона интерьера создают атмосферу уюта, не нарушая деловой обстановки.

Менеджеры компании не просто подбирают тур, они предлагают индивидуальный сценарий путешествия, обсуждая и прорабатывая каждую деталь пребывания в выбранном месте с клиентом, учитывая интересы и просьбы туристов, все особенности культуры и обычаев, по возможности,

погодных условий и политической обстановки принимающего государства, сводя риск до минимального процента вероятности.

За десять лет на рынке фирма завоевала определенные позиции и имя.

Ведущую роль в деятельности фирмы выполняют туроператоры. Они формируют (пакетируют) различные услуги (размещение, транспорт, питание, развлечения) в единый туристический продукт, реализуемый туристу непосредственно.

На сегодняшний день она является официальным представителем Туроператора по Греции «Музенидистревел» в Анапе, а также занимается предложениями на многих направлениях России, ближнего и дальнего зарубежья (Сочи, Анапа, Геленджик, Крым, Минводы, Подмосковье, Москва, Санкт – Петербург, «Золотое кольцо», речные и морские круизы; вылеты на отдых из Краснодара, Ростова-на-Дону, Москвы в Тунис, Турцию, Кипр, Болгарию, Грецию, Испанию, Италию и др.).

Исследуемое предприятие имеет постоянных партнеров-туроператоров и является официальным представителем туроператора по Греции «Музенидис трэвел», а также туроператора «Арт-тур» по европейским направлениям. Такое партнерство выгодно для агентства, в первую очередь, за счет дополнительной повышенной комиссии по проданным турам. Кроме того, ООО «Планета-Вижн» имеет возможность осуществлять заказные туры для индивидуальных туристов и корпоративных заказчиков под эгидой туроператоров-партнеров.

Помимо этого, турфирма заключила договоры с более чем 55 туроператорами России по различным направлениям туризма, в том числе и по азиатским странам.

Таким образом, ООО «Планета-Вижн» – многопрофильный турагент, ориентированный на прием туристов в округе города-курорта Анапа и предлагающий широкий ассортимент качественного конкурентоспособного продукта в сегменте средне и высоко-бюджетных туров.

В ходе общей характеристики деятельности исследуемого предприятия проанализируем показатели прибыли ООО «Планета-Вижн» в динамике за период 2017-2019 гг. Данные представлены на рисунке 7.

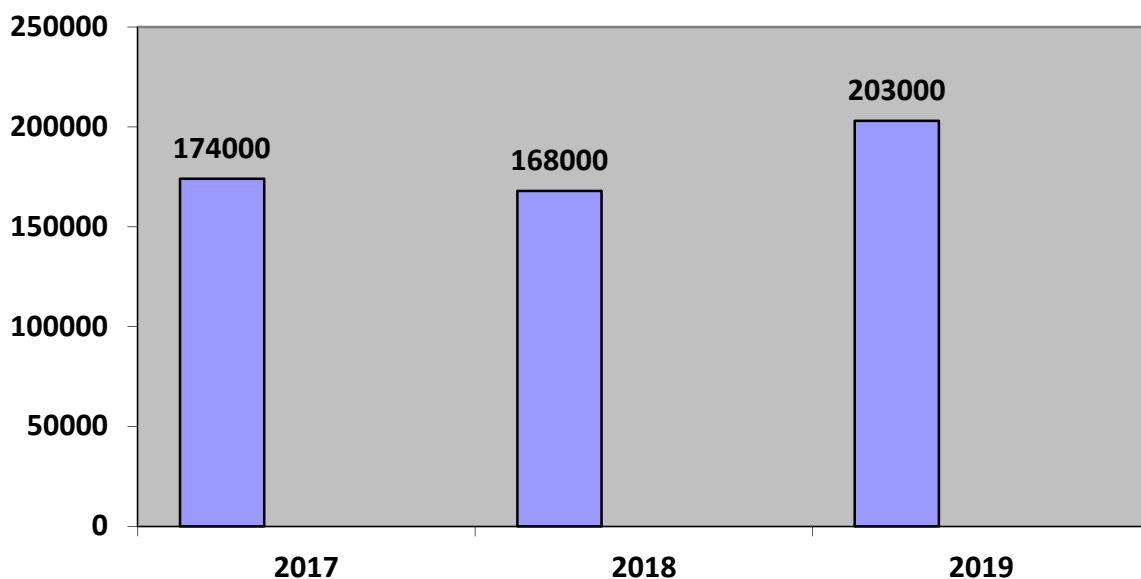


Рисунок 7 – Динамика прибыли ООО «Планета-Вижн» за 2017-2019 гг., руб.

Как видно из рисунка 7, в течение всего периода прослеживается увеличение прибыли в связи с тем, что организация не испытывала недостатка собственных средств и ей не приходилось пользоваться кредитами банковских учреждений. Однако наблюдается довольно небольшой прирост прибыли, что говорит о невысоких темпах развития фирмы ввиду воздействия различных внутренних и внешних факторов. Внутренние факторы влияют на прибыль через увеличение объёма продаж, оказание дополнительных услуг. Внешние – через работу контрагентов, состояние экономики страны и государственной экономической политики.

Невысокая прибыль исследуемой организации объясняется зависимостью от комиссии туроператоров, недостаточно эффективным использованием своих возможностей и небольшими вложениями в маркетинговые исследования.

Также на прибыль ООО «Планета-Вижн» большое влияние оказывает объем продаж туристских продуктов, прирост которого невелик. На рисунке 8 можно отследить динамику общего числа проданных туров за исследуемый период.

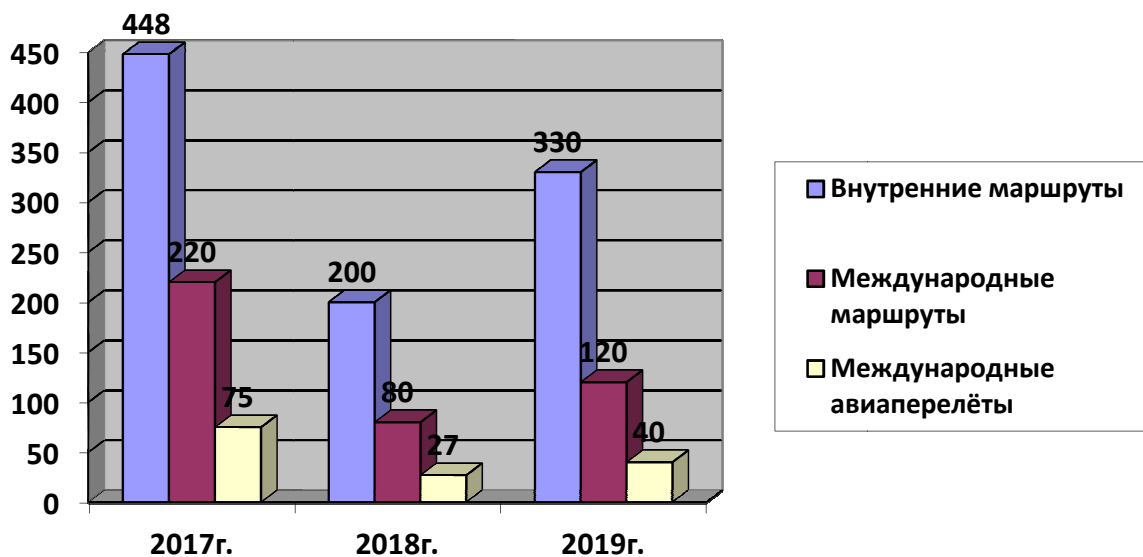


Рисунок 8 – Общее число проданных туров ООО «Планета-Вижн» за 2017-2019 гг.

Как видно из рисунка 8, в 2018 году произошёл резкий спад объёма продаж на всех направлениях. Суммарное количество проданных туров за 2017 год составляет 743 тура, за 2018 год данный показатель сократился до 307 туров, однако, в 2019 году показатель вновь начал расти. Такая ситуация обусловлена тем, что туристический бизнес последние четыре года претерпевает запреты и санкции. Однако уже в 2019 году наблюдается тенденция возвращения прежних позиций благодаря увеличению спроса на внутренние маршруты.

Также целесообразно привести данные по сезонной дифференциации продаж ООО «Планета-Вижн».

Для этого структурируем продажи по сезонам (см. рис. 9).

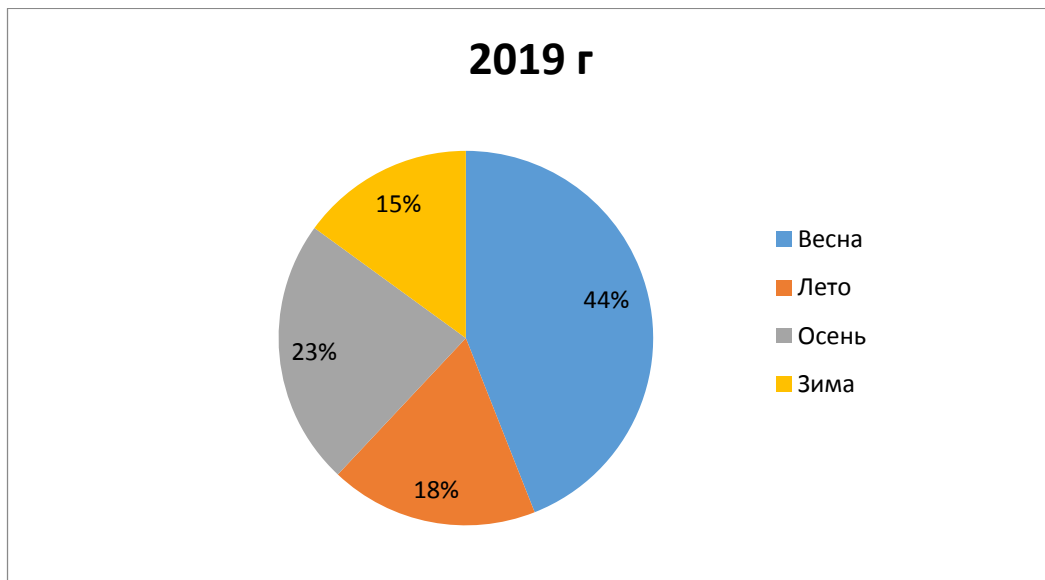


Рисунок 9 – Структура продаж ООО «Планета-Вижн» по сезонам в 2019 году

Как следует из рисунка, пик продаж приходится на весенний период. Это объясняется высокой активностью туристов по бронированию размещения на летний отдых. Вместе с тем, самые слабые продажи наблюдаются в зимний и летний сезоны. Это значит, что нужно расширять ассортимент услуг в эти периоды.

Цены ООО «Планета-Вижн» являются относительно невысокими в сравнении с фирмами-конкурентами, основным гонораром фирмы являются комиссионное вознаграждение, скидки практически отсутствуют, но постоянным клиентам компании всегда предоставляются дополнительные бонусы, сувенирные подарки или дополнительные бесплатные услуги.

Стратегия ценообразования связана с перспективными целями фирмы. Целями туристской фирмы ООО «Планета-Вижн», влияющими на политику и стратегию ценообразования, являются: удержание позиций на рынке, увеличение объема продаж, а также достижение лидерства в области ассортимента предлагаемых услуг в перспективе.

Компания работает на рынке услуг десять лет и уже обладает сформированным сегментом потребителей, а, следовательно, уже имеет

достаточно стабильный финансовый поток. Эти показатели создают основу для дальнейшего развития агентства, расширения его поля деятельности, а также внедрения новых технологий.

Проанализируем преимущества и недостатки деятельности исследуемой турфирмы.

Преимущества туристической фирмы «Планета-Вижн» это - широкие возможности поиска подходящего тура, комфортабельные экскурсионные рейсы, безупречная организация поездки и подготовка обслуживания, комфортное и безопасное проживание в отелях, гарантированно качественные и оптимальные варианты поездки.

Далее приведен SWOT- анализ турфирмы «Планета-Вижн». SWOT-анализом называется выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Изучив основные направления развития предприятия через обработку имеющейся информации о сильных и слабых сторонах фирмы, а также о потенциальных возможностях и угрозах, сформирована таблица 2.

Таблица 2 – SWOT-анализ туристической фирмы «Планета-Вижн»

	Возможности	Угрозы
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых отделений и филиалов фирмы. 2. Снижение уровня цен. 3. Снижение налогов. 4. Совершенствование фирмы. 5. Улучшение уровня жизни населения. 6. Неудачное поведение конкурентов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменение покупательских предпочтений. 2. Появление взаимозаменяющих услуг. 3. Ужесточение правил въезда туристов в другие страны. 4. Сбои в маршруте передвижения. 5. Снижение уровня жизни населения. 6. Рост темпов инфляции. 7. Изменение уровня цен. 8. Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов. 9. Усиление позиций крупных туристических фирм. 10. Рост налогов. 11. Появление новых фирм на рынке.

<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Многолетний опыт работы на данном сегменте. 2. Широкий ассортимент услуг. 3. Высокое качество реализуемых услуг. 4. Высокая квалификация персонала. 5. Известность среди клиентов. 	<p>«Сила и возможности»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение ассортимента предлагаемых услуг. 2. Расширение перечня партнеров из разных стран. 3. Контроль качества, квалификация персонала, неудачное поведение конкурентов и развитие рекламных технологий дадут возможность успеть за ростом рынка. 	<p>«Сила и угрозы»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Усиление конкуренции, политика государства, инфляция и рост налогов, изменение вкусов потребителей повлияют на проведение стратегии. 2. Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы финансовых ресурсов. 3. Известность защитит от взаимозаменяющих услуг и добавит преимуществ в конкуренции. 4. Достоверный мониторинг уловит изменения вкусов потребителей.
<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбои в коммуникациях. 2. Недостатки в рекламной политике. 3. Средний уровень цен. 4. Стандартизированность продукта. 5. Неучастие персонала в принятии управленческих решений. 6. Недостаточный уровень продаж услуг турфирмы. 	<p>«Слабость и возможность»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Плохая рекламная политика создаст затруднения при выходе на новые рынки, увеличении ассортимента добавлении дополнительных сопутствующих услуг. 2. Неучастие персонала в принятии решений и недостаточный контроль исполнения распоряжений при снижении безработицы может привести к саботажу. 3. Снижение размеров налогов и пошлин при сохранении среднего уровня цен позволит получать сверхдоходы. 	<p>«Слабость и угрозы»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов, низкий уровень сервиса и средний уровень цен ухудшит конкурентную позицию. 2. Неблагоприятная политика государства может привести к выходу из отрасли. 3. Непродуманная рекламная политика не удержит клиентов при изменении их вкусов. 4. Неполная загруженность производственных мощностей при росте темпов инфляции и скачков в курсах валют может привести к банкротству компании.

Как показал анализ, туристское агентство «Планета-Вижн» является стремительно развивающейся в отрасли туризма, данная компания, впитывает в себя новые веяния, и плотно конкурирует на рынке с организаторами поездок. Основные проблемы, выявленные SWOT-анализом, это проблемы, присутствующие у большинства организаторов поездок по России и за рубеж, политика, курсы валют и изменение потребительского

характера. Руководство турфирмы старается гибко подстраиваться и не позволяет внешней среде разрушать стратегию работы компании. Такая проблема как изменение спроса лишь добавляет возможности для развития новых туристических направлений, таких как, например, авторский туризм и развитие экскурсионных направлений.

Таким образом, собрав плюсы развивающейся компании «Планета-Вижн» и наращивание интереса к авторскому туризму можно сказать, что в этом направлении могут появиться хорошие перспективы для исследуемого предприятия.

2.3 Изучение потребителей турфирмы и оценка их туристских предпочтений

В настоящее время возможности для путешествий с каждым годом выявляют новые направления в туризме. Клиентская база растет, и туристы становятся все более требовательными. Этот факт позволяет турфирме расширять границы и открывать новые ветви тематических направлений путешествий.

Рассмотрим и охарактеризуем потребителей исследуемого предприятия.

Итак, турагентство «Планета-Вижн» имеет постоянный, но при этом небольшой поток туристов. Количество обращений в турфирму колеблется в зависимости от многих факторов. В первую очередь, это связано с сезонностью. Больше всего туристов приходится на весенний и осенний периоды. Это связано с тем, что именно на эти месяцы приходится наибольшая туристская активность местных туристов. Во вторую очередь, количество туристов резко увеличивается в праздничные периоды (Новый год, майские праздники и т.д.) и на выходные (weekend-туры).

ООО «Планета-Вижн» организует путешествия как за пределы РФ, так и в ее пределах. Однако, спрос на туры по территории родной страны

невелик. Можно выделить три региона, которые более или мене пользуются спросом у клиентов фирмы: Москва, Санкт-Петербург и Крым в летний период. Таким образом, если провести сравнительный анализ между спросом на заграничные поездки и внутренние туры, соотношение будет примерно 9:1. Но, учитывая текущую ситуацию с действующими в 2020 году запретами на выездные туры, ориентироваться надо исключительно на внутренних туристов и в связи с этим важно развивать и внедрять новые маршруты в пределах РФ.

Сотрудники агентства ООО «Планета-Вижн» определяют своих клиентов по следующим характеристикам:

1. Возраст – средний, 30-45лет;
2. Уровень дохода - средний и выше среднего;
3. Образование - обычно высшее, но роли не играет;
4. Семейное положение – не важно;
5. Работа, профессия - чаще всего – работники частных предприятий.

Жизненный стиль - энергичный, активный человек, восприимчивый к новинкам.

Конечными потребителями услуг фирмы ООО «Планета-Вижн» являются:

- деловые люди
- индивидуальные туристы
- группы туристов
- VIP-туристы

Выявление перспективных групп клиентов важно для определения будущих направлений развития туристского обслуживания. С точки зрения развития авторского туризма – предпочтительными являются частные туристы и малые организованные группы.

Выявить имеющиеся группы клиентов в исследуемом предприятии возможно путем анализа структуры доходов от различных категорий туристов.

Структура доходов, получаемых от каждого сегмента клиентов в 2019 году, представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Сегментация клиентов по доходам от продаж турпутевок

№	Сегменты	Количество туристов, чел.	Доля доходов за 2019 г, %
1	Корпоративные клиенты	19	4,2
2	Частные клиенты	261	58
3	Групповые туристы	114	25,3
4	VIP-туристы	56	12,5
	Итого:	450	100

Из анализа долей доходов от клиентов компании, можно сделать вывод, что в настоящий момент основными клиентами компании являются частные и групповые клиенты. Перспективным сегментом являются VIP-туристы.

Для наглядности представим сегментацию на рисунке 10.

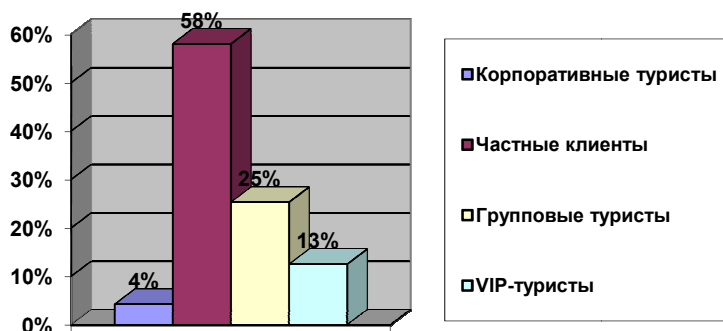


Рисунок 10 – Основные клиенты ООО «Планета-Вижн»

Учитывая, что основным сегментом потребителей ООО «Планета-Вижн» являются частные клиенты, то и свои исследования целесообразно направить именно на этот сегмент.

Так как в рамках данной выпускной квалификационной работы предполагается изучение возможностей развития авторского туризма на базе

турфирмы «Планета-Вижн», следовательно, необходимо изучить туристские предпочтения наиболее массового сегмента туристов – частных клиентов.

Для этого была разработана анкета-опросник для клиентов турфирмы, которая была направлена туристам посредством электронной почты, а также путем личного интервьюирования во время посещений офиса.

Данный опрос прошли 55 человек, результаты приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Выявление туристских предпочтений клиентов турфирмы «Планета-Вижн»

№	Вопрос	Доля туристов, давших положительный ответ (Да), %	Доля туристов, давших отрицательный ответ (Нет), %
1.	Считаете ли Вы себя опытным путешественником?	54	46
2.	Рассматриваете ли Вы путешествия по России в ближайшее время?	86	14
3.	Желаете ли Вы увидеть новые края, пейзажи, животный мир, то, чего не видели ранее?	73	27
4.	Готовы ли Вы отправиться в многодневный поход?	61	39
5.	«Медведи, касатки, вулканы, Тихий океан» - вызывают ли интерес у Вас данные слова?	75	25
6.	Интересовал ли Вас вопрос о собственных возможностях и смелости?	48	52
7.	Любите ли Вы приключения?	49	51
8.	Близко ли Вам творчество таких писателей как Жюль Верн, Вениамин Каверин?	34	66
9.	Вызывает ли у Вас регион Камчатка туристский интерес?	62	38
10.	Готовы ли Вы заплатить за авторский тур на Камчатку порядка 100-120 тысяч рублей?	56	44

Как показывает опрос, большинство туристов положительно относятся к предполагаемому авторскому туру природно-приключенческого направления. Это объясняется тем, что большинство туристов являются людьми среднего возраста, которые относятся к наиболее активной и платежеспособной группе населения. Кроме того, природный, экологический, приключенческий туризм сейчас вписывается в общую

тенденцию стремления к здоровому образу жизни большинства населения нашей страны.

Также потенциальным туристам был озвучен предварительный план авторского путешествия «Первопроходец» и 88% участников опроса посчитали, что такое путешествие может являться отличной возможностью для расширения своего кругозора.

Таким образом, анализ потребителей показал, что турфирма «Планета-Вижн» имеет хорошие перспективы внедрения авторского туризма, и он будет пользоваться спросом у клиентов.

3. РАЗРАБОТКА АВТОРСКОГО ТУРА «ПЕРВОПРОХОДЕЦ» ПО МАРШРУТУ «ПЕТРОПАВЛОВСК КАМЧАТСКИЙ – ОЗЕРО КУРИЛЬСКОЕ» И ЕГО ОБОСНОВАНИЕ

3.1 Технологическая карта туристского маршрута

По проведённому анализу и исследованиям, становится понятно, что авторский туризм — это молодое направление в сфере туристической индустрии, но быстроразвивающийся и многогранный продукт данной отрасли.

Как показывает статистика, не каждый способен создать что-то по праву интересное и многообещающее отталкиваясь лишь от финансовой выгоды и поиска интересных новинок в данной индустрии. Крупные туристические фирмы, создавая тот или иной продукт, в основном лишают его души, глубокого смысла и конечной цели, которая в итоге приносит туристу душевное умиротворение. Смысл авторского туризма основывается на интересах самого автора и таким образом появляются единомышленники, с одной целью проходящие один маршрут, одной дорогой, имея общий замысел. В этом смысл авторского туризма – имея определенные навыки и интересы создается продукт более самобытно, и, в итоге, получается интересное, невероятное приключение.

Таким образом, из некой мечты о неизведанном, тяге к непреодолимому, появляется завиральная идея прохождения маршрута, который еще никто не смог осилить. Изучая карты, территориальные преимущества Камчатского края выявляется невероятное количество мест, которые туристам захочется посетить.

После долгих поисков и выбора маршрута, получилось связаться с крупной компанией по разработке маршрутов для альпинистов, экстремальных путешественников. По рассказу куратора и опытного путешественника количество маршрутов велико, но ни один из них по различным причинам не отвечал идее создаваемого авторского тура. Проведя

глубокий анализ региона в поиске подходящих самобытных маршрутов была разработана туристическая карта, с перечислением всех интересных и увлекательных мест, посещение которых могли бы удовлетворить интерес иногороднего и местного жителя, представив путешественникам всё величие Камчатки. Так создавался маршрут протяженностью в 210 километров в одну сторону. Реализация организации тура по данному маршруту была подвергнута тщательному критическому анализу после того как на этапе проработки проекта маршрута автор тура связался с компанией Kamchatka Advetures – местным оператором по созданию маршрутов, а также с множеством опытных гидов Камчатки. Первоначальный прогноз был неутешительным – путешествие от аэропорта Елизово до Курильского озера, уже пытались проложить, но, по каким-то причинам, маршрут был неуспешным. Было предложено множество интересных маршрутов, но тяга к сложному, неизведанному была сильнее готового проекта. Таким образом, основываясь на изучении истории успешных походов на дальние расстояния, была разработана карта данного путешествия «Первопроходец».

После разработки проекта маршрута будущего тура наступил этап его проектирования.

Проектирование турпродукта — это сложный процесс, который требует четкого знания всех необходимых требований, закрепленных нормативно-правовыми актами. Так, например, Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» закрепляет за гражданами право на безопасную и качественную услугу. Под качеством услуги подразумевается совокупность ее характеристик, позволяющих удовлетворить установленные и планируемые потребности.

Понятие безопасность по Закону РФ от 05.03.1992 г. № 2446-1 «О безопасности» определяется как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Под жизненно важными интересами понимается совокупность потребностей,

удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможность прогрессивного развития личности, общества, государства.

Результатом проектирования является разработка технологической карты.

Понятие технологическая карта в туриндустрии, это неотъемлемая часть готового проекта, который в целом описывает цели планы и действия того или иного туристического продукта.

Рассмотрим некоторые технологические аспекты создаваемого тура.

Авторский туризм предполагает самостоятельную покупку авиабилетов, в данном случае тур учитывает трудности перелета и возможные скидки в компании Аэрофлот, и самостоятельно бронирует билеты. Изучив статистику цен билетов, а также погодные условия, данный тур запланирован на 15 августа 2020года. Исходя из этого, один билет в среднем будет стоить 20 000 руб.

На месте в аэропорте Елизово, группу встретит опытный гид, который будет сопровождать группу все время данного путешествия. Цена за услуги гида варьируется в зависимости от маршрута, длительности и возможных дополнительных затруднений из-за погодных условий. Таким образом, в среднем гид возьмет за один день 3 000 – 5 000 руб.

Далее в окрестностях города понадобится трансфер: стоимость аренды микроавтобуса, рассчитанного на 16 мест, составит 2 000руб. за час.

После длительного перелета первое, что входит в список первоочередных задач – это заселение в хостел и тренинг, приуроченный к предстоящему походу. Пятиместный номер будет стоить 5 200руб. Питание учитывается отдельно.

Одной из достопримечательностей Камчатки является этнографическое поселение под названием «Танынаут», стоимость входа и программы составляет 2 000руб. за одного посетителя.

Свободная прогулка по бухте Раковая включает в себя посещения бара «Оазис» с дегустацией пива и рыбных блюд – бронь на одного человека

2 000р. Далее по программе следует «Русская баня на дровах», стоимость которой составит 1 000руб. час. Еще одна ночь в хостеле и туристы отправляются из бухты, переплывая на катере Авачинскую бухту и направляясь в бухту Крашенинникова, стоимость данного вида трансфера за всю группу составит 4 000 руб. По прибытии группу будет ждать еще один гид с первой выдачей провианта, таких пунктов обеспечения необходимыми продуктами будет несколько.

До следующего назначенного места из бухты к Карымшинским термальным источникам, группа отправится на квадроциклах – аренда квадроциклов с включенной скидкой составит 2 500руб. за двоих пассажиров. Протяженность данного маршрута составит 24 километра. По прибытию будет организована экскурсия на местности и уже к вечеру установлены палатки разведен костер и открыт первый мешок с провиантом. Далее путешествие будет осуществляться пешком.

Следующий отрезок пути составляет 40 километров до сопки Мутновская, поэтому он разбит на два дня. По прибытию разбивается лагерь. Здесь заранее подготовлена еще одна выкладка с провиантом. После экскурсии по окрестностям вулкана, группа отправляется далее, до Ходуткинских горячих источников, сопка Ходутка. Данный отрезок рассчитан на три дня протяженностью в 60 километров до базы «Камчатский медведь». Здесь группа завершает пеший отрезок пути и находится один день. Для туристов предоставляется питание, рыбные местные блюда, баня и возможность поохотиться. Двое суток такого проживания выйдут по стоимости для одного гостя в 8 000руб., желающие поохотиться на медведя могут отдельно от группы заранее забронировать и предоставить оплату в размере 140 000руб. (с преимуществом получения трофея, стоимость оговаривается отдельно). При оплате охотник получает, необходимую технику во время охоты (снегоходы, машины, квадроциклы); профессиональную первичную полевую обработку и упаковку трофеев; рыбалка после охоты, охота на утку включительно.

Далее джиппинг до самого озера Курильского, аренда одного джипа выедет по стоимости 45 000 руб. с остановками в знаковых местах. На озере туристов ждет торжественный прием, стол на 50 000руб. и обслуживание профессионального полевого повара: цена услуги 20 000 руб. Стол будет накрыт из продуктов местного происхождения, различные виды мяса, рыба, а также баня и купание в кристально чистом озере. Аренда охотничьих домиков на двое суток, по стоимости на всю группу составит 65 000 руб. После отдыха, запланирована вертолетная прогулка, на группу час полета будет стоить 150 000руб. Завершением данного путешествия станет двухдневное плавание в тихом океане на катере, с включенным питанием, возможностью порыбачить и увидеть невероятную красоту океана, возможность увидеть морских жителей, например, касаток. Аренда судна обходится оплатой в 200 000руб. включая питание и возможную рыбалку. Прибытие запланировано на вечер, поэтому далее по плану заселение туристов в хостел и сессия в тренинговом зале, завершающая беседа и получение памятных значков, в честь прохождения пути в 665 километров на Камчатке. Утром по плану организован трансфер до аэропорта в Елизово.

Таким образом, после столь сложного, длительного, увлекательного приключения, все участники остаются сплоченной командой, которая за небольшое количество времени ощутила всю мощь, красоту и силу природы Камчатки. Такое путешествие никого не оставит равнодушным.

В таблице 5 представлена технологическая карта разрабатываемого тура.

Таблица 5 – Технологическая карта тура «Первопроходец»

Ключевые элементы	Данные по туру
Дата тура	15.08.2020
Маршрут путешествия	Камчатский край, город Елизово – озеро Курильское
Наименование и вид маршрута	Комбинированный вид маршрута
Протяженность маршрута (км.)	665 км
Продолжительность путешествия (суток)	16 дней/15 ночей

Ключевые элементы	Данные по туру
Число туристов в группе	10 человек
Стоимость (ориентировочная)	195 230 руб.

В таблице 6 представлена программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту.

Таблица 6 – Программа обслуживания туристов в туре

Время	Название мероприятия
День 1.	
9.00-15.00	Встреча в аэропорту Елизово
15.00-17.00	Заселение в хостел
18.00-19.00	Ужин
День 2	
9.00-10.00	Подъем - завтрак
10.30-11.00	Общий сбор в конференц-зале. Обсуждение программы.
12.00-14.00	Посещение этнографического поселения с включённой развлекательной программой, обед, дегустация местных блюд, шоу, фотосессия.
14.30-16.30	Посещение бара.
16.50-18.00	Русская баня на дровах.
19.00-19.30	Ужин в хостеле.
День 3.	
8.00-9.00	Подъем - завтрак
9.00-12.00	Сбор в конференц-зале. Обучающая программа, тренинг. Сбор провианта.
13.00-15.00	Переправа на катере через Авачинскую бухту и путь в бухту Крашенинникова.
15.00-17.00	Поездка на квадроциклах из бухты к Карымшинским термальным источникам.
17.00-19.00	Разведение костра, общий сбор, установка палаток.
21.00	Отбой.
День 4. – День 5.	
	Пеший поход до сопки Мутновская.
День 6. – День 7 – День 8.	
	Пеший поход до Ходуткинских горячих источников, сопка Ходутка. База «Камчатский медведь».
День 9.	
10.00-11.00	Подъем – завтрак.
11.00-12.00	Мастер класс от полевого повара, по приготовлению мяса на углях.
12.00-15.00	Банкетный стол.
15.00-17.00	Баня. Массаж.
17.00 – 18.00	Общий сбор на костровой. Обсуждение походных дней.
День 10.	
10.00-11.00	Подъем - завтрак
12.00-18.00	Свободная программа: Охота на диких зверей, рыбалка, парилка, сбор ягод, фотосессии, прогулки по окрестностям озера, мастер-классы.

День 11.	
9.00-11.00	Подъем – завтрак – общий сбор.
11.00-17.00	Джиппинг. До озера Курильское.
18.00-19.00	Ужин – общий сбор на костровой.
День 12.	
9.00-11.00	Подъем – завтрак – общий сбор.
12.00-14.00	Вертолетная прогулка.
День 13. -День14.	
	Двухдневное плавание до городской округи на катере, с включенной развлекательной программой. Поиск косаток и других морских жителей Тихого океана, рыбалка, фотосессия.
День 15.	
	Заселение туристов в хостел и сессия в тренинговом зале, завершающая беседа и получение памятных значков, в честь прохождения пути в 665км. на Камчатке.
День 16.	
	Трансфер туристов в аэропорт Елизова, по времени, указанном в билете.

При разработке тура, важное значение имеет транспортная карта, включающая перечень населенных пунктов, расстояния между ними, способов передвижения (табл.7).

Таблица 7–Транспортная карта тура

Населенные пункты	Расстояния между ними, км.	Способы передвижения
Аэропорт Елизово – хостел Камчатский	20	Трансфер (микроавтобус)
Этнографическое поселение Танынаут	7,5	Трансфер (микроавтобус)
Бухта Раковая	34	Трансфер (микроавтобус)
Авачинскую бухта –бухта Крашенинникова.	18	Катер
Карымшинские термальные источники	26	Квадроциклы
Сопка Мутновская.	40	Пеший
Сопка Ходутка. База «Камчатский медведь».	63	Пеший
Озеро Курильское	66	Джиппинг
Бухта Раковая	270	Катер

Также необходимо привести наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и охарактеризовать условия размещения (табл.8)

Таблица 8 – Характеристика средств размещения туристов

Средство размещения	Условия размещения
Хостел Камчатский	5-ти местное размещение, удобства на этаже, общая кухня и бесплатный Wi-Fi на всей территории, камера хранения багажа. Все номера укомплектованы шкафом для одежды. В общей ванной комнате с биде предоставляется фен.
База отдыха «Камчатский Медведь»	Отдельный гостевой дом (4 комнаты на 1 - 2 человек каждая), 4 душевые кабины, холодная, горячая вода, 2 тёплых туалета, развлекательный комплекс, который включает в себя: каминный зал с большим круглым очагом в центре и 12 мягкими креслами, расположенными вокруг, бар, бильярд, общая кухня.
База отдыха, заповедник на озере Курильское.	1 место в двухместном номере, в номере санузел, душ, чайник, холодильник, телевизор, камера хранения багажа.

Таким образом, мы рассмотрели основные технологические аспекты тура «Первопроходец». Как видно, этот маршрут подходит как для начинающих путешественников, так и для опытных туристов.

Рассмотрим организационные аспекты разрабатываемого тура.

3.2 Организационные аспекты проведения авторского тура

Самым важным пунктом при организации данного путешествия является разработка и ознакомление с техникой безопасности в столь сложном путешествии. Сложным процессом является также и организация экипировки для каждого туриста.

Все о регистрации похода и организационном порядке обеспечения безопасности говорится в Национальном стандарте Российской Федерации Туристские услуги. Безопасность туристских услуг.

Обеспечив туристов данного путешествия необходимой информацией по безопасности, организовав тренинги по прибытию о предстоящем путешествии, также каждому участнику выдается индивидуальное

снаряжение, предварительно после осуществления брони мест на данную путевку каждый турист получает памятку о необходимых принадлежностях, которые потребуется приобрести каждому участнику самостоятельно. В этот список входит:

1. Специальная трекинговая обувь (продается в специализированных магазинах в отделах для походов). Ни в коем случае не кроссовки и не «тимберленды» - 4000руб.

2. Кеды или кроссовки на смену (чтобы ноги отдыхали после возвращения с восхождений) – 2000руб.

3. Ветрозащитная куртка (ветровка), лучше с какой-нибудь мембраной и обязательно непромокаемая – 2000 руб .

4. Флисовая кофта внутрь куртки, чтобы было тепло – 1500руб.

5. Несколько футболок и несколько пар носков (в том числе две пары трекинговых с уплотнениями, чтобы не было мозолей) – 3000руб.

6. Непромокаемые спортивные брюки – 1000руб.

7. Тонкое термобелье – 1000руб.

8. Перчатки, непромокаемые – 500руб.

9. Трикотажная шапка от ветра – 500руб.

10. Туристические гамашы. Это специальные чехлы для голени, которые защищают ноги от попадания в ботинки мелких камешков, шлака и грязи при восхождении – 500руб.

Прочее:

- документы;
- деньги;
- средства гигиены;
- белье;
- купальник/плавки
- фотоаппарат.

Далее следует список снаряжения, который приобретает команда организаторов и выдает каждому участнику путешествия в порядке выхода

на участок маршрута которые осуществляется уже не в окрестностях города.

Этот список включает в себя:

1. Рюкзак туристический – 4000руб.
2. Спальный мешок – 2500руб.
3. Солнцезащитные очки спортивные, чтобы не спадали – 500руб.
4. Кружка, ложка, миска, нож – 1000руб.
5. Чехол на рюкзак – 300руб.
6. Фонарик + запасной набор батареек – 400руб.
7. Судейский (спортивный) свисток – 100руб.
8. Емкость для воды – 300руб.
9. Пенка (пенополиуретановый коврик) – 500руб.
10. Аптечка (крем от загара фактор защиты 40-50, гигиеническая помада от обветривания губ, пластырь в рулонах на тканевой основе от мозолей, эластичный бинт, репеллент, обезболивающие) – 2000руб.
11. Накомарник – 500руб.
12. Фонарик налобный, на светодиодах, с запасными новыми батарейками – 600руб.
13. Туалетные принадлежности: мыло, тонкое полотенце (из микрофибры), зубная щетка и маленький тюбик пасты, туалетная бумага, пакетики с шампунем, влажные салфетки – 1500руб.
14. Дождевик – 1000руб.
15. Перчатки рабочие (для работы у костра) – 100руб.
16. Трекинговые палки – 1500руб.
17. Рулон мусорных пакетов на 30-50 л. – пригодится для пакования мокрых и грязных вещей – 200 руб.
18. Необходимые предметы для розжига – 700руб.

Благодаря такой подборке необходимых снаряжений и экипировки, все необходимое будет подготовлено для каждого туриста индивидуально. Заранее разработанный план, закладок с продуктами, позволит туристам «первопроходцам» пройти заданный путь, без лишних остановок.

Одним из главных моментов в организации данного тура является опытный персонал, состоящий из проводников. Которые до начала прохождения маршрута занимаются организацией предстоящего маршрута, и главное на дальнем расстоянии от первоначальной точки выкладывают закладки с провиантом.

Один мешок с провиантом включает в себя стандартный список необходимых продуктов и принадлежностей на всю группу на сумму 12500 рублей.

Таким образом, организационный этап требует специальной подготовки, тщательного планирования и существенных затрат.

3.3 Экономическое обоснование тура и стратегическая карта его продвижения

Авторский туризм на Камчатке по труднопроходимым маршрутам подойдет не каждому, но такие путешествия подтягивают иностранных туристов, для изучения менталитета, культуры, отточки навыков при экстремальных видах передвижения по труднопроходимым тропам, для того чтобы в реальности увидеть великие создания природы отойдя от привычных мегаполисов. Любой из нас когда-либо мечтал сбежать от суеты, и отправиться в путешествие, увлекательное приключение, которое также является безопасным. Поэтому многие пожелают увидеть туризм не как просто увлекательное путешествие, но и принять участие в увлекательной экспедиции по не протоптанному маршруту в невероятном крае, где каждый шаг будет являться открытием и увлекательным приключением для каждого, кто хочет экстрима и свободы.

В настоящее время потенциальный потребитель готов потратить крупные суммы для того чтобы удовлетворить свою потребность в идеальном путешествии.

Люди, путешествующие по краям Камчатки, вкладывают большие средства не только для перелета, но и далее не жалеют своего бюджета.

Данный тур имеет среднюю стоимость среди прочих туристических поездок. Так, одно плановое путешествие сёрферов на Халактырский пляж, будет стоить более полумиллиона рублей, когда данный разрабатываемый тур будет иметь меньшую стоимость, но в своей программе будет иметь более обширный горизонт для времяпрепровождения туристов.

Далее представлена таблица где перечислены все необходимые ресурсы при организации данного тура, и выделена итоговая сумма при организации на полную группу туристов и затраты на гида как участника путешествия.

Таблица 9 – Требуемые затраты для организации тура «Первопроходец»

Наименование оказываемых услуг	Количество дней, часов, продуктов и т.д.	Расчет на одного клиента	Общая стоимость за услуги на группу (учитывая обслуживающий персонал)
Трансфер авиа и ж/д билеты туристы приобретают самостоятельно (Стоимость билета не входит в итоговую сумму).*			
Стоимость услуг гида.	2 проводника; Количество дней - 16	16 000руб.	160 000руб.
Трансфер по городу (микроавтобус)	15 часов	3 000руб.	30 000руб.
Пятиместный номер в хостеле	3 суток	3 120руб.	31 200 руб.
Двуместный номер для гида	3суток. 2 гида.	600 руб.	6 000руб.
Аренда конференц-зала	4 часа.	400руб.	4 000руб.
Этнографическая деревня «Танынаут»	3 часа	2 400руб.	24 000руб.
Бронь стола в баре	Обед	2 400руб.	24 000руб.
Русская баня в дровах.	1 час.	1 200 руб.	12 000руб.

Аренда катера	Авачинская бухта - бухта Крашенинникова	400 руб.	4 000руб.
Провиант	2 мешка.	2 530руб.	25 300руб.
Аренда квадроциклов	1 квадроцикл (двуместный)	3 000руб.	30 000руб
Проживание на базе «Камчатский медведь»	2 дня	9 600 руб.	96 000руб.
Джиппинг	2 машины	9 000руб.	90 000руб.
Банкет на природе	1 стол	5 000 руб.	50 000руб.
Услуги повара		2 000руб.	20 000руб.
Аренда охотничьих домиков	2 дня	6 500руб.	65 000руб.
Вертолетная прогулка	1 час.	15 000руб.	150 000руб.
Аренда катера	2 дня	20 000руб.	200 000руб.
На организацию выброса провианта уйдет		5 000руб.	50 000руб.
Экипировка	12 шт.	22 320руб.	223 200руб.
Реализация рекламной компании		10 000руб.	100 000руб.
		Итого: 139 450 руб.	Итого: 1 394 500руб

Таким образом для организации данного тура понадобится 1 394 500 рублей на всю группу, значит, на каждого участника необходимая сумма затрат составит 139 450руб. Таким образом, турфирма ООО «Планета-Вижн» и организаторы туристических путевок Камчатского края добавляют порядка 40% к себестоимости затрат на одного туриста, что станет прибылью для самой компании. При этом прибыль ООО «Планета-Вижн» составит 25%. В данной путевке 40% будут равны 55 780 руб. В итоге стоимость путешествия «Первопроходец» составит 195 230 рублей на одного человека.

Данная цена является достаточно конкурентоспособной, так как стоимость авторских туров составляет в среднем 150-200 тысяч рублей в секторе природного экстремального туризма.

Большое значение при разработке и внедрении нового тура играет стратегический план продвижения его на рынок.

Так как туристическая фирма, на базе которой был разработан данный турпродукт, находится за пределами туристского региона Камчатка, рекламная агитация будет проведена в разных географических точках.

Таким образом, составим план продвижения тура «Первопроходец» (табл.10)

Таблица 10 – Стратегическая карта продвижения тура «Первопроходец»

Способ продвижения	Количество	Стоимость единицы, руб.	Порядок расчета	Общая стоимость, руб.
1	2	3	4	5
I этап (апрель-май-июнь)				
Реклама в газетах «Ва-банк», «Анапское черноморье»	4 публикации в мес. в каждой	500	4.000 * 3 мес.	12 000
Интернет-рассылка	1 раз в мес.	0	-	0
Реклама в Интернете («travel.ru», «100 дорог»)	500 знаков в мес.	2 000	2.000 * 3	6 000
Печать рекламных проспектов	1000 шт.	8	1.000 * 8	8.000
Итого на первом этапе				26 000
II этап (июль-август)				
Реклама на поисковой системе Yandex	30 поисковых фраз	4 000	4.000 * 2	8 000
Радиореклама («Radio Kamchatka»)	по 10 сек. 15 раз в мес.	100	100 * 30	3 000
Итого на первом этапе				12 000
Всего				38 000

Следующие элементы стратегии продвижения продукта будут направлены в целом на весь целевой рынок, без привязки к географическому

месту нахождения турфирмы, так как в связи с развитием онлайн технологий границы бизнеса значительно расширяются. Так, самым перспективным, на сегодняшний день, видится создание профессионального блога в социальной сети Instagram. На реализацию продвижения тура на данной платформе понадобится 12 000 руб.

Также для продвижения тура будет смонтирован презентационный фильм под названием «Первопроходец», продолжительность которого составит 25 минут. Он покажет всю суть путешествия, план маршрута и пейзаж Камчатки. Для создания данного короткометражного кино и показа на интернет площадках понадобится 10 000руб. Далее разработана площадка для показов на выставках и ярмарках на территории России. Показ включает в себя брошюры, мини путеводители, сертификаты и отличительные броши в виде компаса участников тура, а также 3D макет карты по проходимому пути. Также на данных мероприятиях будет проводиться мастер класс по выживанию в лесу, приготовлению особых блюд и рассказы опытных гидов о путешествиях на Камчатке. Данное мероприятие и печать брошюр по стоимости составит 60 000руб.

Таким образом, на реализацию плана продвижения продукта понадобится порядка 100 000руб.

Реализация данного тура принесет значительную прибыль ООО «Планета-Вижн». Прогноз экономической эффективности тура «Первопроходец» представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Прогнозные показатели доходности внедряемого тура

Критерий	Показатель
Количество туров за год	2
Количество человек в группе, чел.	10
Выручка от реализации, руб.	976150
Налог на доходы – 6%, руб.	58569
Прибыль от реализации, руб.	917581
Накладные затраты турфирмы (из расчета 1300 руб./1 туро-день), руб.	41 600
Чистая прибыль, руб.	875981
Рентабельность продаж, %	89,7

Исходя из данных таблицы видно, что реализация тура экономически выгодна, а значит и целесообразна. Кроме того, внедрение авторских туров в свою деятельность, окажет положительное влияние на имидж исследуемой турфирмы, позволит реализовать творческий потенциал работников предприятия, ведь для создания данного вида путешествий требуется, по истине, увлеченная команда. Поэтому авторский туризм и имеет такое название от слова – автор. Автор – создатель, сказочник и умелый человек, что в своих произведениях, будь это картина, песня или, как в нашем случае, туристический продукт, он приносит людям то, что сделано с душой.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе, выполненной на тему: «Перспективы развития авторского туризма в современных условиях (на примере турагентства «Планета-Вижн»)» цель достигнута и выполнены следующие задачи:

1. Изучены теоретические и методологические аспекты разработки авторского турпродукта;
2. Проведен анализ потенциала региона Камчатка как основы для разработки нового тура;
3. Разработан новый авторский туристский продукт «Первопроходец».
4. Приведено обоснование внедрения и продвижения нового тура на базе туристской фирмы ООО «Планета-Вижн».

1. В ходе проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

Туристский продукт обладает определенными потребительскими свойствами и в данной области туризма выделяются несколько основных, таких как обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность.

Так же необходимо заметить, что всеми этими свойствами турпродукт будет обладать только в том случае, если будут соблюдены определенные принципы организационных процессов, и зависит это, в первую очередь, от работников туристской фирмы. Приятный доброжелательный образ сотрудников должен быть подкреплён теоретическими знаниями и умениями в области туризма и гостеприимства.

Туризм, как и любой вид деятельности, существует в рамках четкой правовой регламентации и управления. Регулирование процессов туристической деятельности происходит как на государственном, так и на международном уровнях.

Отдельным направлением в туризме является организация авторских туров, которые в последнее время стали особо популярны и в данной отрасли и имеют благоприятные перспективы для развития. Проанализировав теоретические аспекты формирования авторских туров, мы пришли к выводу, что исходя из требований законодательства, организация авторского туризма возможна в современных условиях в двух формах. Либо юридическими лицами – туроператорами формирующими готовый турпродукт, либо туристско-экскурсионными бюро, туристскими агентствами, туристскими клубами, которые реализуют отдельные туристские услуги по заказу туристов. Второй вариант возможен в форме индивидуального предпринимательства. В рамках данной выпускной квалификационной работы была рассмотрена возможность внедрения авторских туров в деятельность малого туристского предприятия.

2. Общество с ограниченной ответственностью «Планета-Вижн» является юридическим лицом – коммерческой организацией, которое ведет свою работу с 2008 года. Данное предприятие это – организация комплексного туристического обслуживания, которая занимается реализацией поездок не только в черте города-курорта Анапа, а также предлагает комфортабельные поездки за пределы города. Данное предприятие стремительно развивающаяся организация, которая способно развивать новые направления и таким образом развиваться в данной отрасли.

В данной работе представлен также SWOT – анализ, который был проведен в процессе прохождения преддипломной практики и, в котором среди угроз деятельности предприятия на рынке туристической сферы, была определена угроза несоответствия предлагаемого турпродукта современным тенденциям спроса. При этом анализ прибыли предприятия показал, что фирма находится еще в стабильном финансовом состоянии и это дает возможность для открытия новых направлений, например, таких как организация авторского туризма и эксклюзивных маршрутов.

В ходе проведенной работы был организован анализ клиентской базы и опрос потребителей турфирмы «Планета-Вижн», который позволил сделать вывод о положительном отношении к турам данной направленности. Большое количество участников данного опроса положительно относятся к такому виду туризма как авторский, а конкретно, к разрабатываемому туру «Первопроходец» на базе данной турфирмы.

Таким образом, был сделан вывод о том, что авторский туризм, имеет место быть, а именно способен развиваться на базе данного предприятия, так как «Планета-Вижн» является идеальной платформой для внедрения разрабатываемого тура, на территории России, а конкретно полуострова Камчатке, место, которое взято за основу разработки авторского тура под названием «Первопроходец».

3. В ходе дальнейших исследований был разработан совершенно уникальный туристический продукт, который основан на рекреационных ресурсах уникальной туристской дестинации – полуострова Камчатка. Основной маршрут берет свое начало в городе Петропавловск-Камчатский, а именно, первая встреча участников происходит на территории аэропорта, в Елизово, и главной целью является совершение разнопланового похода, используя различные виды передвижения до озера Курильское.

Камчатка это – самая далекая, но прекрасная часть России. Отдых на Камчатке не сравнится ни с чем. Данный географический объект – идеальное место для туризма для всех направлений и видов путешествий. Полуостров окружен морями Тихого океана — Беринговым и Охотским, а сам Камчатский край охватывает материковую часть, Командорские и Карагинский острова. Красоты этих мест, каких не встретить больше нигде в мире, поражают воображение.

Камчатку недаром зовут краем вулканов, так как, вулканов на полуострове насчитывается более трех сотен. Естественными спутниками вулканической деятельности являются горячие источники и гейзеры. Больше всего этих природных объектов в Долине гейзеров, которая считается одним

из семи чудес России. Природа Камчатки не только радует глаз, исцеляя душу, но и лечит тело.

Разработанный тур «Первопроходец» — это работа над самим собой, проверка своих способностей, переоценка ценностей.

Этот тур способен дать психологическую установку без каких-либо тренингов на познание прекрасного и преодоление самого себя.

Огромное количество положительных влияний имеет данный тур на потребителя, один из плюсов — это недорогой пакет туристических услуг обеспечивающий безопасность в отличии от самодеятельного туризма.

Создать что-то уникальное – это невероятный труд, который требует приложения усилий, души, смекалки, времени и финансовых средств, долгого изучения всех нюансов путешествия. Но, задача авторского туризма – создать что-то, не похожее на другое, что будет интересно единомышленникам, что привлечет внимание даже самого опытного путешественника. Авторский туризм не так давно начал набирать обороты, но он стремительно идет в ногу со временем, даже опережая привычные механизмы при создании маршрута. Туризм — это сфера деятельности, где создается отдельный фантастический мир, где можно создать волшебство и сделать счастливым любого, кто умеет мечтать. Кто в детстве грезил о приключениях и представлял себя героем приключенческого романа.

Данный проект способен донести до потенциального клиента, тот факт, что российские регионы являются идеальной платформой для туристической индустрии, а также создание уникального авторского туристического продукта как «Первопроходец», является уникальной возможностью, понять тот факт, что Россия велика и величественна.

Первопроходец — это не простое путешествие — это ключ к разгадке собственной силы и достоинства. Побороть себя увидеть истоки самого начала жизни, почувствовать себя неуязвимым, научиться преодолевать трудности пути, отречься от обыденных привычек, стать у истока самой природы это и значит стать «Первопроходцем».

Кроме того, как показал прогноз финансовых результатов от внедрения данного тура, можно сделать вывод, что данный тур экономически целесообразен. Реализация только 2-х туров в год принесет фирме более 875000 рублей чистой прибыли с рентабельностью продаж порядка 89%.

Внедрение в будущем и других авторских туров позволит выйти предприятию на новый уровень своего развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132 (ред. от 01.04.2020 № 98-ФЗ) // Законодательство Российской Федерации // Сборник основных федеральных законов РФ -<https://fzrf.su/>.
2. ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские Услуги. Общие требования» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 16.11.2000 N 295-ст)
3. ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. № 772-ст)
4. ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования» (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. N 578-ст).
5. Постановление Правительства Камчатского края «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Камчатского края до 2030 года №332-П от 27.07.2010 (с изменениями на 25 июля 2019 года)» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации - [Электронный ресурс]: <https://cntd.ru>.
6. Агранат, Г. А., Кузаков К. Г. Алеуты // Краевед. записки / Камч. обл. краевед. музей. — Петропавловск-Камчатский, 1971. — Вып. 3.
7. Биржаков, М. Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014 г. – 384с.
8. Боголюбов, В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019.

9. Большая российская энциклопедия он-лайн версия/ БРЭ//Главный редактор: Кравец С. Л. – [Электронный ресурс]: <https://bigenc.ru>, дата обращения 10.06.2020г.
10. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие/ В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
11. Грачева, О. Ю., Маркова, Ю.А., Мишина, Л.А., Мишунина, Ю.В. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учебное пособие / Дашков и Ко. 2010г.
12. ГОСТы в сфере туризма. // Турбизнес 2019: требования законодательства // Официальный портал юридического агентства «Персона Грата» - [Электронный ресурс]: <https://persona-grata.ru>.
13. Дуздибаева, А. С. Современное состояние российского туризма / А. С. Дуздибаева // Молодой ученый. — 2018. — №7. — С. 390-393.
14. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. Организация туризма/под ред. Н. И. Кабушкина. Мн.: Новое знание, 2019. 632 с.
15. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика. 2005. - 288 с.
16. Карпова Г.А., Водовода А. В. Концепция устойчивого развития туризма и рекреационная деятельность на охраняемых природных территориях: Материалы научно-практической конференции. СПб., 2019
17. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Учебное пособие. - КноРус, 2014г.
18. Крашенинников, С. П. Описание земли Камчатки (1711-1755)// Редактор: Коробкина Т.: Издательство: Эксмо, 2019 г. – 448с.
19. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география/ Учебно-методический комплекс. - М.: МПСИ, Флинта, 2005.
20. Кусков, А. С., Джаладян, Ю. А. Основы туризма. Учебник – М.: КНОРУС, 2008г. – 400с.

21. Лутов, В. Авторские туры, плагиат и «теневой туризм»: проблемы и решения // Материалы экспертного совета ассоциации туроператоров России - [Электронный ресурс]: <https://ators.ru>.
22. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов: Учебное пособие - М.: Академия, 2006. - 384 с.
23. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отрасли и конкурентов / пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
24. Путеводитель по историческим местам Камчатки. — Петропавловск-Камчатский: Редакция газ. «Камчатская правда», 1961г. – 95с.
25. Регионы России: основные характеристики субъектов РФ. Сборник докладов и исследовательских работ. М.: Гардарики, 2013.
26. Сергеев В. Д. Страницы истории Камчатки. — Петропавловск-Камчатский, 1992г. – 192с.
27. Структура, уровни и формы туристского продукта // Сборник материалов по туризму для студентов – [Электронный ресурс]: <https://studref.com>.
28. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учеб. пособие / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с.
29. Шпилько С.П. Классификация видов туризма: от теории к практике / Вестник Национальной академии туризма. 2019. № 1. С. 9-15.
30. Эколого-экономические проблемы рационального природопользования Камчатки: сб. ст./Отв. ред. А.С. Латкин. М.: Просвещение, 2012.