

ние отмеченного выше опыта авиационного предприятия им. Антонова по созданию своей мясной базы, содержание которой позволит обеспечить весь их персонал постоянной работой в период всего мертвого сезона.

Источники и литература

1. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2003 рік: довідкове видання / Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. – Сімферополь, 2004 р. – 512 с.
2. Статистичний щорічник України за 2002 рік. – Київ. Консультант. 2003. – 664 с.

Подсолонко М.В.

ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В КРЫМУ

Всем известно, что Крым – самый перспективный рекреационный регион Украины. Из года в год летом на территорию нашего полуострова съезжаются миллионы туристов, людей разных возрастов и профессий, материального положения и интересов. Всех их объединяет одно – желание провести время в интересном для себя формате и потратить деньги. Даже самый скупой скряга, отказывающий себе в любых излишествах в течение рабочего года, на отдыхе позволяет себе гораздо больше. Задачей жителей Крыма и его властей в рыночной экономике становится достижение приличного уровня сервиса и разработка новых услуг, которые могли бы заинтересовать любого гостя полуострова. Обе эти задачи являются первыми ступеньками к тому, чтобы турист оставил в регионе как можно больше денег.

Мы же остановимся на второй задаче, а именно на разработке новых услуг с целью привлечения нового сегмента отдыхающих, активизации и более полного использования возможностей существующих компаний Крыма и увеличения поступлений в бюджеты. Среди достопримечательностей Крыма можно найти что-нибудь интересное для любого возраста – потрясающие своими размерами пещеры и восхитительные каньоны, древние города и крепости, поражающие своей красотой дворцы и замки, уникальная природа и климатические условия – здесь есть все. Кому-то интересна дегустация вин, а кто-то предпочтет провести весь свой отпуск во дворцах-музеях, кого-то заинтересует возможность погружения с аквалангом или полета на параплане. Хорошо известно, как сильно загружены летом основные туристические объекты – очереди извиваются хвостом на несколько сотен метров, люди ругаются и ссорятся. Часто простому человеку хочется почувствовать дух приключений, наполнить свою кровь адреналином, сделать что-то нехарактерное для него, побыть бунтарем и почувствовать себя Джеймсом Бондом или, по крайней мере, Индианой Джонсом – именно для такой целевой группы и предназначены в своем большинстве экстрим-туры. То, о чем пойдет речь в этой статье, скорее всего можно назвать активным туризмом с элементами экстремальных ощущений.

Сегментом рынка, на который теоретически мог бы быть нацелен данный туристический продукт, мы будем считать мужчин и женщин в возрасте от 18 до 40 лет с доходом более \$1000 в месяц, которые готовы потратить на свой отдых летом более \$500, проживающих в СНГ или других соседних с Украиной странах.

Предполагаемый тур. продукт включает в себя программу активных занятий, перемежающуюся с осмотром достопримечательностей крымского полуострова. Данный тур предполагается продавать с системой питания по заказу клиента (возможность выбора из меню, предоставляемого поваром заранее) и ночевками в палатках на свежем воздухе. По желанию и за дополнительную плату клиент сможет заказать проживание и питание в частных пансионатах, санаториях или гостиницах. Кроме того, за дополнительную плату клиент сможет получить индивидуальный трансферт.

Ниже приведена приблизительная и теоретическая программа пятидневного тура:

День 1: Сбор в Симферополе. Перелет на самолете до Судака – прыжок с парашютом, подъем к крепости по отвесной стене со страховкой. Осмотр крепости. Обед. Трансферт в Новый Свет, пеший переход через новосветские бухты. Ужин. Ночевка в палатках на берегу моря.

День 2: Погружение с аквалангом. Завтрак. Переезд на водных мотоциклах и скоростных катерах в Алушту. Обед. Поездка на джипах на плато Чатыр-Дага. Ужин. Ночевка в палатках.

День 3: Завтрак. Посещение пещеры мраморной (общая экскурсия + посещение заповедных залов). (Обед под землей). Ужин. Ночевка в палатках.

День 4: Завтрак. Поездка на джипах на плато Ай-Петри. Конные прогулки по плато. Обед. Пейнтбол. Ужин. Ночевка в палатках.

День 5: Завтрак. Велосипедная экскурсия по плато. Спуск с вершины на горных велосипедах. Вертолетный перелет вдоль береговой линии и Демерджи до Симферополя. Ужин в ресторане.

По предварительным подсчетам, себестоимость подобного тура в зависимости от видов активности может составлять до \$400. Предполагается комбинированное использование предложений других фирм полуострова и собственных возможностей. В собственные ресурсы было бы логично включить такие активы, которые могли бы приносить доход постоянно, независимо от того будет спрос на предполагаемый тур или нет. К таким видам вложения финансовых ресурсов можно отнести приобретение водных мотоциклов (скутеров) и внедорожников УАЗ. Катание на водных скутерах, пожалуй, одна из самых рентабельных услуг в Крыму летом, часто скутер окупается менее чем за половину сезона. Все большую популярность набирает и так называемое сафари на джипах. При сроках амортизации автомобилей три года,

они не только окупятся, но и принесут дополнительную прибыль в размере около 30% своей стоимости.

По совершенно другой, но не менее веской причине необходимостью будет приобретение других видов оборудования и снаряжения. К примеру, в зависимости от спроса на предполагаемый тур, необходимо будет приобрести несколько комплектов палаток, спальных мешков и т.п., а также оборудования для готовки пищи и т.д. - от одного до количества мест ночевки. Это количество будет зависеть от загруженности каждой стоянки – возможно один комплект будет передвигаться между местами стоянки вместе с группой, а, может, количество групп будет настолько велико, что на каждой стоянке необходимо будет иметь свое оборудование.

Привлечение третьих фирм к формированию тура должно практиковаться как на наиболее дорогостоящих и невозможных для самостоятельного осуществления составляющих маршрута (вертолетный перелет, прыжок с парашютом с самолета, конные прогулки), так и на активностях, требующих немалых затрат не только на приобретение самого оборудования, но и на продвижение услуг с применением этого оборудования. К таким услугам можно отнести погружение с аквалангом (рынок достаточно заполнен и не позволяет новым операторам без чрезвычайно крупных вложений привлечь новых клиентов).

Для обслуживания подобного тура по нашим подсчетам необходимо лишь

Группы из максимум десяти человек должны постоянно сопровождать два гида со знанием альпинизма, гидроциклов, основ парашютизма, пейнтбола, горных маршрутов, с наличием водительских прав и навыков фото и видео съемки. В зависимости от популярности тура будет необходим как минимум один повар и как минимум один водитель для служебных заданий. Кроме того, будет необходимо наличие трех-четырёх водителей для джипов и двух ответственных за гидроциклы. Из персонала, не присутствующего непосредственно на маршруте, можно выделить менеджера тура и специалиста по компьютерным технологиям, ответственного за информирование о туре в сети Интернет и подготовку фото и видео материалов по итогам прошедшего тура за время прощального ужина группы.

Для рекламы подобного тура следует использовать специализированные выставки, журналы, посвященные активному отдыху и экстремальным видам спорта, журналы для людей с достатком выше среднего, туристические издания и каталоги, собственный вебсайт и сайты других компаний с похожими предложениями по всему миру. Не следует забывать и о рекламе «из уст в уста» - клиент, прошедший маршрут и получивший даже больше, чем он мог ожидать, вероятно не упустит возможности рассказать своим друзьям и знакомым о нашем туре.

Для того, чтобы клиенты остались более чем довольны предлагаемый тур должен отличаться от всех других туров на полуострове уровнем сервиса, приятными неожиданностями, постоянной заботой и вниманием персонала. К примеру, еще при заказе тура клиент может отказаться от некоторых видов активностей и выбрать взамен какие-нибудь другие. Эта возможность может быть очень кстати, если у заказчика морская болезнь, боязнь высоты или клаустрофобия. Еще при сборе в начале тура группа получает фирменные рюкзаки и фляги. Эти предметы не только пригодятся во время маршрута, но и послужат рекламой компании и приятными воспоминаниями для клиентов. С момента сбора группы и до момента приземления вертолета в Симферополе должна вестись постоянная профессиональная фото и видео съемка, а во время прощального ужина должна проводиться окончательная обработка материалов и проводиться вручение кассет и дисков. Клиенты должны иметь возможность выбрать блюда на каждый прием пищи из подготовленного заранее поваром меню. Это позволит избежать нежелательных проблем с неприятием клиентами той или иной пищи и добавить приятных впечатлений к общей картине тура. На всякий непредвиденный случай гиды должны иметь при себе запас одежды и обуви – кроссовки, свитера, носки, а также необходимые медикаменты и средства от комаров. Гиды также должны уметь оказывать первую помощь и иметь при себе постоянно действующие средства связи. Приятной неожиданностью для деловых людей во время тура был бы компьютер с выходом в Интернет и спутниковая связь, работающая в любой точке полуострова. А на торжественный случай у гидов должно быть припасено шампанское, которое точно будет по достоинству оценено виновниками торжества. Кроме того, для постоянного совершенствования продукта, гиды должны проводить мониторинг жалоб просьб и пожеланий клиентов и делать соответствующие доклады менеджеру тура.

Дополнительным туристическим продуктом могут выступить менее насыщенные ощущениями туры для семейных пар, для семей с детьми, для людей более преклонного возраста, а также для людей, не обладающих необходимой средней физической формой.

Вариантами для привлечения дополнительных клиентов может быть предложение более комфортных вариантов ночлега в гостиницах и частных домах, возможность индивидуальных туров и т.д.

На данный момент подобный турпродукт на рынке СНГ отсутствует по различным причинам. Однако, создание такого насыщенного различными видами деятельности и впечатлениями тура могло бы не только привлечь в регион дополнительных туристов, но и дать дополнительный эффект для бюджетов всех уровней. Кроме того, развитие подобного комплексного подхода к использованию ресурсов и предложение других фирм региона позволит более полно занять их мощности, увеличить оборот и налоговые отчисления.

Скоробогатова Т.Н.

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ

Современный экономический период характеризуется обострением конкуренции в сфере услуг. Данная тенденция рассматривается экспертами США, Японии, Западной и Центральной Европы как один из