

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/33418>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ 6

1.1. Текущее состояние индустрии событийного туризма в России 6

1.2. Развитие событийного туризма в г. Санкт-Петербург 15

2. РАЗРАБОТКА СОБЫТИЙНОГО ТУРА «НОЧЬ МУЗЫКИ В ГАТЧИНЕ» 26

2.1. Описание культурного мероприятия 26

2.2. Программа тура «Ночь музыки в Гатчине» 29

2.3. Расчет стоимости тура 34

2.4. Анализ конкурентной среды 38

2.5. Оценка тура «Ночь музыки в Гатчине» 41

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 44

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 47

ПРИЛОЖЕНИЕ 51

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В настоящее время в мире, в том числе и в России, общепризнано, что туризм является наиболее доходным и динамичным сектором экономики, который следует развивать на комплексной, управляемой, контролируемой и устойчивой основе, применяя принципы планирования и проектного управления. Посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма. Существует огромное множество поводов для организации событийных туров. Можно выбрать крупные спортивные события, такие как Олимпиады, мировые и европейские чемпионаты по футболу, гонки «Формулы-1», теннисные, хоккейные и др. турниры. В мире культуры популярны различные фестивали, которые ежегодно проводятся во многих странах мира и представлены арт-фестивалями, классическими, джаз- и рок-, фолк-музыкальными фестивалями, кинофестивалями, цветочные фестивалями и т.д. К значительным событиям в мире музыки относятся концерты мировых знаменитостей.

Во многих странах туризм играет значительную роль в активизации внешнего баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, производство сельского хозяйства и другие, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития. В России ежегодно проводится Московский международный кинофестиваль, различные этнические, фольклорные и военно-исторические праздники. Большой потенциал превратиться в события высокого мирового уровня есть у музыкальных фестивалей, посвященных всемирно известным русским композиторам. Московская область в прошлом году заняла первое место в рейтинге развития событийного туризма в регионах России.

Современному туристскому предприятию приходится направлять усилия на разработку или усовершенствование новых продуктов (услуг), новых технологических процессов, организационных структур, увеличение объемов продаж, снижение затрат, улучшение качества. Успешности этих направлений деятельности способствует применение проектного управления.

Благодаря управлению проектами сохраняется конкурентоспособность в развивающемся секторе современного туристского бизнеса. Управление проектом событийного туризма представляет собой новую волну управленческой деятельности, которая занимает все более активные позиции в решении задач, которые ранее были привилегией среднего звена управления. От руководителя проектом требуется не только знание специфики деятельности предприятия, а в большей степени творчество и креативность, гибкость и адаптивность, настойчивость и терпимость, выдержка и легкость, мудрость и непредсказуемость.

Достоинства проектного управления состоят в том, что оно нацелено на результат, а также позволяет постоянно взаимодействовать с заказчиками и клиентами, ему присуща инновационность, измеримость реализации конкретной задачи. В настоящее время все большее количество регионов активно занимаются развитием внутреннего туризма, используя возможности событий для привлечения российских и иностранных туристов.

Целью настоящего исследования является рассмотрение тенденций и перспектив развития событийного туризма в России. Для достижения поставленной цели были выработаны следующие задачи:

- рассмотреть текущее состояние индустрии событийного туризма в России
- проанализировать развитие событийного туризма в г. Санкт-Петербург
- провести описание культурного мероприятия
- разработать программу тура «Ночь музыки в Гатчине»
- произвести расчет стоимости тура
- провести анализ конкурентной среды
- провести оценку тура «Ночь музыки в Гатчине»

Объект исследования – событийный туризм в России.

Предмет исследования – возможности использования событийного туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Методологическая основа исследования заключается в применении метода экономико-статистического анализа и метода анализа информации. Они опираются на научные труды отечественных и зарубежных ученых в области туризма.

Методы исследования: изучение научной литературы, метод обобщения, метод описания, метод сравнительного анализа, метод графической обработки информации.

Базу источников исследования составили научно-методические труды российских и зарубежных авторов, электронные ресурсы, нормативно-правовые документы, а также информационные исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что в данной выпускной квалификационной работе рассматриваются новые решения по событийному туризму в России. Производится подготовка туристического продукта. Практическая значимость работы заключается в том, что предложенные в ней решения могут быть использованы при составлении государственных или инвестиционных проектов, в целях развития и доработки туристического продукта, ориентированного на событие в малых городах России.

Структура работы соответствует поставленным задачам и включает в себя введение, основную часть, состоящую из двух глав, заключения, библиографического списка, а также приложений.

1. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

1.1. Текущее состояние индустрии событийного туризма в России

В данный момент туристская индустрия претерпевает трансформации, которые определяются последствиями мирового экономического кризиса и достаточно сложной политической ситуацией в мире. Российская Федерация не стала исключением во всемирном пространстве: снижение показателей доходности жителей страны, политические провокации, связанные с аннексией Республики Крым и прочие условия привели к уменьшению туристической активности по отношению к выездному туризму. [12] Однако следует отметить, то, что данная тенденция, в свою очередь, привела к увеличению внутреннего туристического потока в период с 2013 по 2016 год: жители России все чаще стали выбирать рекреационные направления внутри страны, а не за рубежом. Падение курса рубля, относительно наиболее ликвидных валют мира случившееся в 2014 году, привело отечественную туристическую индустрию к позиции одного из самых недорогих туристских направлений для иностранных посетителей. Благодаря этому в России сформировались подходящие условия для формирования устойчивого внутреннего и въездного туризма, которые уже постепенно становятся весомыми источниками дохода для внутреннего бюджета страны в сложившейся сейчас непростой экономической обстановке. [32] По этой причине в настоящее время туристическая индустрия требует особого внимания при управлении, разработке новых программ и осуществлении уже существующих.

Основные тенденции развития современного туристского рынка, выявленные на основе обобщения мирового опыта, подчеркивают усиление конкуренции и повышение требований потребителей. Одной из макротенденций развития рынка туристических услуг является переход от массового стандартизированного конвейерного туризма к массовому дифференцированному обслуживанию. Наблюдается падение темпа роста спроса на туристические услуги и его стабилизация на высоком уровне.

Стабилизация спроса, с одной стороны, является гарантией надежности турбизнеса, с другой – затрудняет поиск странам собственной ниши на рынке услуг. В наиболее сложном положении оказываются вновь внедряющиеся страны, которые вынуждены предлагать свой продукт на рынке, практически не имеющем свободных сегментов. Углубляются специализация и диверсификация предложения. Возможность осуществлять туристические поездки, безусловно, повышает качество жизни человека. Вместе с тем выезд в другой регион или страну для туриста сопряжен с рядом рисков – например потери здоровья, имущества, оказания некачественных услуг и пр.

Индустрия туризма обеспечивает рабочие места, способствует развитию региона туризма, гарантирует поступление налогов в бюджет. В некоторых странах туризм является основой экономики.

Ввиду высокой социальной и экономической значимости туризма, данная деятельность подпадает под контроль государства и регулируется нормативными актами. При этом государство должно уделять необходимое внимание как вопросам поддержки субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность в этой сфере, так и вопросам защиты интересов туристов и контроля качества оказываемых услуг. [17]

14 апреля 1989 г. была принята Гагская декларация по туризму, в которой сформулированы основные принципы деятельности в сфере туризма. Данный документ является необходимым и стратегически важным в силу того, что развитие туризма может иметь и негативное воздействие на окружающую среду. Поэтому государства, в которых туризм имеет значительное влияние на экономику, должны ответственно подходить к вопросам организации туристической деятельности, в целях сохранения природных объектов, объектов культуры и искусства. В приложении к Декларации после приведения статистических данных, свидетельствующих о стремительном развитии международного туризма, утверждается: «...потенциальное воздействие этих драматических (выделено мной. – М.К.) изменений на экономику, окружающую среду и людей приобретает такие масштабы, что мы можем говорить о «туристской революции». Становится понятным, почему в Глобальном этическом кодексе туризма используется термин «ответственный туризм». В том числе и поэтому принцип X Гагской декларации гласит: туризм должен планироваться государственными властями, а также властями и туристской индустрией на комплексной и последовательной основе с учетом всех аспектов феномена. [8]

В России в настоящее время действует Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г.

Данный документ, не являясь по своей сути нормативным актом, тем не менее имеет существенное значение для формирования политики государства в области туризма, определения основных препятствий развития сферы туризма, стратегических целей и приоритетных задач.

В Стратегии выделяются основные направления развития туризма для отдельных субъектов Российской Федерации. Как подчеркивается в Стратегии, туризм сегодня должен стать локомотивом развития регионов, связующим звеном между коммерческими интересами различных сфер бизнеса, приоритетами государственной политики и культурными потребностями общества.

Соответственно регионы принимают собственные программы развития туризма, которые, основываясь на Стратегии, носят более конкретный характер.

Кроме документов, подобных Стратегии развития туризма, во многих странах действуют специальные законы, регулирующие исключительно отношения в сфере туризма. [13]

Например, в России Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» охватывает, в частности, такие важные вопросы, как принципы государственного регулирования туристской деятельности, статус субъектов – участников туристской деятельности, туристские ресурсы, финансовое обеспечение деятельности туроператора, безопасность туризма, государственный надзор в сфере туристской деятельности и т.д.

В рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» предусмотрено осуществление решения задачи по продвижению российского туристического продукта. [21]

Лучшим инструментом продвижения являются именно события, которые привлекают внимание потенциальных туристов не только к программе мероприятия и его хедлайнерам, но и к той дестинации, к которой данное событие привязано. Во-вторых, Минкультуры, Ростуризм как своими силами, так и силами партнеров организует значительное число событий. Например, 2012 год ознаменован 200-летием победы в Бородинской битве.

Празднование этой даты в форме реконструкции сражения на Бородинском поле в Московской области привлекло внимание тысяч гостей, что превратило празднование в полноценное туристское событие.

Наконец, в-третьих, мы постоянно помогаем регионам находить свое лицо на событийном рынке страны и мира и создавать возможности для становления полноценного событийного ряда во всех регионах России. К примеру, Международный Царскосельский карнавал ежегодно проводится в июне с 1995 года в Царском селе в следующие за Днем города выходные. Карнавал является самым крупным в России и приурочен ко дню основания Царского Села.

Туристы и местные жители могут принять участие в одном из самых красивых праздников нашей страны, где проходят театрализованные представления, карнавал, концерты, выставки и различные конкурсы. Своей свежестью и красотой гостей приветствуют многочисленные парки Пушкина во время царствования над городом белых ночей. В период карнавала проходит множество костюмированных шествий и парадов, автопробег с ярким декором машин.

Местные жители соревнуются в конкурсе по лучшему оформлению балкона, что делает место празднования более красивым и привлекательным для туристов. [17]

В 2000-м году карнавал принят в Ассоциацию европейских карнавалов (FECC). Представители, присутствующие на этом празднике отмечают высокий уровень его организации и популярности. С каждым годом популярность мероприятия возрастает и привлекает как туристов из России, так и из-за рубежа, при этом происходит заполнение гостиниц пригорода Санкт-Петербурга.

Данный праздник стал отправной точкой карнавального движения по всей России. «Кинотавр» – открытый российский кинофестиваль (ОРКФ), проводится ежегодно в первых числах июня в Сочи с 1989 года. До 2011 года в конкурсе полнометражного кино могли принять участие только российские фильмы, после географические рамки сняты и на конкурс могут быть поданы любые фильмы на русском языке. [37] «Ночь музыки» – это один из самых ярких и необычных Российских концертов, который проводится на открытом воздухе. Для расположения сцены выбрана водная гладь Белого озера, у величественного Гатчинского дворца. Антураж, созданный симфонической музыкой, превосходным архитектурным памятником и естественным природным ландшафтом, готовы подарить незабываемые впечатления зрителям, находясь в поразительной гармонии. Статус знакового события петербургского музыкального лета удалось приобрести благодаря положительным отзывам посетителей в течение пяти лет своего существования.

Туризм как в нормативных актах, так и в науке классифицируется по разнообразным основаниям. Критерием классификации может служить способ передвижения – в этом случае выделяют пеший, велотуризм, автотуризм, конный туризм, круизный, яхтенный и т.д. Критерием также может выступать цель совершения туристической поездки – деловой, паломнический, событийный, культурно-познавательный, этнографический, рыболовный, охотничий.[5]

По характеру территории, где осуществляется путешествие, – это горный, сельский туризм.

По качеству отношения к окружающей среде во время путешествия – экологический туризм.

По направлению движения туриста – въездной, выездной, внутренний.

По источнику финансирования – за счет собственных средств и социальный (за счет средств бюджета государства или работодателя).

По способу организации путешествия – туризм самостоятельный (самостоятельный) и организованный.

Событийный туризм в России – это динамично развивающееся направление. Сейчас в каждом регионе проводится множество ярких и самобытных фестивалей. Многие мероприятия уникальны, и нагляднее любых достопримечательных объектов демонстрируют культуру и историю региона.

Событийные туры, обычно, совмещают в себе развлекательные элементы (ярмарки, фестивали, концерты) и экскурсионную программу по значимым объектам региона. Стоит отметить, что событийный туризм в регионах еще не настолько ориентирован именно на туристов, чтобы потерять свой национальный колорит. Поэтому именно в небольших населенных пунктах праздники и фестивали проходят ярче и уютнее.[16]

Разделение туризма на отдельные виды может иметь юридическое значение только в том случае, если имеются особенности правового регулирования того или иного вида.

Так, можно говорить о юридическом значении выделения экологического, сельского туризма в силу того, что государством предоставляются преференции лицам, организующим такой туризм, обеспечивается государственная поддержка данного вида деятельности. При этом договор, который будет заключен между туроператором (турагентом) и туристом, в целом не будет иметь каких-либо особенностей в зависимости от вида туризма, кроме тех, которые внесут в договор сами стороны.

Итак, туризм представляет собой совокупность отношений, которые возникают при осуществлении выезда лица за пределы своей обычной среды для проведения свободного времени, отдыха, а также в иных целях, не связанных с получением дохода в месте временного пребывания.

Легальная дефиниция туризма необходима, поскольку позволяет отграничить туризм от иных, схожих отношений. Несмотря на многообразие видов туризма, как правило, все они подчиняются единым правилам регулирования и опосредуются договором возмездного оказания услуг.[24]

Стартовавший в апреле 2017 года по инициативе Национальной ассоциации специалистов событийного туризма (НАСТ) Национальный рейтинг развития событийного туризма России позволит выделить лучшие регионы, отследить привлекательность этих территорий для развития событийного туризма, а также сделать соответствующие выводы для принятия решений по повышению эффективности проведения мероприятий на этих территориях.

НАСТ – общественно-профессиональная ассоциация, основанная в 2015 году и ставящая своей целью развитие событийного туризма на территории Российской Федерации.

На сегодняшний день в активе НАСТ – событийные, консалтинговые и информационные проекты, направленные на повышение уровня событийного туризма, как в отдельных регионах, так и в России в целом.

В мае-июне 2017 года приглашения к участию в рейтинге были разосланы всем субъектам Российской Федерации, о проведении рейтинга были проинформированы не только профильные ведомства, отвечающие за развитие туризма на соответствующей территории, но и главы субъектов.

На сегодняшний день, по данным оргкомитета рейтинга, абсолютно все субъекты Российской Федерации приступили к работе по формированию заявок. Более того, в адрес оргкомитета уже поступили первые анкеты от регионов России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Гаагская декларация межпарламентской конференции по туризму 1989 г.» (Вместе с «Конкретными выводами и рекомендациями») (Принята в г. Гааге 10.04.1989 – 14.04.1989)// Борисов К.Г. Международный туризм и право.- М.: НИМП, 1999. С. 220 – 241.
2. «Глобальный этический кодекс туризма» (Принят в г. Сантьяго 01.10.1999 Резолюцией a/RES/406(XIII) на 13-ой сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 18.04.2018) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»// «Российская газета», N 231, 03.12.1996.
4. Распоряжение Правительства РФ от 31.05.2014 N 941-р (ред. от 26.10.2016) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года»// «Собрание законодательства РФ», 16.06.2014, N 24, ст. 3105.
5. Ангелова О.Ю., Дмитриева Е.М. Многоуровневая концентрическая модель территориального брендинга // Экономика и предпринимательство. 2015. N 8-2(61-2). С. 281 – 284.
6. Ангелова О.Ю., Дмитриева Е.М. Малые города как акселератор туристского кластера региона // Туризм: право и экономика. 2016. N 4. С. 19 – 24.
7. Алексеева О.В. Подходы к оценке экономической эффективности событийного туризма / О.В. Алексеева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – №8.
8. Алексеева, О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О.В. Алексеева // Российское предпринимательство. – 2011. – №6(2). – С.167-172.
9. Агаларова Е.Г. Развитие российского туристического продукта: теория и практика // Молодой ученый. 2013. № 12. С. 214-216.
10. Белецкая Е.А., Мешков В.А., Товолжанская Н.В. Брендинг объектов сельского туризма в Прохоровском районе // Молодой ученый. 2014. № 1. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/1-1/04.pdf>
11. Белый Е. М. Управление проектами: учеб.-метод. комплекс / Е. М. Белый, Ульянов. гос. ун-т. – Ульяновск, 2016.
12. Беляева Л. Ф. Социальное проектирование // Современная библиотека. 2014. № 5. С. 34-39.
13. Дашковский И., Шер М. Русский народный брендинг // Коммерсант-Деньги. 2015. N 41. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2820800>.
14. Епхиев А. Ч. Тенденции и потенциал развития спортивно-событийного туризма города Сочи Краснодарского края // Молодой ученый. – 2016. – №2. – С. 485-490. – URL <https://moluch.ru/archive/106/25206/>
15. Житлов А. М. Объекты управления спортивно-событийным туризмом // Молодой ученый. – 2014. – №7. – С. 340-344. – URL <https://moluch.ru/archive/66/11118/>

16. Зуев С. Э. Социокультурное проектирование: Анализ ситуации, постановка проблемы // Справочник руководителя учреждения культуры. 2013. С. 43–47.
17. Ильина О. Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016 г. – 208 с. – Электронное издание. – Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24639> (дата обращения: 02.05.2018).
18. Козлова М.Ю. О понятии и классификации туризма // СПС КонсультантПлюс. 2015.
19. Косолапов, А. Б. География российского внутреннего туризма / А.Б. Косолапов. – М.: КноРус, 2007. – 272 с.
20. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Учебное пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КноРус, 2015. – 296 с.
21. Кужель, Ю. Л. Страноведение – ОАЭ, Япония, Китай. Учебное пособие / Ю.Л. Кужель, А.О. Яворская, Т.Т. Христов. – Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2014. – 262 с.
22. Кусков, А. С. Туристское ресурсоведение / А.С. Кусков. – М.: Академия, 2008. – 208 с.
23. Матвеева, Любовь Дмитриевна; Кузьминых Константин Александрович Методические Указания По Выполнению Дипломной Работы Для Студентов Специальности 100103 Социально-Культурный Сервис И Туризм И Направления Подготовки Бакалавров 100200 Туризм / Александрович Матвеева Любовь Дмитриевна; Кузьминых Константин. – Москва: СИНТЕГ, 2008. – 397 с.
24. Матюхина, Ю. А. Экскурсионная деятельность / Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мигунова. – М.: Альфа-М, Инфра-М, 2012. – 224 с.
25. Можаяева, Н. Г. Организация туристской индустрии и география туризма. Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – Москва: ИЛ, 2014. – 336 с.
26. Морозов, М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Academia, 2009. – 240 с.
27. Новиков, В. С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Academia, 2010. – 208 с.
28. Павлова, Г. Ю. Сервисная деятельность. Учебное пособие / Г.Ю. Павлова. – М.: КноРус, 2016. – 176 с.
29. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – М.: Академия, 2010. – 192 с.
30. Саак А.Э., Пшеничных Ю. А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2014. – 480 с.
31. Фролова Т.А. , Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.
32. Шаекина Ж.М., Тлеубердинова А.Т., Усенова Д.М. Оценка наиболее востребованных страновых брендов на мировом туристском рынке // Туризм: право и экономика. 2016. N 2. С. 15 – 19.
33. Щербакова В.М., Гусев Н.И. Специфика управления туристской индустрией // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LVI междунар. науч.-практ. конф. № 12(54). – Новосибирск: СибАК, 2015.
34. Bloom Consulting. Country Brand Ranking. Tourism Edition 2014, 2015. P. 40.
35. Dinnie K. Nation Branding. Concepts, Issues, Practice. Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, UK 30 Corporate Drive, Suite 400, Burlington, MA 01803, USA.
36. Рейтинг 50 малых городов для путешествий по России. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.travel.ru/news/2015/06/25/246709.html>.
37. Электронный ресурс: <http://www.tourbus.ru/news/12266.html>
38. Электронный ресурс: <http://scienceproblems.ru/problemny-razvitija-sobyitij-nogo-turizma-v-rossii/2.html>
39. Электронный ресурс: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/40785.html>
40. Электронный ресурс: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/40785.html>
41. Электронный ресурс: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/124327/
42. Электронный ресурс: https://np-travel.spb.ru/ex_gatchina.html
43. Электронный ресурс: <http://gatchinapalace.ru/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/33418>