**Дипломна робота**

**Тема: Організація міжнародного туризму в Росії**

**План**

Вступ

1 Розвиток міжнародного туризму на сучасному етапі

1.1 Загальна характеристика ринку туристичних послуг

1.2 Методика розрахунку основних економічних показників розвитку туризму

2 Оцінка сучасного рівня розвитку туристичних послуг Росії

2.1 Аналіз розвитку туристичних послуг Росії

2.2 Залучення іноземних інвестицій в туристичну галузь

3 Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Росії

3.1 Основні фактори, які стримують розвиток туризму в Росії

3.2 Перспективи розвитку туризму

3.3 Державна політика у сфері туризму

Висновок

Список використаних джерел

**Вступ**

Туризм вже давно розглядається як одна з найбільш дохідних і інтенсивно розвиваються галузей світового господарства. Про це свідчить той факт, що на частку туризму припадає близько 10 відсотків світового валового національного доходу.

Розвиток туризму надає стимулюючу дію і на інші сектори економіки (транспорт, зв'язок, торгівля та інші), сприяє створенню значної кількості робочих місць, збільшенню бази оподаткування і надходжень коштів від податків в скарбницю держави. Слід зазначити, що найважливішими чинниками, що роблять вплив на прибутковість туризму в економіці країни, є природно-кліматичні та історико-культурні ресурси, а також політичний клімат і рівень сприяння державної політики щодо туризму.

З одного боку, сучасний стан туризму в Росії розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі і значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах.

З іншого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів росіян в закордонні поїздки, зростання числа туристичних організацій по всій території Росії. За прогнозом Всесвітньої туристської організації до 2020 року Росія може увійти до першої десятки країн - самих популярних напрямків туризму. За оцінкою експертів Всесвітньої туристської організації, Росія займає 15 місце у світовій класифікації за відвідуваністю іноземцями, що становить 2,5 відсотка світового ринку виїзного туризму.

Актуальність дослідження. Міжнародний туризм швидко росте і видозмінюється. Цей факт, з одного боку, відкриває нові можливості, з іншого - постійно створює проблеми людям, зайнятим в індустрії, що стала зараз найбільшої в світі. Спільності і компанії, що вже мають досвід у питаннях стимулювання міжнародного туризму, так само як і ті, хто хоче прийти на цей сегмент, стикаються з тим, що туристична індустрія змінюється.

Підвищення рівня життя людей і розширення можливостей вільного пересування по світу сприяють появі нових мільйонів міжнародних туристів.

Для залучення туристів пропонуються нові послуги. Компанії-перевізники почали надавати більш різноманітні зручності і пропонувати нові екзотичні маршрути в надії перевести на себе частину фінансових потоків від зростаючого бізнесу. Підприємці, намагаючись розширити свій бізнес, розробляють нові комбінації, які дозволяють поєднувати покупки з відпочинком, освіту з освітою, бізнес з культурною програмою та ін.

Ступінь вивченості теми дослідження. В якості методологічної і теоретичної бази дослідження були використані праці російських учених, таких як М. Ананьєв, В. Данилов-Данільян, В. Гуляєв, А. Лян та ін. Роботи зарубіжних авторів, серед яких С. Cooper, В. Archer, R. Batler, С. Ryan, D. Pearce та ін, а також методичні рекомендації Всесвітньої туристської організації (СОТ). У роботі використані результати попередніх досліджень, присвячених проблемам розвитку туризму в Росії.

Об'єкт дослідження: розвиток туристичних послуг в Росії.

Предмет дослідження: організація міжнародного туризму в Росії.

Методика дослідження. У роботі використані два методи: аналіз рядів динаміки та кореляційний аналіз. Ці методи дозволяють найбільш повно відобразити основні тенденції розвитку даної галузі та взаємозв'язок між показниками.

Мета дослідження: виявити основні тенденції розвитку міжнародного туризму в Росії, його проблеми, особливості і фактори розвитку.

Завдання:

-Дати визначення поняття «туристичні послуги»;

-Проаналізувати стан міжнародного туризму в Росії на сучасному етапі;

-Визначити темпи зростання російського ринку туристичних послуг;

-Вивчити характеристику споживача послуг у сфері туризму;

-Визначити основні проблеми ринку туристичних послуг;

-Проаналізувати перспективи розвитку туризму в Росії.

**1 Розвиток міжнародного туризму на сучасному етапі**

**1.1 Загальна характеристика ринку туристичних послуг**

Послуги туризму - це специфічні послуги, що надають споживачам комплексне обслуговування, пов'язане з організацією подорожей, що здійснюються для відпочинку, лікування і в пізнавальних цілях. Комплексний характер послуг туризму виявляється в тому, що споживач отримує взаємопов'язані послуги різного профілю (з організації туру, оформлення документів, транспорту, готельного господарства, підприємств харчування і торгівлі предметами туристського побуту, сувенірами і т. д.). Таким чином, надається цілий набір послуг, коли основна (часто розміщення), профільна послуга часто доповнюється супутніми послугами. Специфіка туризму проявляється в їх різноманітті, неоднорідності і ступінь комплексності може бути різною.

Туристські послуги можуть надаватися за місцем проживання або роботи споживачів у вигляді реклами, інформації турбюро; в процесі подорожей (транспортні послуги, послуги гідів, перекладачів, агентів з оформлення документів і т. д.); на місці перебування (послуги, пов'язані з житлом, харчуванням, організацією відпочинку, лікування, розваг, торговельного, побутового та іншого обслуговування). [ 8, c.389]

Ринок туризму можна визначити як суспільно-економічне явище, що об'єднує попит та пропозиція для забезпечення купівлі-продажу туристичного продукту в даний час і в певному місці.

При характеристиці туристського ринку необхідно враховувати ряд моментів:

-Основним предметом купівлі-продажу є послуги;

- Крім покупця і продавця в механізм туристського ринку включається значна кількість посередницьких ланок;

- Попит на туристські послуги відрізняється рядом особливостей: великою різноманітністю учасників поїздок по матеріальним можливостям, віком, цілям і мотивами; еластичністю; індивідуальністю і високим ступенем диференціації; великий замещаемостью; віддаленістю за часом і місцем від туристського пропозиції;

- Туристське пропозиція також характеризується низкою відмінних характеристик: товари та послуги в туризмі мають потрійний характер (природні ресурси, створені ресурси, туристські ресурси); висока фондоємне галузі; низька еластичність; комплексність. [9, с.63]

У цілому, з точки зору економічної та управлінської точок зору, туристський ринок можна представити у вигляді двох відносно самостійних областей: ринку пропозицій і ринку попиту.

У розвитку ринку туристичних послуг в більшою мірою, ніж на ринку виробництва матеріальних благ, необхідно враховувати фактор часу (сезонні коливання попиту, пікові періоди попиту протягом доби). Тут велика роль планування потужностей (пропускної спроможності сфери туристських послуг). Неможливість зберігати та накопичувати послуги обертається можливістю утворення черг людей і збільшення часу очікування. У таких випадках виникає необхідність застосування особливих заходів і методик за погодженням попиту та пропозиції туристських послуг - широка практика попередніх замовлень, диференціація цін на послуги в залежності від сезонності і пікових перепадів в попиті на послуги, масове залучення тимчасових працівників на умовах роботи неповний робочий день , сумісників і т. д. [21, c.157]

Найважливіша особливість ринку туристських послуг полягає в тому, що на відміну від інших ринків національної економіки тут велика роль трудового та культурно-історичного ресурсу, а також існує прив'язка до конкретної території. Туризм має справу з таким явищем, як індивідуальний профіль місця туристського призначення, яке визначає привабливість туристської послуги та створює туристську мотивацію. Він формується під впливом таких факторів, як географічне положення, ландшафт, біокліматичних та екологічні характеристики територіальних одиниць та історико-культурні параметри.

Ринок туристських послуг залежить від територіальної та ресурсної складової, яка визначається як специфікою задоволення потреб у туризмі (подорож, цільова поїздка, відпочинок), так і особливістю формування попиту та пропозиції на туристські послуги в регіоні.[17, c.355]

Туристські послуги, що надаються споживачам організаціями або індивідуальними підприємцями, включають:

-Послуги туроператора з організації внутрішнього туризму;

-Послуги туроператора з організації виїзного туризму;

-Послуги туроператора по організації в'їзного туризму;

-Послуги турагента;

-Окремі послуги туроператора і турагента;

-Послуги при самодіяльному туризмі;

-Екскурсійні послуги. [11, c.74]

Туристські послуги поряд зі специфічними характеристиками послуг мають і відмінні риси:

• виділення досить чітко виражених туристських зон;

• створення туристського пакету зусиллями багатьох організацій, кожна з яких має власні методи роботи, специфічні потреби і різні комерційні цілі. Досягнення успіху на ринку можливо лише в тому випадку, якщо всі учасники туристського обслуговування вироблять і будуть дотримуватися загальних цілей;

• подолання покупцем відстані, що відокремлює його від туристської послуги та місця її споживання;

• залежність туристської послуги від таких змінних, як час і простір. Велике значення має фактор сезонності (маркетингові заходи туристської організації будуть відрізнятися в пік сезону і міжсезоння). У міжсезоння необхідні додаткові заходи стимулювання попиту: низькі ціни, різні додаткові послуги і т.д.;

• значний вплив на якість туристської послуги роблять зовнішні фактори, що мають форсмажорних характер, тобто не залежать від волі і дій продавця і покупця: погода, природні умови, політика, міжнародні події і т.д.[12, c.142]

При сегментації споживачів туристського ринку доцільно враховувати ряд особливостей, властивих індустрії туризму:

• в ролі безпосереднього споживача послуг і покупця (замовника) нерідко виступають різні особи (наприклад, бронювання номерів для своїх співробітників компанією);

• рішення про придбання туристських послуг може змінюватися залежно від мети подорожі, наявності вільного часу, тривалості та частоти відпочинку;

• загальний інтерес групових подорожей у ряді випадків відрізняється від потреб і бажань кожного індивідуума (члена групи);

• мотивація туристів відрізняється в залежності від часу, коли приймається рішення про покупку і бронюванні туру (наприклад, мотиви подорожей різні в туристів, які купили тури завчасно, і у тих, хто придбав "горящі путівки").

При виявленні особливостей туристського ринку важливе місце повинно відводитися не тільки категорії "туристське пропозицію" і розгляду поняття "туристська послуга", але і поняттю "туристський попит", в концепції якого пріоритетне місце відводиться споживачу, чиї потреби та бажання туристські організації припускають задовольняти.

Складності функціонування організацій індустрії туризму полягають у тому, що оцінка якості туристських послуг споживачем досить суб'єктивна і залежить від різних факторів: загальноекономічних, культурного та суспільно-психологічного характеру, соціально-демографічних, особистісно-поведінкових.

Значний вплив на попит в сфері туристських послуг надають такі зміни у суспільному психології споживання, як інформованість, високий рівень освіченості, висока вимогливість до комфорту і якості послуг, індивідуалізм, екологізація, мислення споживача, мобільність, фізична та розумова активність на відпочинку, прагнення отримувати калейдоскоп вражень.[7, c.225]

Сукупність усіх цих факторів і визначає виникнення і характер поведінкових особливостей споживачів туристських послуг, які можуть бути виражені такими показниками, як:

- Частотність туризму (кількість туристських поїздок, що здійснюються в досліджуваний період, на душу населення);

- Найбільш краща форма організації туру, категорія готелю;

- Подання туриста про ціну готельної послуги, туру;

- Подання про торгову марку туристської організації;

- Комунікативна поведінка туриста;

- Роль зовнішніх подразників у процесі прийняття рішення про місце проживання (виборі готелю), покупці туру і т.д.

При виборі туристської послуги споживач керується цілим комплексом мотивів, з яких лише деякі мають істотну значущість. Ці мотиви об'єднуються в багатокомпонентні комплекси відчуттів і бажань, значною мірою підсилюють свій вплив на механізм і результат ухвалення споживачем остаточного рішення. Таким чином, потенційним туристом може бути прийнято рішення про придбання туристської послуги, відповідної одночасно декільком мотиваційним наслідків.[11, c.81]

**1.2 Методика розрахунку основних економічних показників розвитку туризму в Росії**

Ряди динаміки та їх види. Зміна соціально-економічних явищ в часі вивчається статистикою методом побудови і аналізу динамічних рядів. Ряди динаміки - це значення статистичних показників, які представлені у певній хронологічній послідовності.

Кожен динамічний ряд містить дві складові:

1) показники періодів часу (роки, квартали, місяці, дні або дати);

2) показники, що характеризують досліджуваний об'єкт за тимчасові періоди або на відповідні дати, які називають рівнями ряду.

Рівні ряду виражаються як абсолютними, так і середніми або відносними величинами. Залежно від характеру показників будують динамічні ряди абсолютних, відносних і середніх величин. Ряди динаміки з відносних і середніх величин будують на основі похідних рядів абсолютних величин. Розрізняють інтервальні і моментні ряди динаміки.

Динамічний інтервальний ряд містить значення показників за певні періоди часу. У інтервальному ряду рівні можна підсумовувати, отримуючи обсяг явища за більш тривалий період, або так звані накопичені підсумки.

Динамічний моментний ряд відображає значення показників на певний момент часу (дату часу). У моментних рядах дослідника може цікавити тільки різницю явищ, що відображає зміну рівня ряду між певними датами, оскільки сума рівнів тут не має реального змісту. Накопичені підсумки тут не розраховуються. [23]

Найважливішою умовою правильної побудови динамічних рядів є порівнянність рівнів рядів, що відносяться до різних періодів. Рівні повинні бути представлені в однорідних величинах, повинна мати місце однакова повнота охоплення різних частин явища.

Для того, щоб уникнути спотворення реальної динаміки, у статистичному дослідженні проводяться попередні розрахунки (змикання рядів динаміки), які передують статистичного аналізу динамічних рядів. Під змиканням рядів динаміки розуміється об'єднання в один ряд двох і більше рядів, рівні яких розраховані за різною методологією або не відповідають територіальним кордонів і т.д. Змикання рядів динаміки може припускати також приведення абсолютних рівнів рядів динаміки до спільної основи, що нівелює непорівнянність рівнів рядів динаміки. [20, c.88]

Для характеристики інтенсивності розвитку у часі використовуються статистичні показники, одержані порівнянням рівнів між собою, в результаті чого отримуємо систему абсолютних і відносних показників динаміки: абсолютний приріст, коефіцієнт зростання, темп зростання, темп приросту, абсолютне значення 1% приросту. Для характеристики інтенсивності розвитку за тривалий період розраховуються середні показники: середній рівень ряду, середній абсолютний приріст, середній коефіцієнт зростання, середній темп зростання, середній темп приросту, середнє абсолютне значення 1% приросту.

Якщо в ході дослідження необхідно порівняти кілька послідовних рівнів, то можна отримати або порівняння з постійною базою (базисні показники), або порівняння зі змінною базою (ланцюгові показники).

Базисні показники характеризують загальний результат всіх змін у рівнях ряду від періоду базисного рівня до даного (i-го) періоду.

Ланцюгові показники характеризують інтенсивність зміни рівня від одного періоду до іншого в межах того проміжку часу, який досліджується.

У соціально-економічних рядах динаміки можна спостерігати:

• основну тенденцію розвитку (осредненную компоненту динаміки);

• закономірність зміни відхилень фактичних рівнів від тренду;

• автокореляційні залежності.

Основна тенденція розвитку аналітично виражається за допомогою математичної функції, навколо якої варіюють фактичні рівні досліджуваного явища. У даному випадку значення тренда в окремі моменти часу будуть математичними очікуваннями (середніми значеннями) ряду динаміки. Часто основну тенденцію розвитку називають квазі-детермінованої (осредненной) складовою ряду динаміки.

Автокореляційних залежності являють собою тенденцію варіації зв'язку між окремими рівнями ряду динаміки (залежність поточного значення рівнів ряду від попередніх). [22]

Туризм носить комплексний, системний характер. Як соціально-економічна система він прагне до стійкості, рівноважного стану. Однак його досягнення ускладнюється двома обставинами: динамічним взаємодією елементів системи і мінливими умовами зовнішнього середовища. Тому ні одна система, в тому числі туристська, не може постійно перебувати в стані повного рівноваги. У ході поступального розвитку туризму простежуються циклічно-волнове коливання.

Переважній більшості динамічних рядів властиво зміна числових значень статистичного показника (рівнів ряду) протягом тривалого періоду. За допомогою методу рядів динаміки можна прослідкувати зміни в числі тих, хто в'їхав в країну і виїхали з країни громадян, спричинених впливом випадкових факторів, дією сезонності або глибинних причин. У статистиці відповідно розрізняють три компоненти динаміки ряду: тенденцію (довгострокове рух), короткочасне систематичне рух і несистематичні випадкове рух. На російському туристському ринку коливання носять незакономерний характер. Ці зміни відбуваються стихійно. Російський туризм розвивається не плавно, а ривками і поштовхами. У його русі порівняно чітко виражені послідовно повторюються фази кризи, депресії, пожвавлення і піднесення. Всі ці зміни відображають ряди динаміки.

Кореляційний аналіз

Кореляція - статистичний взаємозв'язок двох або декількох випадкових величин (або величин, які можна з деякою допустимої ступенем точності вважати такими). При цьому, зміни однієї або кількох з цих величин призводять до систематичного зміни іншої або інших величин. Математичної мірою кореляції двох випадкових величин служить коефіцієнт кореляції.

Кореляція може бути позитивною і негативною (можлива також ситуація відсутності статистичної взаємозв'язку - наприклад, для незалежних випадкових величин). Негативна кореляція - кореляція, за якої збільшення однієї змінної пов'язане зі зменшенням іншої змінної, при цьому коефіцієнт кореляції від'ємний. Позитивна кореляція - кореляція, за якої збільшення однієї змінної пов'язано зі збільшенням іншої змінної, при цьому коефіцієнт кореляції позитивний.

Кореляційний аналіз - метод обробки статистичних даних, що полягає у вивченні коефіцієнтів (кореляції) між перемінними. При цьому порівнюються коефіцієнти кореляції між однією парою або безліччю пар ознак для встановлення між ними статистичних взаємозв'язків.

Мета кореляційного аналізу - забезпечити отримання деякої інформації про одну змінної за допомогою іншої змінної. У випадках, коли можливе досягнення мети, кажуть, що змінні корелюють. [26]

Для кількісної оцінки існування зв'язку між досліджуваними сукупностями випадкових величин використовується спеціальний статистичний показник - коефіцієнт кореляції r.

Коефіцієнт r - це безрозмірна величина, вона може мінятися від 0 до ± 1.

Коефіцієнт r - це безрозмірна величина, вона може мінятися від 0 до ± 1. Чим ближче значення коефіцієнта до одиниці (неважливо, з яким знаком), тим з більшою впевненістю можна стверджувати, що між двома розглядаються сукупностями змінних існує лінійного зв'язку.

Іншими словами, значення якоїсь однієї з цих випадкових величин (y) істотно залежить від того, яке значення приймає інша (x).

Якщо виявиться, що r = 1 (або -1), то має місце класичний випадок чисто функціональної залежності (тобто реалізується ідеальна взаємозв'язок).

При аналізі двовимірної діаграми розсіювання можна виявити різні взаємозв'язку. Найпростішим варіантом є лінійна взаємозв'язок, який виражається в тому, що точки розміщуються випадковим чином вздовж прямої лінії. Діаграма свідчить про відсутність взаємозв'язку, якщо точки розташовані випадково, і при переміщенні зліва направо неможливо виявити будь-який ухил (ні вгору, ні вниз).

Якщо точки на ній групуються уздовж кривої лінії, то діаграма розсіювання характеризується нелінійної взаємозв'язком. Такі ситуації цілком можливі. Тим не менше, для зручності розуміння суті кореляційного співвідношення ми обмежимося розглядом варіанту лінійної залежності.

**Якісна оцінка тісноти зв'язку**

|  |  |
| --- | --- |
| Величина коефіцієнта парної кореляції | Характеристика сили зв'язку |
| До 0,3 | Практично відсутній |
| 0,3-0,5 | Слабка |
| 0,5-0,7 | Помітна |
| 0,7-0,9 | Сильна |
| 0,9-0,99 | Дуже сильна |

Процедуру встановлення кореляційної залежності прийнято називати перевіркою гіпотези. Її прийнято проводити в наступній послідовності:

- Обчислення лінійного коефіцієнта парної кореляції (КПК) між сукупностями випадкових величин xi і yi;

- Його статистична оцінка (перевірка значимості).

Статистичну оцінку КПК проводять шляхом порівняння його абсолютної величини з табличним (або критичним) показником rкріт, значення якого u1086 відшукуються із спеціальної таблиці.[10, c.228]

Аналізуючи обсяги інвестицій в туристичну галузь, можна оцінити внесок в економіку країни, зокрема, їх вплив на платіжний баланс, виявити основні напрямки і тенденції розвитку для планування його матеріально-технічної бази та просування туристичного продукту до потенційних споживачів. Рівень значимості, обчислений в ході кореляційного аналізу, являє собою важливе джерело інформації про зв'язок обсягів інвестицій в туристичну галузь і рівнем ВВП в країні.Необхідність кореляцiйного аналізу обумовлена потребою в отриманні об'єктивної та достовірної інформації про стани і розвиток галузі та оцінки її внеску в загальну величину валового внутрішнього продукту.

**2 Оцінка сучасного рівня розвитку туристичних послуг Росії**

**2.1 Аналіз розвитку туристичних послуг Росії**

Потрібно провести аналіз динаміки в'їзду іноземних громадян в Росію з метою туризму за 2005-2007рр.

В'їзд іноземних громадян з метою туризму характеризується такими даними:

|  |  |
| --- | --- |
| Рік | Кількість поїздок (тис.) |
| 2005 | 9398 |
| 2006 | 8818 |
| 2007 | 8347 |

У ході проведення аналізу необхідно обчислити:

1) Показники аналізу динамічного ряду: абсолютні прирости, темпи росту і приросту ланцюговим і базисним способами, абсолютне значення 1% приросту. Отримані показники зазначити в таблиці;

2) Середні показники аналізу ряду динаміки: середньорічна кількість громадян, що в'їхали в країну, середньорічний абсолютний приріст, середньорічний темп зростання і темп приросту;

3) Прогноз в 2008 та 2009 роках за умови, що середньорічний темп попереднього періоду збережеться на наступні 2 роки.

Рішення:

1) Розрахуємо ланцюгові абсолютні прирости динамічного ряду, пределяемие за формулою:

 ;

де Yi - поточний рівень ряду;

Yi - 1 - рівень, що передує.

Δ 2006/2005 = 8818-9398 = -580;

Δ 2007/2006 = 8347-8818 = -471.

Розрахуємо базисні абсолютні прирости динамічного ряду, пределяемие за формулою:

 ;

де Yi - поточний рівень ряду;

Y0-початковий (базовий) рівень ряду.

Δ 2006/2005 = 8818-9398 = -580;

Δ 2007/2005 = 8347-9398 = -1051.

Розрахуємо ланцюгові темпи зростання динамічного ряду, що изначаються за формулою:



де Yi - поточний рівень ряду;

Yi - k - рівень, що передує.

Tp 2006/2005 = 8818/9398 = 0,94

Тр2007/2006 = 8347/8818 = 0,95.

Розрахуємо базисні темпи зростання динамічного ряду, що визначаються за формулою:

;

де Yi - поточний рівень ряду;

Y0 - початковий (базовий) рівень ряду.

Тр2006/2005 = 0,94

Тр2007/2005 = 0,89.

Ланцюгові темпи (коефіцієнти) приросту динамічного ряду озраховуються за формулою:

,

або шляхом вирахування з ланцюгових темпів зростання 100%:



Тп2006/2005 = 94-100 = -6%

Тп2007/2006 = 95-100 = -5%.

Базисні темпи приросту динамічного ряду розраховуються за формулою:

,

або шляхом вирахування з базисних темпів зростання 100%:

Тп2006/2005 = 94-100 =- 6%

Тп2007/2005 = 89-100 =- 11%.

Абсолютне значення одного відсотка приросту розраховується за формулою:



де Δ уi-абсолютний приріст,

Тпi-темп приросту за відповідний проміжок часу.

А2006 = 0,01 \* 8818 = 88,18

А2007 = 0,01 \* 8347 = 83,47

Дані розрахунків зведемо в таблицю:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| рік | 2005 | 2006 | 2007 |
| Рівні ряду | 9398 | 8818 | 8347 |
| Абсолютні ланцюгові прирости | — | -580 | -471 |
| Абсолютні базисны прирости | — | -580 | -1051 |
| Темпи зростання ланцюгові | — | 94 | 95 |
| Темпи зростання базисні | — | 94 | 89 |
| Темпи приросту ланцюгові | — | -6 | -5 |
| Темпи приросту базисні | — | -6 | -11 |
| Абсолютне значення 1% приросту | — | 88,18 | 83,47 |

2) Так як ряд динаміки є інтервальним, то розрахунок середнього рівня ряду проводитися за формулою середньої арифметичної простої:

;

у = (9398 +8818 +8347) / 3 = 8854,33.

Визначення середнього абсолютного приросту проводиться за ланцюговим абсолютний приріст за формулою:

;

Δу = (8347-9398) / (3-1) = -525,5.

Середній темп зростання обчислюється за формулою середньої геометричної:

;

Tр = 0,94 = 94%. Середній темп приросту обчислюється за формулою:

;

Тп = 94-100 = -6%.

3) Складемо прогноз на 2008 та 2009 роки за умови, що середній річний темп попереднього періоду збережеться на наступні 2 роки:

yi = (Tp (СР) \* yi-1) / 100%;

y2008 = (94 \* 8347) / 100% = 7849

y2009 = (94 \* 7849) / 100% = 7378.

Побудуємо графік динаміки чисельності іноземних туристів, що в'їхали в Росію, з урахуванням складених прогнозів:

Розглянемо структуру в'їзду іноземних туристів до Росії по країнах (дані для аналізу представлені в Додатку 1). Найбільша кількість іноземців, які відвідують Росію з туристичними цілями, прибувають з Великобританії, Німеччини, Китаю, Латвії, Литви, Польщі, США, Фінляндії, Естонії. Найменша кількість: Угорщина, КНДР, Словаччина, Греція, Данія, Чеська республіка. (графік в'їзду іноземних туристів знаходиться у Додатку 2).

Аналізуючи статистичні дані по кількості іноземних туристів, що в'їхали до Росії, можна виявити таку тенденцію: їх кількість скорочується. Обсяг в'їзного туризму в Росії в 2007 році склав 8347 тис. поїздок., у порівнянні з 2006 роком спостерігається падіння ринку на 5,4%. З урахуванням представлених прогнозів така ситуація продовжитися до 2010р.

Низький рівень розвитку в'їзного туризму в Росії не відповідає значного туристського потенціалу країни. Складність аналізу розвитку туризму в Росії зумовлена насамперед невирішеністю проблем адекватного статистичного обліку турпотоків та економічних показників функціонування туристичної індустрії як міжгалузевого господарського комплексу. Не вирішені такі важливі проблеми, як облік обчислення мультиплікативного ефекту розвитку туризму, більш точної оцінки його внеску у зовнішньоторговельний оборот, формування ВВП, податкові надходження до бюджетів всіх рівнів, зайнятість населення.

Виїзд російських громадян в інші держави характеризується такими даними:

|  |  |
| --- | --- |
| Рік | Кількість поїздок (тис.) |
| 2005 | 10378 |
| 2006 | 10815 |
| 2007 | 11346 |

Так як ряд динаміки є інтервальним, то розрахунок середнього рівня ряду проводитися за формулою середньої арифметичної простої:

;

у = (10378 +10815 +11346) / 3 = 10846,3

Визначення середнього абсолютного приросту проводиться за ланцюговим абсолютний приріст за формулою:

;

Δу = (11346-10378) / (3-1) = 484.

Середній темп зростання обчислюється за формулою середньої геометричної:

;

Tр = 1,94 = 104%.

Середній темп приросту обчислюється за формулою:

;

Тп = 104-100 = 4%.

3) Складемо прогноз на 2008 та 2009 роки за умови, що середній річний темп попереднього періоду збережеться на наступні 2 роки:

yi = (Tp (СР) \* yi-1) / 100%;

y2008 = (104 \* 11346) / 100% = 11799.

y2009 = (104 \* 11799) / 100% = 12270.

Побудуємо графік динаміки чисельності іноземних туристів, що виїхали з Росії, з урахуванням складених прогнозів:

Як свідчать дані численних досліджень, за останні три роки істотних змін в туристичних перевагах росіян не відбулося. Згідно зі статистичними даними, більшість співвітчизників віддає перевагу організованому відпочинку: у 2006року так заявляли 57,6% респондентів старше 16 років, у 2007 році - 57,3%. Серед зарубіжних напрямків найбільшим попитом користуються Туреччина (15,5% всіх закордонних турпоїздок) і Єгипет (14,6%). Екскурсійні Фінляндію, Німеччину та Францію обрали відповідно 8,1, 7,9 і 5,1% туристів.

Результати свідчать, що кількість росіян, що відпочивають за кордоном, за останній рік зросла. У 2006 році таких було 3,2% від усіх жителів країни, в 2007 - 3,9%. Однак за період 2005-2007 рр.. турпотік за кордон зріс у кілька разів. У 2000 році купити тур в іншу країну могли собі дозволити лише 1,2% співвітчизників. При цьому більшість наших туристів сьогодні може дозволити собі відпочинок за кордоном лише раз на рік. Одну поїздку за рік у 2007 році зробили 68,7%, дві - 18,6%, три-чотири - всього 6,9%, п'ять і більше - 5,8% росіян.

Зберігся складу першої десятки найпопулярніших напрямків, хоча деякі перестановки в ній все ж є. Італія піднялася з шостого місця на п'яте, Іспанія, навпаки, опустилася з шостого на сьоме. Але обидві країни піднялися: Італія 19%, Іспанія 14,6%. Греція, додавши відразу 43%, піднялася, тим не менше, тільки на одну сходинку - з восьмого на сьоме місце А ось Німеччини, практично повторивши «грецький» показник - 42,8%, це дозволило піднятися відразу на дві позиції - з десятого місця на восьме.

Лише дві країни з першої десятки погіршили свої позиції. Таїланд опустився з дев'ятої рядка на десяту, а Україна впала - з п'ятої позиції на дев'яту. При цьому Таїланд додав 11,5%. До другої десятки потрапили Австрія, Ізраїль і Великобританія, потіснивши Польщу, Естонію і Сербію з Чорногорією. Великобританія додала більше 10%, Австрія виросла на 33%. Але особливо вражають результати Ізраїлю, який піднявся з тридцятої на дев'ятнадцяту позицію завдяки зростанню майже в 118%.

Переважна частина росіян вважає за краще відпочивати в своїй країні. За оцінкою керівника Федерального агентства з туризму, в 2010 році число турпоїздок по країні досягне 35-40 млн.

**2.2 Залучення іноземних інвестицій в туристичну галузь**

Метою аналізу є виявити кореляційний залежність між рівнем іноземних інвестицій у розвиток туризму Росії та рівнем ВВП у країні.

Основні країни-інвестори, сума вкладених ними коштів за період 2005-2007рр. та рівень ВВП:

|  |  |
| --- | --- |
| країна | Сума (млрд.руб) |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| Німеччина | 1789,091 | 1865,692 | 1798,349 |
| Японія | 1098,69 | 958,65 | 989,63 |
| Китай | 869,953 | 1098,56 | 1193,78 |
| США | 1569,916 | 1796,489 | 1876,3 |
| Италія | 566,89 | 498,69 | 498,639 |
| Великобританія | 496,51 | 569,631 | 596,42 |
| Фінляндія | 398,289 | 596,843 | 563,812 |
| Усього: | 6789,339 | 7384,56 | 7516,93 |
| Рівень ВВП | 17 048,1 | 21 624,6 | 26 882,9 |

Виявимо кореляційну залежність між показниками:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| рік | Уровень инвестиций( млрд.руб) | Рівень ВВП (млрд. руб) |  |
| 2005 | 6789,339 | 17048,1 |  |
| 2006 | 7384,56 | 21624,6 |  |
| 2007 | 7516,93 | 26882,9 | 0,924152 |

Згідно з аналізом, між рівнем інвестицій в туризм та рівнем ВВП виявлена дуже сильна сила зв'язку, так як коефіцієнт кореляції дорівнює 0,924152.

Для оцінки сили взаємного впливу випадкових величин X і Y обчислюємо вибірковий коефіцієнт кореляції:

~ ρ = 1 σxσy (n-1) ~ ~ Σ (xi-mx) (yi-my); ~ ~ i = 1 n

де ~ mx і ~ my - вибіркові математичні очікування, а ~ σx і ~ σy - вибіркові СКО.

Параметри вибірки:

~mx=7475.3534

~my=26599.319999999996

~Dx=175565.84944179998

~Dy=175565.84944179998

~σx=419.00578688342716

~σy=7435.019223041726

~ρ=0.9182232635523111

Тепер по вибіркового коефіцієнту кореляції ~ ρ (точкова оцінка) можна побудувати довірчий інтервал для генерального коефіцієнта кореляції ρ (інтервальні оцінку). Для цього вважаємо ρ реалізацією випадкової величини Ρ. Якщо X і Y є нормальними, то величина

U =- 1 2 ln-- - 1 + Ρ 1-Ρ

асимптотично має нормальний розподіл з дисперсією 1 / (n-3) (для великих обсягів вибірок із нормально розподіленої двовимірної величини).

В даний час у країні реалізується більше 400 проектів з будівництва засобів розміщення та інших об'єктів туристичної індустрії. З них 18 найбільш великих включені в обласну цільову програму розвитку туризму. У 2008 р. обсяг інвестицій в туризм складе близько 1 млрд.руб.

Основне завдання сьогодні - зацікавити бізнес-співтовариство в інвеcтірованіі створення нових об'єктів туристично-рекреаційного призначення. Для цього обласним законодавством передбачено ряд фінансових преференцій для інвесторів.

Слід зазначити, що в світовій економіці значення туризму постійно зростає. Дохід від туризму в Росії становить у середньому за рік приблизно 7 млн. дол.

Аналіз залучення іноземних інвестицій в туристичну галузь Россі показує, що в останні роки ця сфера в цілому розвивається стабільно і динамічно. Відзначається щорічне зростання обсягів інвестицій. Лідерами є такі країни як Німеччина, Китай, США.

За прогнозними оцінками Всесвітньої ради з туризму та подорожей загальний обсяг іноземних інвестицій інвестиції в основний капітал у туристську індустрію Росії складають 12,1% від загальних інвестицій при річному зростанні в 8,2%.

В основному інвестиції в туристський сектор носять характер вкладення капіталу в придбання фізичних активів. Відповідно їх можна визначити як фізичні або реальні інвестиції в основний капітал. Даний вид інвестицій здатний створити нові активи і тим самим збільшити виробничі потужності країни. Оцінювання інвестицій в туристську сферу пов'язане з визначенням прийнятності інвестиційних пропозицій заснованих на таких видах економічної діяльності як діяльність готелів, діяльність інших місць для тимчасового проживання, діяльність туристських агентств.

При оцінюванні інвестиційних проектів в туризмі особлива увага приділяється аналізу «витрати - вигоди». Даний вид аналізу являє собою спосіб розрахунку та оцінки суспільних витрат і загальних соціальних вигод, пов'язаних з інвестуванням туристської сфери.

При оцінці суспільних витрат, які виникатимуть під час реалізації проектів інвестування туристської сфери, можна виділити наступні ризики:

1. Макроекономічні ризики, пов'язані з можливістю погіршення внутрішньої і зовнішньої кон'юнктури, зниженням темпів зростання економіки, рівня інвестиційної активності, високою інфляцією, кризою банківської системи.

2. Фінансові ризики, пов'язані з виникненням бюджетного дефіциту і недостатнім внаслідок цього рівнем бюджетного фінансування. Слабка диверсифікація російської економіки і пряма залежність бюджетних доходів від цін на продукцію паливно-енергетичного сектора робить даний ризик найбільш небезпечним.

3. Техногенні та екологічні ризики. Зміна природно-кліматичних умов. Будь-яка велика природна, технологічна чи екологічна катастрофа, ймовірність яких повністю виключати не можна, потребують додаткових ресурсів з ліквідації їх наслідків. Глобальні зміни клімату можуть також суттєво вплинути на динаміку туристських потоків, що несе особливо яскраво виражені ризики для країн з недиверсифікованим туристським продуктом.

4. Геополітичні ризики. На розвиток сфери туризму, як внутрішнього так і в'їзного, має великий вплив політична ситуація усередині країни і в сполучених державах. Військові і терористичні дії можуть призвести до зниження туристичного потоку та формування образу Росії як країни, несприятливою для туризму, а також знизити її інвестиційну привабливість.

5. Міжнародні ризики. Успішне функціонування сфери туризму безпосередньо залежить від стану міжнародних відносин Росії з іншим країнами. Крім цього для сфери туризму має значення ситуація на міжнародних ринках, курси валют, ступінь взаємної інтеграції держав, що особливо важливо для регіонів прикордонного туризму.

**3 Проблеми та перспективи розвитку міжнародного туризму в Росії**

**3.1 Основні фактори, які стримують розвиток туризму в Росії**

Росія, незважаючи на свій високий туристичний потенціал, займає незначне місце на світовому туристичному ринку. На її частку припадає близько 1% світового туристичного потоку.

Реалізація туристичного потенціалу в Росії стримується низкою проблем, характерних майже для кожного російського регіону: інфраструктура, кадри, маркетинг, підприємницьке середовище, законодавство. У російських регіонах спостерігається гостра нестача якісної готельної інфраструктури та розважальної інфраструктури. Для багатьох регіонів існує проблема транспортної доступності туристичних центрів. Низький рівень бюджетних витрат на галузь обмежує просування туристичних можливостей Росії в цілому та її регіонів на світовому ринку. Існує високий дефіцит кваліфікованого персоналу, здатного запропонувати якісне обслуговування туриста, не створено ефективне законодавство для залучення приватних інвестицій в галузь, в багатьох регіонах не створена підприємницьке середовище, яка необхідна для розвитку туристичної галузі. У

Росії існує найбільш суворий серед країн, орієнтованих на розвиток туризму, візовий режим.

За оцінками фахівців СОТ, потенційні можливості Росії дозволяють при відповідному рівні розвитку туристської інфраструктури приймати до 40 млн. іноземних туристів на рік, однак на сьогоднішній день кількість приїжджають в Росію іноземних гостей c діловими, туристичними та приватними цілями не відповідає її туристського потенціалу, складаючи 6 , 8 млн. чол.

Основними факторами, що стримують розвиток в'їзного туризму в Росію, в даний час є:

• образ Росії як країни, несприятливої для туризму, що створюється як закордонними, так і вітчизняними засобами масової інформації;

• несприятливий для туристських відвідувань в країну візовий режим, що полягає в завищеної вартості віз, тривалих термінах їх видачі та інших консульських правилах, які ускладнюють відвідання Росії іноземними туристами, часто приймають рішення про поїздку на короткий час за кілька днів до намічуваної дати виїзду;

• нерозвинена туристська інфраструктура, високий моральний і фізичний знос існуючої матеріальної бази, мала кількість готельних засобів розміщення туристичного класу (3 зірки);

• відсутність сприятливого податкового режиму для інвестицій у засоби розміщення туристів та іншу туристичну інфраструктуру;

• відсутність за кордоном державної некомерційної реклами туристичних можливостей країни, у тому числі за допомогою діяльності фінансованих державою загранпредставітельств з туризму;

• невисока якість обслуговування у всіх секторах туристської індустрії;

• невідповідність ціни і якості розміщення в готелях.

Реалізація що стоять перед галуззю завдань пов'язана з необхідністю вирішення питання про виділення витрат на туризм як окремий розділ до бюджетної класифікації. Більшість держав, усвідомлюючи важливість розвитку туристської індустрії для своїх країн, щорічно виділяють значні бюджетні кошти, що витрачаються національними туристичними адміністраціями на просування туристичного продукту - розробку маркетингових стратегій, рекламу туристичних можливостей країни, інвестування в розвиток туристичної інфраструктури та ін

Так, наприклад, не дивлячись на лідируючі світові позиції в розвитку туризму, бюджет, що виділяється Францією та Іспанією на туризм, становить, відповідно, 58 і 147 млн. дол США, Ізраїлю - 203 млн. дол США, Китаю - 68 млн. дол . США. При цьому частка витрат на рекламу в бюджетах туристських адміністрацій складає від 48.7% в Іспанії до 99% у Франції.

Необхідність асигнувань з федерального бюджету продиктована, перш за все, потребою в забезпеченні участі держави у формуванні і просуванні національного туристичного продукту, в тому числі проведення маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності, участі в організації та проведенні міжнародних туристичних виставок, конференцій, семінарів, організації міжнародного співробітництва, формування базового пакету інвестиційних проектів у галузі розвитку туристичної інфраструктури та ін

Реалізація що стоять перед галуззю завдань дозволить значно збільшити потік іноземних туристів до Росії і приплив валютних надходжень в економіку країни, а також забезпечити, з одного боку, зростання податкових відрахувань до бюджетів різних рівнів, а з іншого боку, враховуючи значний мультиплікативний ефект туризму, розвиток суміжних галузей економіки та підвищення зайнятості населення.

В цілому, прийняття даної концепції за основу з метою реалізації державної політики в галузі розвитку туризму буде сприяти підвищенню рівня економічного розвитку країни, добробуту населення і зміцнення міжнародного становища Росії як невід'ємної складової світового ринку.

Всі стримуючі розвиток індустрії туризму фактори можна об'єднати в кілька основних груп.

1. Економіко-географічні. До цієї групи факторів відносяться низька щільність населення і слабка освоєність території, відносно невисока щільність дорожньої мережі.

2. Екологічні. Це відносно низька стійкість ландшафтів до рекреаційних навантажень, наявність селі-і лавинонебезпечних ділянок у гірничних районах, а також необхідність охорони унікальної екосистеми і обмеження масового доступу туристів на особливо охоронювані території.

3. Інфраструктурні. Стримуючими факторами є і низька комфортність житла, слабкий розвиток сфери (в деяких місцях повна відсутність) комунальних послуг і засобів зв'язку, відсутність очисних споруд, мала кількість готелів середнього класу. Тільки 10% готельного фонду можна віднести до класу люкс. У таких умовах туристи, особливо іноземні, позбавлені елементарних і звичних для них зручностей. Що стосується готелів високого класу, то в Росіїї до цих пір невелика кількість готелів найвищої категорії (п'ятизіркових). Поки що невисоко якість дорожньої мережі і низька комфортність транспортних послуг. Незадовільний стан інфраструктури не дозволяє повною мірою використовувати рекреаційний потенціал території. У першу чергу це відноситься до зимових видів туризму.

4. Інституційні. Стримує розвиток туризму наявність адміністративно-чиновницьких бар'єрів (тривале оформлення документів, відсутність необхідної для туристів інформації, незручний графік роботи інфраструктурних і візових організацій і т.д.), а також невирішеність організаційно-правових питань, в тому числі питань відведення земель, низька зацікавленість влади у розвитку туристського бізнесу, застаріла нормативно-правова база, слабке забезпечення безпеки туристів.

Сюди ж можна віднести слабку готовність місцевого населення до обслуговування туристів, непрозорість туристського бізнесу, недолік висококваліфікованого персоналу в сфері туризму і слабку підготовку кадрів.

5. Соціально-економічні. Попит на туристські послуги залежить не тільки від потенціалу території, але і від рівня життя населення. Низька платоспроможність обмежує можливість подорожей, змушує багатьох мешканців проводити свою відпустку вдома і на дачі.

6. Якість і культура обслуговування. В країні поки ще низька культура гостинності і висока вартість послуг, яка не відповідає їх якості (в порівнянні з міжнародними стандартами). Персонал турагентств і візових служб недостатньо уважний до запитів клієнтів, є випадки тяганини з оформленням документів, затримки в подачі транспорту, поїздки не завжди комфортні.

**3.2 Перспективи розвитку туризму**

Криза не тільки не є перешкодою, але й створює сприятливі можливості для підйому російської туристичної галузі та виведення її на якісно новий рівень.

Основними сприятливими факторами розвитку туризму в Росії в умовах кризи є:

• Підвищення уваги росіян до відпочинку усередині країни в період кризи. Для регіонів це в першу чергу можливість залучення додаткового туристичного потоку за рахунок активного маркетингу регіону та інших заходів підтримки галузі (надання пільгових умов для підприємництва, інформаційної підтримки компаній і т.п.)

• Відкладений на 2-3 роки попит, зниження цін на створення та просування туристичного продукту. Розробка концепцій і розвиток існуючих і нових курортних центрів, виведення їх на рівень, який можна порівняти зі світовими аналогами можуть бути здійснені з меншими витратами регіональних бюджетів. У інвесторів є можливість створення ліквідних і затребуваних після кризи продуктів.

• Висока вплив туристичної галузі на соціально-економічний розвиток регіонів у період і після кризи. Для регіонів це означає можливість залучення державних інвестицій у проекти, пов'язані з розвитком туризму. Для приватних інвесторів - це можливість отримання пільгових умов на ведення бізнесу.

Для розкриття потенціалу туристичної галузі регіональним адміністраціям необхідно реалізувати цілий комплекс заходів:

● Забезпечити наявність конкурентоспроможної концепції розвитку туризму в регіоні (багато російських регіони сьогодні або взагалі не мають стратегічної концепції розвитку туризму, або їх стратегії характеризуються неглибоким рівнем опрацювання).

● Виявити інші проблеми, не пов'язані з інфраструктурою, які стримують розвиток туризму в регіоні (нестача кадрів, бар'єри для розвитку малого підприємництва, інше)

● Розробити майстер-план, план маркетингу та комплекс заходів по залученню приватних і державних інвестицій, забезпечити управління реалізацією вибраної стратегії і розвитком туризму в регіоні

● Забезпечити просування регіону на ринку.

Згідно з кращою практиці (наприклад, з досвіду розвитку туризму в Хорватії, Чорногорії, Іспанії) розробка стратегічної концепції розвитку туризму повинна включати наступні дії:

● Визначення потенційного обсягу туристичного потоку і його структури, виділення цільових клієнтських групп;

● Визначення структури та змісту пропозиції туристичного продукту з урахуванням потреб цільової групи споживачів і можливостей регіону;

● Формування туристичного продукту для цільових клієнтських груп: з урахуванням планованого обсягу і структури туристичного потоку визначення потреби в створенні різних типів туристичної та базової інфраструктури, сфери послуг.

Низька інвестиційна і туристична привабливість багатьох російських регіонів пов'язана з тим, що ці регіони сьогодні або взагалі не мають стратегічної концепції розвитку туризму, або їх стратегії характеризуються неглибоким рівнем опрацьовування. Регіони стихійно освоюють території, призначені для розвитку туристичної діяльності. У керівництва регіонів немає розуміння потенціалу туристичних прибуттів та їх впливу на розвиток економіки регіону. У багатьох випадках відсутня стратегія, техніко-економічне обгрунтування, цілісний і професійно розроблений план, що дозволяє інвесторам оцінити привабливість і ризики інвестицій в територію.

Російський ринок туризму складає поки що близько 2-3% світового, але розвивається і буде розвиватися в 3-4 рази більшими темпами з приростом обігу близько 2-3 млрд. дол на рік.

Через безліч проблем з туристичною інфраструктурою Росія поки що не може вийти в безумовні лідери світового туризму в найближчі десять років. Однак, за прогнозами Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), ринок країни буде бурхливо розвиватися і в 2006-2014 роках Росія вийде на друге місце в світі з інвестицій.

За даними Всесвітньої туристської організації до 2020 року приїзд до Росії стане одним із самих популярних туристичних напрямків, а росіяни стануть найактивнішими мандрівниками. Також відзначається зміна структури в'їзду-виїзду на користь в'їзду, у співвідношенні 60,7% по в'їзду до 39,3% по виїзду. Це буде сприяти розвитку внутрішнього туризму та поліпшення балансу експортно-імпортних операцій за статтею «туризм».

Слід зазначити, що за сукупністю об'єктивних причин (наявність платоспроможного попиту, обмеження можливості виїзду за кордон значної частини, у тому числі і платоспроможного, населення) послугами виїзного туризму можуть користуватися не більше 1,5% загальної чисельності населення Росії. Тому в даний час для забезпечення конституційного права громадян на відпочинок і вирішення завдань оздоровлення нації все більшого значення набуває внутрішній туризм.

Потенціал туризму в Росії високо оцінюється західними експертами. Всесвітня Рада з подорожей і туризму склав вищу лігу туристських країн світу в 2004 році і в перспективі на 2014 рік Росія увійшла до першої десятки найбільш перспективних країн. Оцінки прибутковості від туризму також досить високі - 7-8 млрд. доларів.

Росія в 1990 році за часткою у світовому туристичному потоці займала 23-е місце, в 1999 році перемістилася на 15-е місце, до 2020 року, за прогнозом СОТ, буде займати 9-е місце у світі як по в'їзду, так і по виїзду .

Високими темпами будуть розвиватися також інфраструктура туризму.

Найбільш динамічне зростання прогнозується для індустрії транспортного обслуговування туристів, зокрема для авіаційного транспорту.

**3.3 Державна політика у сфері туризму**

Головною метою державної політики в галузі туризму є створення в Російській Федерації сучасного високоефективного і конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для задоволення потреб російських та іноземних громадян в різноманітних туристичних послугах.

Основним завданням розвитку туризму в Російській Федерації є формування сучасної маркетингової стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках відповідно до плану заходів щодо реалізації Концепції згідно з додатком. Виконання зазначеного завдання вимагає:

* розробки і реалізації рекламно-інформаційних програм з в'їзного та внутрішнього туризму, в тому числі створення циклів теле-і радіопрограм для Росії і зарубіжних країн, а також проведення регулярних рекламно-інформаційних кампаній в засобах масової інформації;
* видання каталогів, буклетів, плакатів, карт та іншої рекламно-інформаційної друкованої продукції;
* організації та проведення міжнародних туристичних виставок, у тому числі створення єдиного російського національного стенду із залученням органів виконавчої влади суб'єктів Російської Федерації в сфері туризму;
* забезпечення діяльності загранпредставітельств з туризму, що виконують функції рекламно-інформаційних офісів, в рамках діяльності торгових представництв Російської Федерації;
* підтримки та оновлення офіційного Інтернет-порталу федерального органу виконавчої влади у сфері туризму;
* організації мережі інформаційних центрів для іноземних та російських туристів в місцях проходження найбільших туристичних потоків при інформаційній підтримці федерального органу виконавчої влади у сфері туризму;
* організації презентацій туристичних можливостей Росії в основних країнах, що направляють туристів до Росії;
* формування сучасної статистики туризму, що відповідає міжнародним вимогам в рамках рішень Статистичної комісії ООН, що враховує показники суміжних галузей і визначає сукупний внесок туризму в економіку країни.

Створення організаційно-правових та економічних умов для стимулювання розвитку в'їзного та внутрішнього туризму вимагає:

* певного коригування чинного законодавства в частині, що стосується розвитку туризму, в тому числі внесення змін і доповнень до існуючих нормативно-правові акти у суміжних областях;
* запровадження фінансової відповідальності при здійсненні туроператорської діяльності;
* ефективного управління державною власністю в туристичної індустрії;
* Створення необхідних умов для успішного розвитку готельних засобів розміщення та іншої туристичної інфраструктури;
* створення сприятливого інвестиційного клімату для російських та іноземних компаній, що вкладають кошти в розвиток туристичної інфраструктури в Росії;
* розробки і прийняття нових нормативних актів щодо стандартизації та сертифікації послуг засобів розміщення, у тому числі що регулюють питання класифікації готельних засобів розміщення; наділення відповідними повноваженнями у цій галузі федеральною органу виконавчої влади у сфері туризму;
* вдосконалення візової політики по відношенню до туристів з країн, що не представляють міграційної небезпеки, і разом з тим посилення контролю за видачею віз туристам, які прямують з небезпечних в міграційному для держав;
* розробки механізму посилення відповідальності туристичних організацій за порушення правил в'їзду, виїзду та перебування знаходяться в Росії іноземцями при візової підтримки цих організацій.
* Зміцнення і подальший розвиток міжгалузевої і міжрегіональної координації в цілях підвищення ефективності вітчизняної туристичної індустрії має здійснюватися шляхом:
* створення міжвідомчої комісії при федеральному органі виконавчої влади в сфері туризму з метою вдосконалення міжгалузевої і міжрегіональної координації в цій галузі;
* створення міжвідомчої комісії з впорядкування використання державної власності в туристичної індустрії;
* формування регіональних концепцій розвитку туризму з розробкою економічно обгрунтованих планів їх реалізації, в тому числі в рамках регіональних цільових програм соціально-економічного розвитку.
* Підвищення якості обслуговування в сфері туризму вимагає:
* розробки нових правил стандартизації та сертифікації послуг засобів розміщення;
* розробки і впровадження сучасної класифікації готельних засобів розміщення з урахуванням передового закордонного досвіду;
* створення сучасної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, включаючи розробку і впровадження сучасних галузевих освітніх стандартів, що базуються на діючих кваліфікаційних вимогах до працівників індустрії туризму;
* створення та реалізації навчальних програм, що відповідають галузевим потребам та передбачають практичне навчання персоналу, у тому числі внутрігостінічний і внутрішньофірмовий тренінг (практику), в межах коштів, передбачених у відповідних бюджетах на освіту;
* реалізації спеціалізованих програм підвищення кваліфікації менеджерів вищої управлінської ланки туристично-готельного бізнесу, у тому числі організації стажувань за кордоном за рахунок позабюджетних джерел;

Для реалізації перелічених у Концепції завдань потрібно передбачити бюджетні видатки на державну підтримку розвитку туризму.

Завдання з розвитку державної політики в галузі туризму, передбачені в Концепції, повинні здійснювався в межах граничної чисельності працівників центрального апарату та представництв федерального органу виконавчої влади у сфері туризму за межами Російської Федерації, а видатки повинні здійснюватися у межах коштів федерального бюджету і бюджетів суб'єктів Російської Федерації , передбачених на відповідний рік.

Необхідність виділення щорічних асигнувань, з федерального бюджету та бюджетів суб'єктів Російської Федерації продиктована перш за все потребою в забезпеченні участі держави у формуванні і просуванні національного туристичного продукту, в тому числі у проведенні маркетингових досліджень, рекламно-інформаційної діяльності, організації та проведення міжнародних туристичних виставок, конференцій , семінарів, організації міжнародного співробітництва, формування базового пакету інвестиційних проектів у галузі розвитку туристичної інфраструктури та ін.

В умовах пріоритетної підтримки розвитку туристичної індустрії з боку держави буде забезпечено більш ефективне використання людських, інформаційних, матеріальних та інших ресурсів з урахуванням ринку праці і завдань соціально-економічного розвитку країни.

**Висновок**

Туризм відноситься до того виду діяльності людства, чия історія починається задовго до виникнення цивілізованого суспільства. У кожної історичної епохи є такі елементи діяльності людей, які, так чи інакше, потрапляють під категорію туризму.

Індустрія туризму займає важливе місце в економіці більшості країн. Туризм має великий вплив на такі ключові галузі економіки, як транспорт та зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання і інші, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку. У свою чергу, на розвиток туризму впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні і політико-правові. Значення туризму як джерела валютних надходжень, розширення міжнародних контактів, забезпечення зайнятості населення постійно зростає.

1. В ході написання роботи мною було визначено поняття «туристична послуга», основні його характеристики та особливості, перераховані основні види туристичних послуг та їх роль в економіці країни.

2. В даний час Росія як країни, що розвиває туризм, займає дуже незначне місце на світовому туристському ринку. На частка в'їжджають до Росії туристів припадає приблизно 1% світового туристського потоку. Це низький показник, враховуючи, що культурно-історичний та природний потенціал Росії набагато вище, ніж у багатьох країнах, з традиційно високою туристської відвідуваністю.

3. На даний момент туристський галузь Росії має необхідні ресурси для розвитку всіх видів туризму. У 2010 році зростання в'їзного туризму в Росію складе 2% у вартісному вираженні по відношенню до цього року, виїзний туризм зросте на 4%, внутрішній - на 4-5%.

4. Попит на туризм, як і на інші продукти, обумовлений купівельною спроможністю споживачів - наявністю в населення грошових коштів і бажанням їх витратити на подорожі. Основними факторами виступають зміни в купівельному поводженні, рівень доходів населення, приналежність до певної раси, стать, освіта, рід занять, думки, мода, час, звичаї, звички і традиції, спосіб життя. Цей список не покриває всього безлічі різноманітних чинників, що впливають на туризм, але перераховані є основними, на які менеджери туризму повинні звертати увагу при складанні маркетингових планів.

5. У російському турізмі присутности значна невідповідність рівня обслуговування та пакету послуг, пропонованіх спожівачеві, Міжнародним вимогам і стандартам, нечісленність готельний підприємств та спеціалізованіх засобів Розміщення, кількість якіх Постійно зменшується, Слабкий професійна підготовка працівників індустрії туризму. ЦІ та інші проблеми, в кінцевому підсумку, призводять до виток капіталів з Росії.

6. У Росії туристська діяльність перебуває в стадії реформування і розвитку. Наявні туристичні ресурси використовуються не повністю, однак динаміка туристичного ринку Росії свідчить про тенденції до зростання кількості туристів взагалі, а іноземних - зокрема.

Аналіз принципів організації туристичної галузі країн, які мають розвинену індустрію туризму, доводить необхідність надання державної підтримки розвитку туризму в Росії, зокрема, у сфері інформаційно-рекламної діяльності. Одним з перспективних напрямків стимулювання розвитку туризму в Росії, збільшення валютних надходжень від туристської діяльності, удосконалення ринкової інфраструктури є, створення спеціальних економічних зон туристсько-рекреаційного типу.

Туристський бізнес в Росії знаходиться в стадії глибокої структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних та зовнішньоекономічних зв'язків. Повною мірою це відноситься до процесу формування туристської інфраструктури, відповідного сегмента ринку праці, системи державного регулювання туристської діяльності. Пріоритетним напрямком державної підтримки є розвиток внутрішнього та в'їзного, соціального і самостійного туризму, які націлені на на збільшення економічних показників РФ.

**Список використаних джерел**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М-СПб «Невский фонд», 2002
3. Бурдейный М.А. Отдых в России и за рубежом. - М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2005
4. Бухтоярова И.В., Голик Л.В., Марчук В.И. Методология статистической оценки рынка туристских услуг // Рыночная трансформация экономики предпринимательства: состояние и перспективы. Сборник научных трудов. Выпуск 2001 г. / Под ред. к.т.н. проф. Романова В.А. – Шахты, ЮРГУЭС. – 2001
5. Введение в специальность (Туризм): Учебное пособие/ Н. А. Гулиев, Е. В. Кулагина. – Омск: Омский государственный институт сервиса, 2007
6. Волошин Н.И. Правовые основы туристской деятельности. – М.: Советский спорт, 2004
7. Жолдак И.И., Квартальнов В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме. Т.1. – М.: Советский спорт, 2003
8. Зорина Г.И., Ильина Е.И., Мошняга Е.В. и др. Основы туристской деятельности. - М.: Советский спорт, 2006
9. Ильина Е.И. Основы туристской деятельности. - М.: Проспект, 2004
10. Индустрия туризма: Правовые акты: Туристская деятельность / Сост. Дехтярь Г.М. - М.: Финансы и статистика, 2005
11. Итоги выборочных обследований иностранных туристов. М.: Госкомстат РФ. 2003
12. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития: Учебное пособие. - М.: Советский спорт, 2006
13. Концепция развития спортивно-оздоровительного туризма в Российской Федерации на период до 2005 года//Русский турист. – 2007
14. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2002
15. Международный туризм: Правовые акты / Сост. Н.И. Волошин. - М.: Финансы и статистика, 2007
16. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2002
17. Перспективы России в ХХI веке. Мировые и внутрироссийские процессы. - М.: Фонд поддержки ученых, 2006
18. Постановление Правительства РФ за N 177 от 11. 03.2006 г. Федеральная целевая программа "Развитие туризма в Российской Федерации"
19. Распоряжение Правительства РФ от 11.07.02 г. N 954-р "О концепции развития туризма в Российской Федерации на период до 2005 года
20. Туризм в цифрах. 2007. Госкомстат РФ. Российский союз туриндустрии. М., 2008
21. Энциклопедия туризма: Справочник /Авт.-сост. И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2001
22. <http://russiatourism.ru/section_23/section_479/> «Федеральное агентство по туризму»
23. <http://profi.travel.ru/stats/stat_2007_inout.html> «Все о туризме и путешествиях»
24. http://tourlib.net/ «Все о туризме. Туристическая библиотека»
25. <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-9665.html> «Обзор российского рынка туруслуг»
26. http://minstm.gov.ru/ «Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ»