ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Чувашский государственный университет имени И.И. Ульянова»

Канашский филиал

Кафедра: экономики и управления

Контрольная работа

Тема:

**Туризм и сервис**

Выполнила: студентка

Васильева И. П.

Преподаватель:

Карпова О.В.

Канаш 2008

Содержание

Введение

1. Место и роль туризма в экономике

2.Особенности рынка услуг туризма

3. Функции и виды туристического рынка, и их анализ

Заключение

Список использованной литературы

Введение

К сфере туризма относятся все виды деятельности, которые непосредственно связаны с обслуживанием туристов, а турист рассматривается как лицо, путешествующее между двумя странами или между или более местностями в пределах своего обычного места жительства. Туристы идентифицируются, согласно международным стандартам по туризму, «ночующие посетители». Платные услуги населению в сфере туризма (в достаточно широком смысле слова) охватывают как потребляемые туристами на платной основе услуги, так и покупаемые ими товары. Применительно к региональному уровню это означает, что речь идет как о туристическом обслуживании «ночующих посетителей», путешествующих по все территории или выезжающих за её страны (в другие регионы России или за границу), так и о туристическом обслуживании «ночующих посетителей», прибывающих в других регионов России или из – за границы.

Туризм не рассматривается как производственная деятельность (ни один из современных классификаторов не рассматривает туризм как определённый вид деятельности, хотя с другой стороны, ряд видов деятельности – пассажирский транспорт, гостиничные услуги, туристические агентства, общественное питание и в определённой мере здравоохранения и культура – ассоциируется с туризмом). Туризм является специфичной категорией конечного потребления.

С экономической точки зрения, сфера туризма представляет собой феномен появления потребительского спроса по месту временного пребывания человека. Объём и структура этого спроса, естественно, отличается от этих параметров спроса в месте постоянного жительства: кроме продуктов питания, туристу, как правило, нужно то, к чему постоянные жители того или иного региона спроса либо вообще не представляют его в малых объёмах. Это услуги гостиниц и аналогичные средства размещения, сувениры, специальные помещения и оборудование для проведения мероприятий делового и инсентив – туризма, предметы, необходимые для отдыха, и т.п.

Республиканская целевая программа "Развитие туризма в Чувашской Республике на 2005 - 2010 годы" (далее - Программа) разработана в целях реализации государственной политики в области развития туризма в Чувашской Республике и в соответствии с федеральным и республиканским законодательством в области туризма.

Для реализации единого комплекса мероприятий по развитию въездного и внутреннего туризма в Чувашской Республике проведены изначальные маркетинговые исследования состояния спроса мирового и российского туризма с непосредственным участием научно-исследовательского центра Филиала Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета в г. Чебоксары, экспертов Европейской комиссии, проводивших анализ инвестиционной привлекательности туристического сектора Чувашской Республики. Приведенные обоснования ориентированы на потенциальных потребителей туруслуг Чувашской Республики. Исходя из состояния мирового и российского спроса по направлениям туризма (экологическому, молодежному, деловому, культурно-познавательному и др.) и выбора структуры развития того или иного вида туризма, основываясь на туристско-рекреационных возможностях республики, можно рассчитывать на эффективную реализацию мероприятий Программы и достижение ее основной цели.

На территории Чувашской Республики официально зарегистрировано 65 туристических агентств, имеющих лицензии на право ведения турагентской деятельности и 6 туроператорских фирм: в г. Чебоксары - 60 турагентств; в Ядринском районе - 2 турагентства, из них 1 туроператор; в Мариинско-Посадском районе - 2 турагентства; в г. Канаш - 1 турагентство.

1. Место и роль туризма в экономике

Сегодня контакты между людьми из разных стран повседневная реальность благодаря туризму, который трансформирует прежде закрытые общества в открытые универсальные общества. Туризм один из влиятельнейших феноменов экономического и социального развития нашего общества.

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, составляя десятую часть мирового Валового национального продукта(ВНП); он является сильно развивающейся отраслью экономики и в ближайшие годы станет еще более важным ее сектором. Прогнозируется, что инвестиции в туристический сектор будут увеличиваться на 30% в год.

В последние годы туризм как вид бизнеса стал одним из самых прибыльных в мире. Он использует примерно 7% мирового капитала. Уже в начале 90-х гг. доля туризма составляла более 10% от мировой торговли товарами и услугами, что позволило туризму занять третье место по экспорту после экспорта нефти и автомобилей.

Туризм оказывает мощное воздействие на занятость и по оценкам специалистов, около 100млн. чел. в мире работают в отрасли.

Туристический сектор, который также называет индустрией туризма, объединяет вместе все виды экономической деятельности, которые обеспечивают необходимыми услугами путешественников во время их путешествия, а именно: гостиничную индустрию, транспорт, питание, торговлю, развлечения и другие.

С другой стороны, сам процесс обслуживания туристов достаточно трудоемкий, и поэтому туристический сектор источник рабочих мест, в основном, для неквалифицированного труда. Однако это не означает, что в отрасли не используется высококвалифицированный труд. В туризме новые рабочие места в географическом плане распространяются более широко, чем в других претерпевающих рост секторах экономики.

Обмен услугами туризма между странами, как и обмен, товарами, является частью международной торговли и оказывает значительное влияние на экспорт и импорт страны, воздействуя на ее платежный баланс. Проживание туриста в отеле страны пребывания является экспортом для принимающей страны, а питание, которое получают туристы за рубежом, является импортом для страны отправления туристов. Так что туризм для принимающей страны – «невидимый» экспортом, а для отправляющей страны «невидимый» импорт.

Помимо влияния на экономику многих стран, международный туризм воздействует на их экологию, социальную и культурную среду, а они в свою очередь, влияют на туристов.

Таким образом, туризм – это набор отношений, возникающих при взаимодействии туристов с местными жителями или властями, а также с поставщиками услуг. А туристом сегодня считается человек, путешествующий с одного места на другое по причине, не связанной с работой. Организация Объединенных Наций дает более точное определение категории «турист»: туристом считается тот, кто гостит на месте своего пребывания более одной ночи, но менее одного года. Например, дипломаты, иностранные студенты или иммигранты не могут считаться туристами, а люди, посещающие своих друзей и родственников, или восстанавливающие свое здоровье в лечебницах, могут.

Разные туристические центры привлекают туристов, как по разнообразию услуг, так и по интересам.

По оценкам экспертов Европейской комиссии, главное достоинство Чувашской Республики - удачное расположение на р. Волге, которая протекает по живописным местам.

Огромный интерес и большую ценность для туристов на чувашской земле представляет сам народ "края ста тысяч слов, ста тысяч песен и ста тысяч вышивок". Он сумел сохранить свою самобытную культуру, традиции, ремесла и промыслы - уникальные вышивки, необычные костюмы, обрядовые праздники, связанные с древними верованиями языческих чувашей, приготовлением национального чувашского напитка - пива. Чуваши пытаются сохранить свое историко-культурное наследие. Города Чебоксары, Алатырь, Мариинский Посад, Цивильск и Ядрин включены в Список исторических населенных мест Российской Федерации. Здесь сохранились ценные здания-памятники, культурный слой, элементы старинной планировки. Эти старинные города российской глубинки представляют большой интерес с точки зрения развития туристско-экскурсионных маршрутов по Поволжью. Но, как отметили эксперты Европейской комиссии, архитектурные достопримечательности Чувашской Республики не представляют особого интереса для европейских туристов, за исключением архитектурных особенностей строительства чувашских бревенчатых изб, особенно для туристов из Франции, Германии, Англии, которых на сегодняшний день больше привлекает экологический туризм. Данный факт свидетельствует о необходимости возрождения и сохранения экологических поселений, строительства новых и реконструкции имеющихся ветхих бревенчатых изб.

Народные художественные промыслы и ремесла в Чувашской Республике представлены такими традиционными видами, как:

- чувашская национальная вышивка;

- узорное ткачество и кружевные изделия;

- резьба по дереву;

- лозоплетение;

- изделия из керамики;

- художественная роспись;

- вязание;

- резьба по кости;

- художественная обработка металла;

- игрушки;

- национальные украшения из бисера и монет;

- музыкальные инструменты;

- изделия из бересты.

По сведениям администраций районов и городов Чувашской Республики о состоянии народных художественных промыслов на 1 октября 2004 г., в республике насчитывается 9 предприятий и более 500 мастеров, занимающихся народными художественными промыслами. Но перечень современной сувенирной продукции крайне скудный, пунктов по распространению сувенирной продукции недостаточно. Имеющиеся в продаже сувениры хоть и представляют интерес для туристов, но отличаются дороговизной. В недостаточном количестве предприятиями Чувашской Республики производятся недорогие сувениры, такие как памятные значки, кружки, тарелки с чувашской национальной символикой и т.д.

Имеющиеся культурно-досуговые центры не представляют особенного интереса для туристов вследствие физического и морального износа основных средств и скудного перечня и низкого качества услуг

Туристы тратят деньги в отелях, ресторанах, транспорте и т.д., и, таким образом, в экономике станы пребывания. Это участие можно исследовать с помощью оценки прямого и косвенного воздействия. Прямое воздействие – это объем расходов туристов за вычетом объема импорта, необходимо для полного обеспечения и услугами туристов. Предприятия, к которым непосредственно поступают расходы туристов, также нуждаются в покупке товаров и услугах из других секторов местной экономики. Например, гостиницы пользуются услугами строителей, коммунальных организаций, банков, страховых компаний, производителей пищевых продуктов и др. Таким образом, генерированная экономическая активность, полученная из этих последовательных этапов расходования, и является косвенным воздействием. Косвенное воздействие, однако, не охватывает все расходы туристов во время прямого воздействия, так как часть денег выходит из оборота через импорт и налогообложение.

Во время процесса прямого и косвенного воздействия у местного населения накапливается доход в форме заработной платы, арендой платы и др. Такое увеличение местных доходов побуждает к дальнейшим расходам на приобретение товаров и услуги местной экономики с образованием нового витка экономической активности. Туризм может оказать и негативное воздействие на экономику. Производство туристкой продукции и услуг требует переброски ресурсовиз других сфер экономики, где необходимость на них также высока. Например, при перемещении трудовых ресурсов из сельских местностей в туристическую сферу происходит сокращение работников в производстве сельхозпродукции и создается сверх напряжение в городской местности, требующее дополнительных мест в больницах, школах и т.д. По этому для составления полной картины надо учитывать и измерять цену использования редких ресурсов для туризма взамен использования их в других сферах.

Инфляция может привести к сокращению количества употребляемых местным населением продуктов. Инфляцию можно приостановить уменьшением спроса со стороны иностранных и местных потребителей или с помощью увеличения импорта за счет финансовых средств, получаемых от тех же иностранных гостей.

Оценка экономического воздействия туризма основана на расходах туристов. А расчет экономического воздействия расходов туристов производится с помощью мультипликатора. Туризм – это много продуктивная индустрия, непосредственно связанная с большим количеством секторов экономики, поэтому для расчета мультипликатора требуется большая база данных.

Так как местные предприятия зависят от других предприятий-снабженцев, то любые изменения расходов туристов становятся причиной изменений в туристической местности на производственном уровне экономики, дохода, занятости, обменного курса. Значения мультипликатора различны в зависимости от характера местной экономики и от меры взаимосвязанности разных секторов экономики. Для разработки политики и планирования из всех существующих видов мультипликаторов мультипликатор дохода наиболее ценный так, как он обеспечивает информацией о национальном доходе раньше, чем объем произведенной продукции или оборот.

Подробный анализ мультипликаторов производится для оценки эффективности инвестиций государственных или частных секторов в туристические проекты на национальном и региональном уровнях, проверки относительных величин воздействия различных видов туризма и воздействия туризма по сравнению с другими секторами экономики.

Расходы в туристической инфраструктуре отражают огромное бремя, которое имеет государственный бюджет. По этой причине государство обычно пытается генерировать дополнительный доход от туристов через фискальную систему, не разрушая свою индустрию туризма. Это достигается прямым и косвенным налогообложением доходов от туристов. В этих условиях воздействие международного туризма на государственный бюджет зависит от экономической и финансовой ситуации в стане. Главная сложность состоит в точном прогнозировании необходимых расходов для развития инфраструктуры и возможностей страны собирать налоги.

Начавшийся переход к новому постиндустриальному обществу может иметь негативные последствия, например, в сфере занятости из-за перехода большого количества трудовых ресурсов из производственного сектора в сферу услуг. И здесь надо проводить оптимальную политику перераспределения трудовых ресурсов, чтобы не создавался излишек трудовых ресурсов в секторах услуг в ущерб производственному сектору. В этой связи многие страны иногда проводят политику, сокращающую обмен туристическими услугами или товарами, предназначенными для туризма.

Воздействие международного туризма на платежный баланс страны зависит от остальных составляющих платежного баланса, т.е. от текущего платежного баланса движения капиталов. Разные комбинации этих составляющих могут сделать суммарный баланс как положительным, так и отрицательным. В свою очередь, туризм может оказать влияние и на движение капиталов, поэтому это должно тщательно анализироваться для точного определения воздействия туризма на платежный баланс, да и на всю экономику.

2. Особенности рынка услуг туризма

В условиях быстроразвивающегося рынка туризма России важную роль играют маркетинговые мероприятия: исследования, стратегия и планирование. В туризме (как в России, так и на европейских рынках) маркетингу уделяется недостаточно внимания, так как предприниматели в основном сориентированы на практику и действуют в соответствии с имеющимся у них опытом. Важнейшей причиной такого положения вещей является и тот факт, что большинство туристических предприятий до недавних пор могли без особых усилий и маркетинговых исследований постоянно увеличивать и расширять клиентуру и объемы производства туристических услуг. Экстенсивный рост спроса на туруслуги в России, обусловленный огромным количественным потенциалом, высоким уровнем образования населения, готовностью расходовать деньги на отдых и традиционной щедростью русских туристов во время отдыха в недалеком прошлом не являлись стимулами в активации маркетинговой деятельности предприятий туризма.

Маркетинг в туризме – это деятельность по планированию и разработке туристических товаров и услуг, стимулированию на них спроса и ценообразованию.

Эта деятельность помогает продвигать товары или услуги от производителя к потребителю с целью получения максимальной прибыли при наиболее эффективном удовлетворении потребностей целевой группы туристов.

Специфический характер маркетинга в туризме определяется особенностями и отличительными характеристиками туристского продукта, а также особенностью потребителей и производителей туристических товаров и услуг.

Туристический продукт – это совокупность вещественных (физических товаров) и невещественных (в форме услуг) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия. Турпродукт состоит из трех частей: тура (туристская поездка по определенному маршруту); туристско-экскурсионных услуг (размещение, питание, транспортировка, экскурсионные программы и другие услуги на маршруте, относящиеся к цели путешествия) и товаров – предметов потребления.

Туристские услуги имеют 7 отличительных характеристик:

1. Неспособность к хранению. Места в отеле или на самолете в случае отсутствия на них спроса в данный момент не могут быть складированы с целью их продажи в будущем. Следовательно, менеджерам необходимо приложить усилия к стимулированию спроса на эти услуги в данном краткосрочном периоде.
2. Неосязаемых услуг. Для оценки турпродукта нет мерных величин: невозможно иметь представление о качестве продукта до его покупки и потребления. В связи с этим особую значимость для потребителей при покупке имеет имидж фирмы на рынке, престижность его товаров (услуг).
3. Подверженность сезонным колебаниям. Маркетинговые мероприятия турфирмы будут отличаться в пик сезона и в межсезонье. В межсезонье необходимы дополнительные меры стимулирования спроса: низкие цены, различные дополнительные услуги, варьирование различными видами туризма (диверсификация предложения).
4. Значительная статичность, привязанность к определенному месту (турбазе, аэропорту, так как их невозможно перенести в другое место).
5. Несовпадение во времени факта продажи туруслуги и ее потребления. Покупка товаров (услуг) туризма производится за недели или за месяцы до начало их потребления. В этом случае большую роль играет рекламная печатная продукция, предоставляющая наглядную информацию о покупаемом турпродукте и позволяющая создать ощущение выгод, которые могут быть извлечены из его потребления в будущем. Большое значение на стадии продажи турподукта придается степени достоверности информации, а также надежности продукта (соответствию качества продукта его цене).
6. Территория разобщенность потребителя и производителя на туристском рынке. Важны мероприятия по информированию и рекламе на более широком (международном) уровне.
7. Покупатель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта и места потребления, а не наоборот.

Свои специфические особенности имеют также производители и потребители туристических услуг. Спрос на туруслуги отличается значительной эластичностью в зависимости от конъюнктуры, дохода, уровня образования, рекламы и цены. Оценка качества туруслуг достаточно субъективна: большое влияние на оценку потребителя оказывают внешние факторы и ли лица, не имеющие прямого отношения к пакету приобретенных услуг (местные жители, другие отдыхающие, участники тургруппы, члены семьи).

Туристский маркетинг адресован не только «конечным потребителям» - туристам, но и промежуточным инстанциям – турагенствам,

партнерам, общественным туристским объединениям, государственным органам по регулированию туризма.

К особенностям производителей туруслуг можно отнести такие отличительные свойства, как взаимодополняемость, взаимодействие друг с другом. Эта связь особенно видима в долгосрочной перспективе, отражающей композитный характер турпродукта: рентабельность транспортных компаний зависит от загрузки и качества средств размещения, а их выживаемость на рынке определяется качеством достопримечательностей и степенью посещаемости данного направления.

В коротком периоде в разработке своих маркетинговых программ различные поставщики туруслуг не учитывают интересы друг друга. Практика показывает преобладание в разработке маркетинговых стратегий именно такой краткосрочной ориентации.

Производители в туризме – это значительное количество независимых и различных по профилю и специализации турпредприятий (туроператор, турагенство, гостиница, ресторан, турбюро) с различными целями.

Здесь различают несколько уровней маркетинга: предприятий, общественных организаций и государственных органов. Туризм – сложная система, симбиоз экономики, политики, социологии, экологии и культуры, поэтому для достижения положительного маркетингового эффекта необходима тесная координация маркетинга различных организаций сферы туризма.

Составными элементами общей системы маркетинга в туристской области выступают: государство, местные органы власти, национальные и местные (региональные) туристские организации и предприятия.

Региональные представительства Минспорт России и местные комитеты по туризму призваны представлять интересы и развивать туризм в своих регионах. Не только традиционные маршруты – Москва и Санк-Петербург, но и многочисленные регионы имеют, что предложить российским и иностранным туристам. Однако, обладая большим туристским потенциалом, большинство регионов имеет слабо развитую инфраструктуру туризма, так как отсутствует правовая и финансовая поддержка. Туризм – прибыльная отрасль, поэтому необходимы создание в регионах представительств и комитетов по туризму, привлечение финансовых средств для инвестирования развития инфраструктуры, представление региона на национальном и мировом рынке.

Чувашская Республика обладает огромным потенциалом для развития экологического и сельского туризма - лесами, богатым разнообразием животного и растительного мира. Акцентирование внимания на развитие экологического и сельского туризма при наличии мирового спроса на данные виды туризма очень актуально. Волжские и сурские пляжи, привлекательный природный ландшафт являются притягательными моментами для развития экологического туризма. Но в настоящее время остро стоит вопрос о насыщении объектов экологического туризма. В частности, отмечается недостаточное содержание и развитие дорог, необустроенность экологических зон прогулочными тротуарами или их плохое состояние, отсутствие и беспорядочная разбросанность торговых рядов, низкое инвестирование сектора экологического туризма.

Развитие сельского туризма неотъемлемо связано с развитием экологического туризма. Привлечение туристов из городов-мегаполисов, обеспечение их экологически чистыми сельскохозяйственными продуктами из приусадебных хозяйств и предоставление туристам комплекса мероприятий по активному отдыху и знакомству с местными культурными традициями призваны привести к подъему уровня жизни в сельской местности, воспитанию культуры у сельских жителей, интегрирование их быта в современную инфраструктуру. Особый интерес для европейских туристов представляют архитектурные особенности строительства изб чувашей. Но для развития этого вида туризма необходимо обеспечить туристам комфортабельные условия проживания с соблюдением всех гигиенических норм содержания гостевых хозяйств. Необходимо проведение обучающих семинаров для владельцев гостевых домов с выездом специалистов и обеспечением информационной пропаганды рентабельности сельского туризма.

Молодежный туризм требует к себе особого внимания. На территории Чувашской Республики имеется достаточное количество туристских баз, построенных по принципу коллективного размещения в номерах, с удобствами на территории, которые на сегодняшний день испытывают затруднения по заполняемости вследствие морального и физического износа основных средств и низкого качества предлагаемых услуг. Требуются инвестирование строительства новых и реконструкция имеющихся молодежных гостиниц-хостелов. Финансовое положение студенческой и учащейся молодежи, их нетребовательность к условиям проживания дают возможность переориентации туристских баз под молодежные лагеря с предоставлением комплекса анимационных, туристских, спортивных и развлекательных мероприятий.

В Чувашской Республике регулярно проводятся соревнования по туристским спортивным многоборьям, а именно: пешеходному, водному, горному туристскому многоборью. Также проводятся соревнования по спортивному ориентированию, 4 раза в год собираются туристские слеты. Имеются все необходимые природные ресурсы для проведения вышеназванных мероприятий, кроме условий для проведения экстремальных туристско-спортивных соревнований. Прослеживается положительная динамика вовлечения населения всех возрастных групп в сферу спортивного туризма. Спортивно-оздоровительный туризм - это самостоятельная и социально ориентированная сфера; эффективное средство духовного и физического развития личности, позволяющее гармонично решать задачи оздоровления личности и сохранения природы средствами спортивного туризма. В течение последних трех лет в Чувашской Республике наблюдается устойчивый рост увлекающихся спортивно-оздоровительным туризмом. По данным Федерации спортивного туризма Чувашской Республики, в 2004 году по сравнению с 2001 годом число занимающихся спортивным туризмом выросло в 2,25 раза, число участников соревнований по туристскому многоборью - в 1,5 раза. Растет количество туристских клубов и секций. Направление спортивного туризма наиболее притягательно для социально незащищенных слоев населения: людей с ограниченными физическими возможностями, сирот, семей с низкими денежными доходами, детей, молодежи и семьи в целом. К сожалению, уровень развития спортивно-оздоровительного туризма в республике не соответствует требованиям времени. Мало внимания уделяется спортивному туризму во многих районах республики. В виду отсутствия пропаганды туристско-спортивных мероприятий в районах Чувашской Республики на соревнования по спортивным туристским многоборьям привлекается недостаточное количество молодежи.

Недостаток квалифицированных организаторов в сфере туризма является одним из основных факторов, негативно влияющих на развитие туризма в Чувашской Республике. В связи с этим одной из основных задач реализации Программы является совершенствование подготовки администраторов, организаторов туризма и анимационных мероприятий по всем приоритетным направлениям развития туризма в Чувашской Республике.

Основной целью Программы является формирование на территории Чувашской Республики конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего, с одной стороны, возможности для удовлетворения потребностей населения Чувашской Республики, российских и зарубежных граждан в туристско-рекреационных услугах, с другой стороны, значительный вклад в социально-экономическое развитие республики за счет увеличения доходной части республиканского и местных бюджетов, притока инвестиций, создания новых рабочих мест, оздоровления населения, сохранения и рационального использования культурно-исторического и природного наследия.

Для достижения основной цели Программы в период до 2010 года необходимо обеспечить решение следующих приоритетных задач:

1. Создание системы управления туристской отраслью:

- координация деятельности структур, регулирующих развитие отрасли;

- придание процессу развития туризма в республике целенаправленного планового характера.

2. Развитие нормативно-правовой базы в сфере туризма:

- нормативно-правовое регулирование развития туристских ресурсов;

- принятие муниципальных нормативных правовых актов в развитие и во исполнение Программы.

3. Информационно-рекламное обеспечение туристской отрасли:

- создание центра маркетинга, рекламы и координации работы туристской отрасли в Чувашской Республике;

- формирование имиджа Чувашской Республики как туристско-привлекательного центра;

- активное продвижение республиканского турпродукта на российском и мировом туристских рынках;

- создание системы информационного обеспечения пребывания туристов на территории республики.

4. Инвестирование туристской отрасли:

- повышение инвестиционной привлекательности туристской отрасли республики;

- повышение инвестиционной активности предприятий сферы туризма;

- развитие материальной базы туристских объектов и сопутствующего сервиса путем привлечения российских и иностранных инвестиций.

5. Развитие туристской инфраструктуры:

- создание благоустроенных туристско-рекреационных зон в местах традиционного отдыха туристов;

- содействие развитию транспортной инфраструктуры региона;

- освоение новых для региона видов туризма, не наносящих урона природным ресурсам (делового, экологического, этнографического, молодежного, спортивного, санаторно-курортного, экстремального и пр.);

- создание условий для возрождения круизного туризма по р. Волга;

- содействие расширению и повышению классности сети гостиниц в республике;

- создание условий для стимулирования дополнительных денежных затрат транзитных автотуристов;

- обеспечение развития социального туризма, в том числе для среднего и старшего возрастов, молодежного, детского и самодеятельного туризма.

6. Кадровое обеспечение туристской отрасли.

3. Функции и виды туристического рынка, и их анализ

Туристический рынок – это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Другими словами, туристский рынок – это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли продажи туристского продукта.

Рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую. Но в качестве основополагающих функций туристского рынка можно выделить следующие:

1) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;

2) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);

3) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги – туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно - денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведение туристского продукта до потребителя осуществляется через создания сети турагентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги – туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Туристский рынок характеризуется наличием субъектов, т.е. юридических и физических лиц, которые являются производителями и потребителями туристского продукта. Можно выделить три субъекта туристского рынка, а именно: самих туристов, туроператоров и турагентов.

Туроператор – это туристская организация, которая занимается разработкой туристских маршрутов и комплектаций туров, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, рассчитывает в соответствии с действующими нормативами и утверждает в установленном порядке цены на туры по этим маршрутам, продает туры турагентам для выпуска и реализации путевок по своим лицензиям.

Турагент – хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который приобретает туры по туристским маршрутам, разработанным туроператором, выпускает по ним путевки и реализует эти путевки непосредственно туристам.

Турист – лицо, путешествующее любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства, при сроке пребывания вне своего постоянного места жительства не менее 24 часов.

Туристский рынок характеризуется емкостью, уровнем сбалансированности спроса и предложения, условиями реализации туристского продукта.

Емкость туристского рынка – это его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма, товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Емкость зависит объемов платежеспособного спроса населения, уровень цен и размеров туристского предложения.

На туристском рынке сталкиваются спрос на туристский продукт, который предъявляет турист, и предложение туристского продукта, которое предоставляет туристская фирма.

Механизм функционирования туристского рынка – это система действий экономических рычагов для сбалансирования спроса и предложения на туристский продукт, на обмен «деньги – туристский продукт», на денежные потоки и потоки туристского продукта.

Функционирование туристского рынка можно представить схемой, приведенный на рис.1, которая показывает, что спрос на услуги туризма обусловлен пожеланиями и вкусами туристов. На туристском рынке происходит непрерывное движение потоков денег и туристского продукта, которые движутся на встречу друг другу, создавая туристский кругооборот.

Туристский кругооборот – это система экономических и юридических отношений, возникающая между туристом и туристской фирмой и показывающая направления движения туристских потоков туристского продукта, инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет доходов туристской деятельности.

Туристский кругооборот осуществляется по следующей схеме:

1 - турист платит турфирме деньги за турпутевку;

2 - турфирма выдает туристу турпутевку;

3–турист обменивает турпутёвку на турпродукт, т. е. на конкретные услуги туризма;

4–в процессе реализации турпродукта турист получает туристические впечатления, т. е. происходит процесс косвенного возврата туристу его денег;

5 – турфирма производит инвестиции в развитие туристского рынка, туристской индустрии и на создание новых видов турпродукта;

6 – турфирмы получают новые виды турпродукта;

7 – турфирмы платят налоги и различные сборы в бюджет. Функционирование туристского рынка и связанных с ним предприятий туристской индустрии имеет явно выраженный сезонный характер. На сезонность в туризме влияют различные факты.

К первичным факторам сезонности функционирования туристского рынка относятся природно-климатические.

К вторичным факторам относятся: 1) экономические – структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения; 2) наличие свободного времени; 3) демографические – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другим признакам; 4) психологические – традиции, вкусы, мода; 5) технологические – связанные с комплексным предоставлением качественных услуг.

Предложение туристического продукта

Спрос на туристический продукт

Туристы – потребители

Туристического продукта

Турагенты

Туроператор

Культурные ресурсы

Инфраструктура

Транспортные ресурсы

Натуральные ресурсы

Рис.1. Схема функционирования туристического рынка

Для успешной реализации единого организованного комплекса мероприятий по развитию въездного и внутреннего туризма в Чувашской Республике и достижения главной цели Программы необходимо направить усилия на:

- удовлетворение потребностей выявленных реальных и потенциальных потребителей туруслуг путем качественного улучшения комплекса предлагаемых туруслуг;

- проведение мероприятий по увеличению продолжительности пребывания туристов и стимулированию дополнительных денежных затрат в туристских дестинациях республики;

- организация комплекса мероприятий по пропаганде внутренних туристических ресурсов среди выезжающих на отдых из Чувашской Республики;

- проведение комплекса мероприятий по увеличению потока туристов в Чувашскую Республику;

- развитие материальной базы санаторно-курортных учреждений, центров туризма и отдыха, молодежных хостелов и т.д.

Система программных мероприятий включает разделы, разработка которых позволит получить инструмент, позволяющий сформировать новый туристический продукт, отвечающий потребностям и возможностям республики, а также основным тенденциям развития туризма (приложение N 2). Система программных мероприятий разбита на разделы, объединяющие схожие по своей направленности мероприятия.

1. Нормативное, правовое и организационно-методическое обеспечение управления развитием туризма:

- разработка муниципальных программ и концепций развития туризма;

- создание программ профессионального обучения кадров по подготовке, переподготовке и повышению квалификации специалистов для всех видов деятельности в туристской индустрии, в том числе и руководителей органов исполнительной власти, курирующих туристскую отрасль республики и муниципалитетов;

- выработка эффективного механизма планирования и контроля за созданием новых туробъектов с учетом специфики Чувашской Республики;

- стимулирование создания инновационных туристических продуктов;

- разработка системы ведения учета количества прибывающих туристов, количества затраченных ими денег на территории республики, распределение туристов по целям визита;

- разработка кредитных программ для долгосрочного кредитования строительства и обустройства объектов туризма.

2. Развитие тура по г. Чебоксары и туристско-экскурсионных маршрутов по Чувашской Республике.

Туристическое районирование позволяет выделить наиболее приоритетные направления развития туризма и туристского сервиса, создать систему тематических маршрутов по различным интересам с возможностью включения большинства административно-территориальных единиц Чувашской Республики в процесс приема туристов. Востребованным туром по г. Чебоксары, по оценкам экспертов Европейской комиссии, будет разбивка города на подзоны и их предложение в виде единого комплексного турпакета:

- центр города - сосредоточение культурных достопримечательностей и ресторанов;

- прибрежная зона - сосредоточение монастырей как исторического наследия города - и набережная, способная принять всех туристов из круизных теплоходов по р. Волга;

- территория залива - место отдыха, включая детскую зону, водные аттракционы, лодки, развлечения и мини-рестораны;

- территория пляжа - место отдыха, водных и спортивных развлечений, прогулок по парку.

3. Развитие международного рынка. Информационно-рекламное и кадровое обеспечение туризма.

Основу блока мероприятий по информационно-рекламному продвижению туристского продукта Чувашской Республики составляет создание государственной чувашской туристской организации, которая будет выполнять следующие функции:

- создание и поддержка интерактивного двуязычного интернет-сайта "Туризм в Чувашской Республике", не только рекламирующего услуги турфирм, но и позволяющего забронировать те или иные услуги (проживание, трансфер и т.д.) из любой точки планеты;

- создание информационного банка данных об объектах туристской индустрии и туристских ресурсах республики;

- издание туристских карт и атласов;

- создание постоянно действующей экспозиции о туристско-рекреационных ресурсах республики;

- участие в основных международных и межрегиональных туристских выставках путем предоставления единого стенда Чувашской Республики;

- организация рекламной кампании в российских и зарубежных средствах массовой информации с целью формирования образа Чувашской Республики как региона, благоприятного для туризма;

- разработка и продвижение турпродукта и пакета программ местных субъектов туризма на российский и международный рынки;

- внедрение туристских дисконтных карт, дающих скидки в тех или иных туристских дестинациях, в том числе на проезд на одном из видов городского транспорта.

Для обеспечения туристской отрасли республики квалифицированными туристскими кадрами предполагается провести следующие мероприятия:

- организация маркетингового исследования по определению региональной потребности в специалистах в сфере туризма и рекреации;

- организация системы непрерывного обучения, специализации и повышения квалификации руководителей субъектов туристской деятельности, а также государственных и муниципальных служащих, курирующих вопросы развития туризма;

- содействие в формировании сети специализированных факультетов и отделений в учебных заведениях республики и подготовка высококвалифицированных преподавателей в международных и российских базовых учебных центрах подготовки туристских кадров.

4. Развитие транспортной инфраструктуры и придорожного сервиса:

- реализация стратегии развития открытого акционерного общества "Авиалинии Чувашии";

- выработка и реализация плана мероприятий по строительству и обустройству аэропорта открытого акционерного общества "Авиалинии Чувашии" в г. Чебоксары;

- проведение комплекса мероприятий по финансовому оздоровлению открытого акционерного общества "Чебоксарский речной порт";

- строительство речного порта в г. Чебоксары и обустройство прилегающей территории, насыщение торговыми рядами, в основном ориентированными на продажу сувениров с национальной символикой;

- содействие налаживанию контактов с туроператорами речного туризма России.

5. Улучшение качества гостиничного сервиса и общественного питания. Развитие санаторно-курортной отрасли:

- классификация коллективных средств размещения в соответствии с положением о государственной классификации гостиниц и других средств размещения;

- проведение реконструкции существующего гостиничного фонда г. Чебоксары и районов и городов Чувашской Республики для увеличения количества номеров класса "люкс";

- строительство в г. Чебоксары гостиниц уровня трех - четырех звезд;

- создание системы цивилизованной аренды частного жилого фонда для размещения туристов и рекреантов;

- разработка нормативных требований по внедрению комплекса дополнительных услуг при гостиницах и других средствах размещения, отвечающих требованиям государственных стандартов;

- расширение спектра услуг, предлагаемых гостиницами, санаториями, внедрение анимационных программ;

- обустройство береговой части рек при санаториях, обустройства пляжных зон республики;

- обустройство пляжных зон г. Чебоксары, строительство туалетов, душевых кабин, кафетериев, пунктов проката пляжного инвентаря;

- организация дополнительного комплекса услуг, в том числе предложение меню в ресторанах как минимум на одном иностранном языке.

6. Экологический и сельский туризм.

Экологический туризм - актуальнейшее на сегодняшний день направление туризма, пользующееся в последнее время огромным спросом среди туристов европейских стран и российских городов-мегаполисов. Развитие экологического туризма в Чувашской Республике неразрывно связано с развитием сельского туризма.

Для развития сельского туризма необходимо определение экспериментальной площадки в одном из приоритетных районов Чувашской Республики. Наиболее подходящим для развития данного вида направления туризма по экологической обстановке, разнообразию ландшафта и историко-культурным достопримечательностям является Мариинско-Посадский район, где местной администрацией уже предприняты шаги по реализации муниципальной программы развития эко- и агротуризма. Необходима реализация следующих мероприятий:

- проведение паспортизации объектов экотуризма и создание электронной базы данных;

- проведение семинаров и конференций по проблемам развития экотуризма;

- разработка экологических туров по видам экотуризма с различными формами передвижения (байдарочных, конных, лыжных, велосипедных и др.);

- организация и проведение летних эколагерей для школьников и студентов с целью очистки и благоустройства территорий;

- проведение комплекса мероприятий по совершенствованию технологии сбора и утилизации отходов, обеспечению экологической безопасности;

- содействие в привлечении инвестиций в строительство средств размещения на экомаршрутах и организацию экохозяйств;

- издание путеводителя по объектам экотуризма в Чувашии на русском, немецком, английском языках;

- обустройство смотровых вышек и площадок на территории объектов экотуризма;

- формирование информационных справочников на бумажном и электронном носителях для гидов-экскурсоводов по экотуризму.

Для успешной реализации сельского туризма необходимо проведение следующих мероприятий:

- определение гостевых хозяйств, готовых к приему туристов;

- разработка и издание методических рекомендаций по организации сельского туризма;

- содействие в регистрации хозяев гостевых домов в качестве индивидуальных предпринимателей;

- создание банка данных гостевых хозяйств;

- выработка системы классификации гостевых хозяйств;

- отбор и обучение кадров, необходимых для работы в системе сельского туризма;

- содействие в организации выездных обучающих туров для хозяев гостевых хозяйств в регионы России с развитым сельским туризмом (Калининградскую область, Алтайский край);

- содействие хозяевам домов, занятых в сельском туризме, в установлении контактов с туроператорами;

- проведение рекламно-информационных туров для журналистов и туроператоров;

- интеграция сельского туризма как сферы предпринимательской деятельности в другие районы Чувашской Республики.

7. Социальный, молодежный, спортивно-оздоровительный туризм.

Достаточно актуален сегодня вопрос социального, молодежного и спортивно-оздоровительного туризма. Для успешной реализации данного направления туризма необходимо решение следующих приоритетных на сегодняшний день задач:

- разработка, реализация модели и механизмов развития социального, молодежного туризма в Чувашской Республике;

- организация благотворительных туров для воспитанников детских домов, школ-интернатов;

- проведение конкурсов среди турфирм на разработку новых программ и маршрутов для детей;

- проведение конкурсов проектов маршрутов "активного" отдыха;

- создание республиканских молодежных туристско-оздоровительных лагерей;

- создание муниципальных туристских клубов;

- проведение региональных, республиканских соревнований по спортивному туризму;

- оборудование полигонов для проведения соревнований по спортивному туризму;

- оборудование пунктов проката туристского и спортивного снаряжения.

8. Сохранение и развитие народных художественных промыслов и производства сувенирной продукции.

Развитие данного направления туристической привлекательности Чувашской Республики невозможно без должной государственной поддержки. Для развития народных художественных промыслов и производства сувенирной продукции необходимо проведение следующих мероприятий:

- разработка туристско-экскурсионных маршрутов с посещением мест традиционного бытования народных промыслов: "Дорогой мастеров чувашских", "Чувашия - благодатный край";

- разработка карты-схемы (каталога) традиционных мест бытования народных художественных промыслов в Чувашской Республике;

- создание историко-этнографического комплекса "Город мастеров" на территории туристического причала Чебоксарского речного порта, состоящего из специализированных павильонов по продаже изделий народных художественных промыслов и ряда кафе;

- организация продажи на предприятиях розничной торговли товаров народного потребления с элементами национальной символики и сувенирной продукции;

- повышение инвестиционной привлекательности предпринимательства в сфере изготовления сувенирной продукции.

9. Культурный, событийный и бизнес-туризм.

В Чувашской Республике в последнее время много внимания уделяется культурным и событийным мероприятиям. В дни проведения культурных и событийных программ наблюдается наплыв людей в местах их проведения. Для сохранения культурных достопримечательностей и поддержки данного вида направления туризма требуется решение следующих приоритетных задач:

- создание и поддержка на конкурсной основе новых туристических музейных программ, привлекательных для иногородних туристов и местного населения;

- разработка и внедрение в районах и городах Чувашии базовых событийных программ, привлекательных для туристов;

- создание интернет-справочника "Культурный туризм";

- реконструкция и благоустройство исторических центров Чувашии, разработка программ комплексной реконструкции и благоустройства исторических центров туристических городов;

- создание условий для увеличения времени пребывания бизнес-туристов.

Заключение

Выполнение Программы позволит создать правовые, экономические и организационные условия для развития туризма в Чувашской Республике и на этой основе укрепить доходные базы республиканского бюджета Чувашской Республики, бюджетов районов и городов, удовлетворить потребности населения Чувашской Республики, российских и зарубежных граждан в туристско-рекреационных услугах, активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям, сохранить народные традиции.

Главный социальный эффект Программы будет состоять в создании предпосылок и условий для удовлетворения потребностей населения, в том числе детей, в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям. Реализация Программы станет одним из решений проблемы занятости населения. Прогнозируемое ежегодное повышение туристских потоков в Чувашской Республике в результате осуществления Программы приведет к общему увеличению количества туристов до 75 тыс. человек, что обусловит создание новых рабочих мест. Развитие туристской сферы в республике увеличит поступления в бюджет за счет доходов от туристских услуг и связанных с ними видов деятельности не менее чем на 5 млн. рублей ежегодно.

Выполнение Программы будет способствовать экономическому развитию республики, формированию нового социально-культурного облика региона, содействовать повышению жизненного уровня населения.

В результате реализации Программы предполагается ввести в эксплуатацию свыше 400 гостиничных мест для размещения туристов, дополнительно создать от 1750 до 2500 новых рабочих мест в гостиничном хозяйстве и учреждениях обслуживающей инфраструктуры.

Кроме того, формирование в республике эффективного туристского комплекса повысит ее привлекательность как сферы международного предпринимательства и делового сотрудничества.

Развитие активного туризма, проведение мероприятий по благоустройству и озеленению городов будет способствовать улучшению экологической обстановки.

Список использованной литературы

1. Вологин Н.А. Социальная политика: Учебник / Н.А. Вологина. – М.: «Экзамен», 2006. – С. 480 – 493.
2. Карпов Г.А. Туризм как объект управления / Г.А. Карпова, Л.О. Абаева, А.В. Володова и др.; - М.: Вуз и школа, 2002. – С. 65 – 119.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 158 – 162, 201 - 206.
4. Апарин Н. С. Платные услуги населению в сфере туризма в системе макроэкономических расчётов / Н.С. Апарин, Л. С. Мымрикова, Б.Т.Рябумкина // Вопросы статистики, - №4, - 2008. – С. 19 – 27.
5. Сараев А.С. О покозателях статистики туризма // Вопросы статистики, - №9, - 2007. – С. 39 – 43.
6. Развитие туризма в Чувашской Республики на 2005 – 2010 годы, Республиканская целевая программа: от 16 декабря 2004. - №137 // Собрание законодательства Чувашской Республики. – 2004. - №12. – ст.806.