

Экономика туризма

На определённом этапе развития экономики, когда резко возросла потребность в путешествиях, появились и производители этих услуг, что привело к формированию товара особого типа - туризма, который можно купить и продать на потребительском рынке.

Возникновение туризма как товара

потребовало формирования соответствующей материально-технической базы, наличия квалифицированных кадров по обслуживанию туристов и целенаправленного управления туристскими хозяйствующими субъектами.

Всё это обусловило необходимость организационного обособления туризма в самостоятельную отрасль народного хозяйства.

Туризм не является товаром первой жизненной необходимости, поэтому он становится насущной потребностью человека только

- 1) при определённом уровне его дохода,
- 2) при определённом уровне богатства общества,
- 3) при наличии свободного времени,
- 4) при наличии потребности в услугах туризма.

Под отраслью туризма следует понимать совокупность самостоятельных, территориально обособленных туристских хозяйственных единиц, располагающих определённой материально-технической базой и специализирующихся на производстве и реализации туристских услуг и товаров, объединённых единством деятельности и управления.

Система показателей развития туризма включает показатели, характеризующие:

1. Объем туристского потока;
2. Состояние и развитие материально-технической базы туризма;
3. Финансово-экономическую деятельность туристской фирмы;
4. Развитие международного туризма.

1. Объем туристского потока

Туристский поток - это постоянное прибытие туристов в страну или данный регион.

К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся:

общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных;

количество туродней (количество ночевоч, койко-дней);

средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе (в одном месте или населенном пункте).

2. Состояние и развитие МТБ туризма

В этот показатель включают конечный фонд домов отдыха, пансионатов, турбаз, гостиниц, санаториев и т. п., а также числооек, предоставляемых местными жителями, число мест в торговых залах предприятий питания для туристов, число мест отведенных для туристов в театрах, число ванн отведенных для туристов в водолечебницах, и т.д.

3. Финансово-экономическая деятельность туристской фирмы

Показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы включают: объем реализации туристских услуг или выручку от реализации услуг туризма, показатели использования рабочей силы (производительность труда, уровень расходов на оплату труда и др.); показатели использования производственных фондов (фондоотдача, оборачиваемость оборачиваемых средств и др.); себестоимость услуг туризма; прибыль; рентабельность; показатели финансового состояния туристской фирмы.

4. Развитие международного туризма.

К показателям этой группы относятся:

- Количество туристов, посетивших зарубежные страны. Оно определяется по числу пересечений государственной границы;
- Суммарные денежные затраты, произведенные туристами за время зарубежных поездок;
- Количество туродней по иностранным туристам.

Для современного развития экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование различных межотраслевых комплексов.

К туризму следует подходить как к крупному самостоятельному межотраслевому хозяйственному комплексу национальной экономики, так как сфера туризма объединяет различные отрасли и включает предприятия, принадлежащие к различным отраслям.

На рынке туристских услуг, как и на других рынках, действуют следующие субъекты рыночных отношений: потребители, производители товаров или услуг.

У туризма есть только *один потребитель услуг - это турист.*

Производители туристских работ, услуг и товаров формируют туристское предложение, они приобретают производственные ресурсы (персонал, землю, капитал), комбинируют их в процессе производства туристского продукта и реализуют его потребителям, получая доход от продаж.

Производителями туристских работ **МОГУТ
БЫТЬ**

туроператоры,

турагенты,

другие организации, занимающиеся
туристской деятельностью.

Под туроператорами понимаются хозяйствующие субъекты или индивидуальные предприниматели, которые занимаются разработкой туристских маршрутов, обеспечивают их функционирование, организуют рекламу, устанавливают цену на тур турагентам для выпуска по ним путёвок и последующей их реализации.

Турагентами являются хозяйствующие субъекты или индивидуальные предприниматели, которые приобретают туры по туристским маршрутам, разработанными туроператором, выпускают по ним путёвки и реализуют их.

Действующее законодательство вводит понятие «туристский продукт», включающий в себя:

- туры, объединённые по целенаправленности, например, оздоровительные, познавательные;
- туристско-экскурсионные услуги различных видов: размещение, питание транспортные;
- товары туристско-сувенирного назначения: открытки, карты, книги, сувениры, туристское снаряжение и другие.

Отличительные особенности туристских услуг:

Во-первых, могут быть выделены достаточно четко выраженные туристские зоны.

Во-вторых, особенность состоит в том, что пакет туристских услуг создается усилиями многих организаций, каждая из которых имеет собственные методы работы, специфические потребности и различные коммерческие цели.

В-третьих, покупатель преодолевает определенное расстояние, отделяющее его от туристской услуги и места ее потребления.

В-четвертых, туристская услуга зависит от таких переменных, как время и пространство.

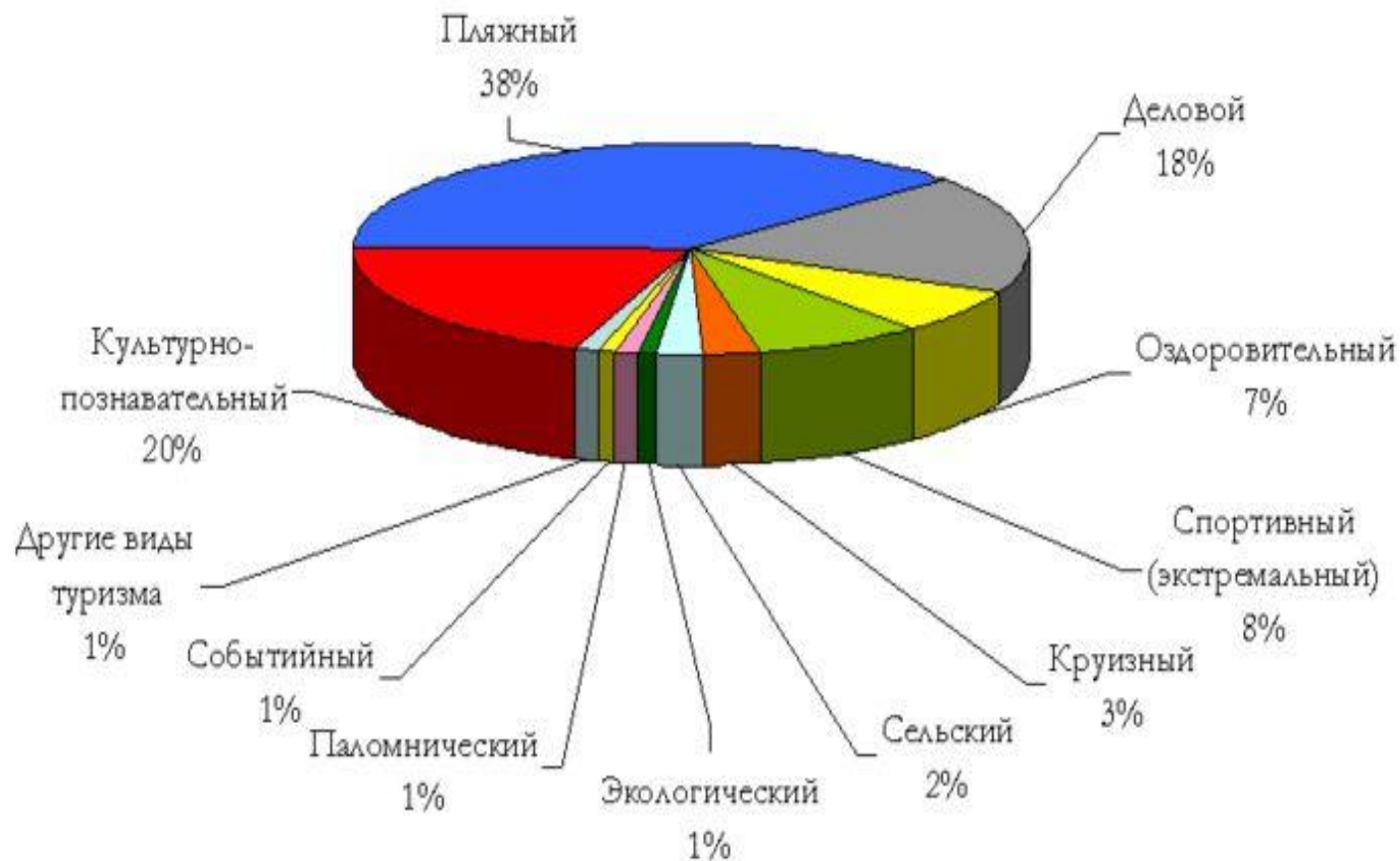
В-пятых, при реализации туристских услуг очень важным является создание, поддержание и дальнейшее формирование положительного образа туристской организации, помогающего воздействовать на ожидания потребителей и мотивировать их к путешествию.

В-шестых, значительное влияние на качество туристской услуги оказывают внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер.

Эти специфические особенности, присущие туристским услугам оказывают огромное влияние на деятельность организаций индустрии туризма, так как их необходимо учитывать при создании туристского продукта, удовлетворяющего потребности клиентов.



Виды туризма и их доля на российском рынке (внутренний туризм)





Развитие событийного туризма в России

**Посещение ярких
событий в культурной,
спортивной или
деловой жизни в
масштабах региона -
основа событийного
туризма**



Сельский туризм

Алтайский край - лидер в России по развитию сельского туризма

В Алтайском крае в 20 районах действуют сельские усадьбы

Наибольшее распространение сельский туризм получил в Алтайском, Красногорском, Солонешенском, Змеиногорском, Ельцовском, Смоленском, Чарышском районах

В регионе реализуется ведомственная целевая программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2002-2012 годы

Государственная поддержка оказана в размере 5,3 млн.руб.



Экологический туризм – путешествия в природные территории с целью ознакомления с природной средой





Деловой туризм - это поездки, связанные с выполнением профессиональных обязанностей. В связи с всеобщей интеграцией и установлением деловых контактов деловой туризм из года в год приобретает все большее значение.

Индустрия гостеприимства – это особый вид потребления туристами материальных благ, услуг и товаров, который выделяется в отдельную отрасль хозяйства, обеспечивающую туриста всем необходимым: транспортными средствами, объектами питания, размещения, культурно-бытовыми услугами, развлекательными мероприятиями.

К сервису гостеприимства
относятся следующие отрасли:

предоставление жилья;

пабы, бары и таверны;

кафе и рестораны;

лицензированные клубы;

казино

Размещение – самый важный элемент туризма.

Гостиничная индустрия – суть системы гостеприимства.

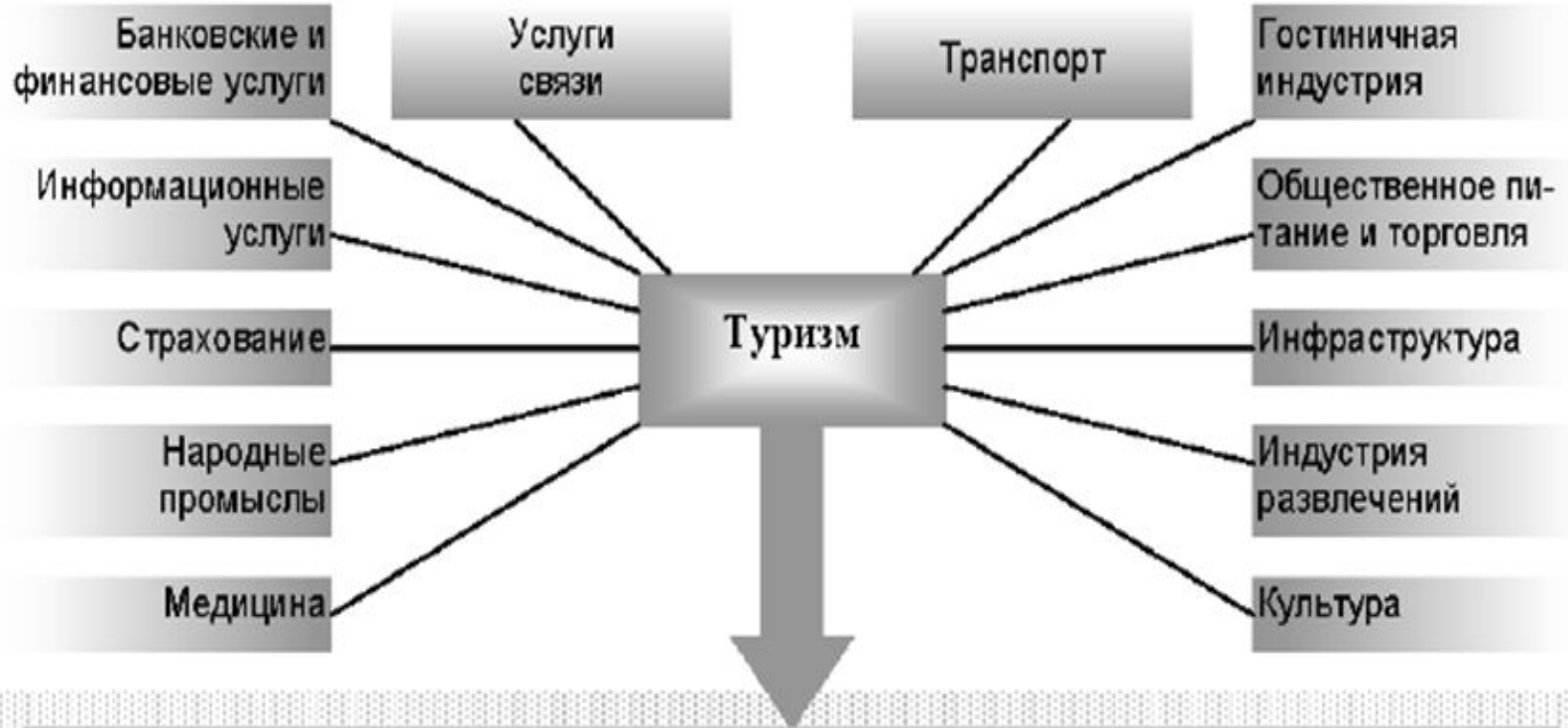
Услуги перевозок туристов также занимают одно из ведущих мест в составе туристского продукта.

Виды транспорта в туризме



Применение информационных технологий ориентировано в первую очередь на автоматизацию профессионального труда конкретных специалистов. Решается эта задача за счет использования современных технических средств обработки, хранения и передачи информации.

Воздействие на отрасли экономики



Воздействие на другие сферы жизнедеятельности



СПАСИБО
ЗА
ВНИМАНИЕ!