# РАЗВИТИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

###### САМАРСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ

КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

Кафедра Управление и экономика в социально-культурной сфере

Дипломная работа «Развитие и функционирование регионального туризма»

Студентки культурологического факультета специализация «Управление и экономика в СКС» 3 курса ФК 38 Т группы

Ходыч Ирины Ивановны

Научный руководитель:

Нюшенова Маргарита Лаврентьевна, зав. кафедрой УЭСКС, КПН профессор.

Рецензент:

Гуль Эдуард Викторович, директор ООО «Бизнес Групп»

Тольятти, 2000.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

*1.Введение 3 - 7*

*2.ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ*

2.1. ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. 7 - 10

2. 2. ТУРИЗМ И СФЕРА УСЛУГ. 10 - 25

2.3. ТУРИЗМ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ 26- 44

*3.ЗАКЛЮЧЕНИЕ 47 - 48*

*4.СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 48 - 50*

***1. Введение***

Туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. На сферу туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику. (2. С.11)

Туристическая деятельность в России регулируется Федеральным Законом . (15. С10667 – 10672). Также разработан ряд концепций реорганизации и развития туризма в РФ. (8, 16. )

Сейчас важно не только производить качественные товары и услуги, но организовывать их сбыт. Поэтому очень большое значение уделяется маркетингу. Девиз маркетинга на сегодняшний день таков: «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится».

В прошлом веке маркетинг как таковой не был нужн, так как большинство фирм были мелкими и знали своих клиентов лично. В XX веке появилась необходимость в получении более обширной информации о клиентах и их покупательских потребностях. Появилась проблема нехватки информации. В этом и состоит актуальность данной темы.

Целью курсовой работы: проследить тенденции развития регионального туристичекого бизнеса.

Проблема:

* проблема полноценного использования уникального природного потенциала Самарского региона;
* противоречие между туристическими интересами населения Самарского региона и организация его в инфроструктуре туристической деятельности.

Объект исследования: работа туристических учреждения .

Предмет исследования: процессы влияющие на развитие регионального туризма.

Задачи данной работы:

1. анализ развития внутреннего туризма, популяризации местного туристического рынка, продажи Самарского турпродукта
2. анализ литературы
3. анализ деятельности туристичеких фирм в сфере международного туризма
4. выяснение потребностей и спроса клиентов туристических фирм на основании документации
5. соотнести интересы клиентов с предполагаемыми формами отдыха.

Гипотеза: туристический интерес Самарского региона со стороны клиентов не в достаточной степени развит и направлен в сторону привлечения большего количества туристов, так как не все могут позволить себе поездки и отдых , зачастую предлагаемые туры оказываются на низком уровне. Потенциал Самарского турпродукта на достаточно низком еразвитом уровне.

Для решения ряда задач в настоящее время управлением санаторно-курортных учрежденией и туризма, которое обеспечивает проведение государственной политики в сфере рекреационно-оздоровительной деятельности и осуществляет руководство туристическими и санаторно-курортным комплексом Самарского регтона, разрабатывается программа «Развитие туризма в Самарской области до 2004 года».

При содействии управления в выставочном центре «Экспо-Дом» г.Самара регулярно проводятся выставки «Путешествия. Спорт. Отдых. Туризм.» В выставке принимают участие ведущие туристические фирмы области, чья деятельность сориентирована в первую очередь на развитие внутреннего въездного и выездного туризма.

Самарский турбизнес постепенно адаптируется к рыночным условиям. Уже сегодня в области действуют более 140 туристических фирм. Но, еще не все вопросы взаимоотношений между потребителями, турпредприятиями и государством урегулированы. Существуют проблемы с финансированием, несоответствием материальной базы регионального туризма международным стандартам, дефицитом квалифицированных кадров и т.д. И областная и целевая программма «Развитие туризма в Самарской области» призвана помочь выйти из создавшегося сложного положения и наметить основные направления развития туристической отрасли в Самарском регионе.

***2. Основная часть.***

## 2.1. ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

К чему стремится каждая туристическая фирма? Одной из основных задач фирмы является увеличение ее прибыли. Получение и увеличение прибыли подразумевает под собой, прежде всего наличие и увеличение числа постоянных клиентов. Клиентов можно привлечь и удержать, если они заинтересованы в получении услуги у данной фирмы. Компания «Форум» провела исследования и выяснила, что удержание клиента составляет лишь 20% от суммы, которую нужно затратить на привлечение нового клиента. (7. С. 60-71)

Это значит, что продажи и продвижение товаров должны быть частью продуманной системы, работа которой направлена на удовлетворение потребностей клиентов. Продажи и продвижение товаров будут эффективны лишь в том случае, если сначала будут определены цели и потребности клиента, а затем будет предложен доступный по цене товар или услуга.

Понятия «туризм, путешествие» связаны с движением, поездкой куда-либо за пределы постоянного местожительства, посещением новых и/или заранее намеченных мест, ходьбой или ездой по чужим дальним странам, отдаленным местам.

Понятие «индустрия туризма» связано с т.н. «семантической» ловушкой. Развитие туризма в России в 90-е годы, особенно выездного привело к тому, что импорт туристических услуг превышает экспорт. Происходит «бегство» туристического капитала из страны, что негативно отражается на спросе и объеме реализации туристических услуг. Российские турфирмы, привлекая клиентов для зарубежных предприятий индустрии гостеприимства, способствуют формированию спроса на их товары и услуги.

Комбинированные стратегии поощрения клиентов применяются и в российской индустрии туризма. Так, каждому клиенту, совершившему одну поездку по путевке Туристического агентства «Бизнес Групп» (г.Тольятти) , выдается «простая карточка». Она дает право на приобретение путевки со скидкой 3% . Совершивший три поездки по путевкам «Бизнес Групп» получает «серебрянную карточку» , дающую скидку 5%.

Владельцам, «золотой карточки» может стать путешественник, совершивший четыре и более поездки по путевкам «Бизнес Групп». Ему предоставляется скидка 7%. Все карточки именные, бессрочного действия. Они дают право на участие во внутренних лотереях Туристического агентства «Бизнес Групп» , а также на приобретение авиабилетов за рубеж со скидкой 3%, льготные тарифы на бронирование гостиниц по России , предоставление услуг гидов-переводчиков за рубежом, ускоренные курсы иностранных языков перед выездом за границу. Туристическое агентство «Бизне Групп» совместно с ВАО «Интурист» и Страховой компанией «РОСНО» осуществляет программу, дающую возможность приобрести туристическую путевку в кредит.

Можно выделить следующие виды туризма.

***Экскурсионный туризм*** – путешествие в познавательных целях. Это одна из наиболее распространенных форм туризма.

***Рекреационный туризм*** – путешествие для отдыха и лечения. Этот вид туризма является весьма распространенным во всем мире. В некоторых странах он выделяется в самостоятельную отрасль экономики и функционирует параллельно с другими видами туризма.

***Деловой туризм*** – 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. Поездки совершаются с целью посещения объектов, которые принадлежат фирме или представляют для нее особенный интерес; для проведения переговоров, для поиска дополнительных каналов снабжения или сбыта и т.д. Обращение к туристическим фирмам во всех подобных случаях позволяет организовать поездку с наименьшими издержками, экономя время. Кроме того, к сфере делового туризма относится организация различных конференций, семинаров, симпозиумов и т.д. В таких случаях большое значение приобретают сооружение при гостиничных комплексах специальных залов, установка оборудования для связи и т.д.

***Этнический туризм*** – поездки для свидания с родственниками. Туристские агентства помогают с оформлением транспортных билетов, загранпаспортов, виз и т.д.

***Спортивный туризм*** – поездки для участия в спортивных мероприятиях. К услугам туристских фирм прибегают в этом случае как руководители спортивных команд, организаторы соревнований, так и болельщики и просто желающие поприсутствовать на соревновании.

***Целевой туризм*** представляет собой поездки на различные массовые мероприятия.

***Религиозный туризм*** – путешествие, имеющее целью выполнение каких-либо религиозных процедур, миссий.

***Караваннинг*** – путешествие в небольших мобильных домиках на колесах.

*Приключенческий (экстремальный) туризм* – туризм, связанный с физическими нагрузками, а иногда с опасностью для жизни.

***Водный туризм*** – поездки на борту теплохода, яхты и других речных и морских судов по рекам, каналам озерам, морям. Географически и по времени этот туризм очень разнообразен: от часовых и однодневных маршрутов до многонедельных круизов по морям и океанам.

Все эти виды туризма зачастую тесно переплетаются между собой, и их зачастую трудно выделить в чистом виде.

**2.2. Туризм как вид услуг.**

Туризм сейчас является одним из самых динамичных секторов как российской, так и моровой экономики.

Например, жители Самарской области, в том числе и Тольятти тратят на зарубежные турпоездки уже сейчас сотни тысяч долларов в год. По оценке Комитета по туризму и развитию курортов Администрации Самары, жители города и области совершили в прошлом году 40 тысяч туристических поездок за рубеж.

В советские времена турбизнес был жестко разделен на сферы: три государственные компании не без присмотра КГБ опекали интуриста, в то время как туристом отечественным занимались профсоюзы.

Теперь на внутренний российский туризм никаких лицензий не требуется, а чтобы получить лицензию на международную туристическую деятельность, нужно арендовать офис, иметь в штате сотрудника с образованием в области туризма, и заплатить сбор в размере 50 мрот.

Сегодня число компаний сильно увеличилось, и жесткая конкуренция заставляет их занимать свои ниши на рынке. Существуют фирмы, занимающиеся отдельными странами или направлениями, есть фирмы, работающие только на прием туристов. Есть такие, что работают с группами, и те, что организуют поездки по индивидуальному заказу. Есть туроператоры (ВОА «РОСНО»), которые полностью организует поездки и предлагают со скидкой другим турфирмам готовые маршруты, и есть турагенты (ТА«ПЕТТА»), выступающие посредниками между туроператором и клиентом. К турагентам стекается информация о различных турах, из которых они подбирают клиенту нужный и наиболее доступный по цене.

Итак, туризму, принадлежащему к сфере услуг, присущи все те особенности, которые были перечислены выше.

Итак, туризм – это сектор экономики, где клиенту за деньги предоставляются различного вида услуги. Таким образом, туризм принадлежит к сфере услуг, которая является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Она охватывает широкое поле деятельности: от торговли и транспорта до финансирования и посредничества самого разного рода. Гостиницы и рестораны, прачечные и парикмахерские, учебные и спортивные заведения, туристические фирмы, радио- и телестанции, консалтинговые фирмы, медицинские учреждения, музеи, кино и театры относятся к сфере услуг. Практически все организации в той или иной степени оказывают услуги.

Услуга – это любые мероприятия или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к получению чего-то материального.

Рынок услуг совершенно не похож на другие рынки главным образом по двум причинам:

1. Услуга не существует до ее представления. Это делает невозможным сравнение и оценку услуг до их получения. Поэтому сравнить можно только ожидаемые выгоды и полученные.
2. Услугам присуща высокая степень неопределенности, что ставит клиента в невыгодное положение, а продавцам затрудняет продвижение услуг на рынок.

Эти особенности рынка услуг, а также специфика самих услуг, а именно: их неосязаемость, неспособность к хранению, изменчивость качества и неразрывность производства и потребления определяют особенности маркетинга услуг.

Таким образом, «маркетинг услуг – это процесс разработки, продвижения и реализации услуг, ориентированный на выявление специальных потребностей клиентов. Он призван помочь клиентам оценить услуги сервисной организации и сделать правильный выбор». (11. С 50 – 55)

Под туризмом понимают искусство удовлетворять стремление людей, побуждающие их проводить свободное время за пределами своего окружения. Существует подход, который характеризует туризм как отрасль хозяйства по обслуживанию людей или как сегмент рынка, удовлетворяющий спрос туристов на товары и услуги.

Анализируя различные определения туризма, можно сделать вывод, что суть большинства из них сводится к следующему: туризм - это путешествие, предпринятое с определенной целью. Цели имеют многообразную направленность: активный отдых, участие в деловых, научных и культурных встречах, спортивную, оздоровительную, воспитательную, религиозную, экологическую, историческую, природоведческую, архитектурно-градостроительную, литературно-художественную, учебную, связанную с удовлетворением специализированного интереса и т.д.

Функции туризма тесно связаны с понятием "туристические ресурсы". Под ними понимаются природные и созданные человеком объекты, вызывающие интерес и мотивацию к путешествиям. Теоретически любой объект может быть интересен тем или иным туристам и способен использоваться для удовлетворения их разнообразных целей и поэтому может рассматриваться в качестве туристского ресурса.

Большинство исследователей туризма склоняются к выводу, что ведущей в туризме является познавательная цель. Прежде всего именно на нее делал ставку Томас Кук, открывая первую в мире туристскую фирму, которая занималась продажей нового вида услуг - путешествий ради удовольствия.

Произошло это в 1863 году, и с этого времени туризм отсчитывает свою историю как специфический вид предпринимательской деятельности.

Стремление увидеть и узнать что-то новое и поныне является основным побудительным мотивом туристических путешествий. Однако сегодня практически любая поездка обычно преследует комплексную цель, объединяющую в себе несколько единичных. Но выделение преимущественной цели при анализе туризма необходимо для правильного планирования развития используемых ресурсов, рационального построения программ обслуживания туристов и для многих других задач управления.

Чем большим "ассортиментом" различных туристских ресурсов, пригодных для рекреации, располагает территория, тем больше возможностей имеет она для привлечения туристов и для повышения продолжительности их пребывания в этом районе.

Как правильно, необходимо наличие:

- природных ресурсов (ландшафт, биоклимат, гидроминеральные ресурсы, экологические условия и д.р.);

- культурно-исторического потенциала (исторические памятники архитектуры, музеи, памятные места, современные культурнозрелищные и развлекательные объекты);

* материально технической базы и инфраструктуры туризма (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, туристские комплексы, сфера услуг, предприятия общественного питания, социальная инфраструктура района);
* кадровые ресурсы ( обеспеченность квалифицированными специалистами в области туризма, обслуживающим персоналом соответствующего уровня,
* возможности расширения рабочих мест в период туристского сезона, возможность подготовки кадров и повышения их квалификации).

Таким образом, туризм и туристские ресурсы прибывают в постоянном развитии и изменении при том, что имеют ярко выраженные локализованные характеристики.

Происходящее в России реформирование экономики с неизбежностью вызвало крутые перемены и в сфере туристской деятельности. Предполагалось, что в этих условиях туризм станет одним из наиболее доходных и привлекательных сегментов рынка. На деле же он оказался в глубоком кризисе, хотя на поверхности это, может быть , не столь очевидно. Попробуем разобраться в причинах кризисной ситуации, в которой оказались многие города и регионы страны, имеющие туристские ресурсы. К ним относятся

1. узконаправленное развитие туризма, что превращало города в своеобразные "аттракционы" для туристов и не давало фактически никакой финансовой и организационной основы для их хозяйственной основы для их социального развития, т.к. тогда было принято считать, что сфера услуг в целом туризм в частности не участвуют в создании элементов совокупного общественного продукта и национального дохода, а, наоборот, существует за счет материального производства. Сфера услуг, включая туризм, при таком подходе отводилась второстепенная роль в развитии экономики страны, что серьезно затрудняло уяснение реального экономического смысла эксплуатации туристских ресурсов;

2) централизованное управление всеми процессами, при которых возмещалась лишь незначительная часть издержек обращения при реализации туристских услуг населению и не создавалось необходимых и достаточных условий для развития отрасли. Существовало ошибочное мнение, что туристские организации не должны реализовать свои услуги по ценам, отвечающим реальным затратам. Воспроизводство отрасли было оторвано от стоимостных отношений, на основе которых возможно было бы экономически верно определить необходимые масштабы и темпы ее развития. В результате осуществления государственной политики, ориентированной на поддержку искусственно заниженного уровня цен на туристские услуги , до реформ не были созданы условия для формирования объемов собственных источников развития сферы туризма, позволяющих организовать масштабное производство разнообразных по качеству и цене туристских услуг;

1. деятельность туристских организаций базировались только на постулате, что развитие туризма не должно ориентироваться на достижение коммерческих целей. Поэтому существовала весьма значительная финансовая поддержка со стороны государства, которая выражалась в предоставлении различного рода льгот при кредитовании туристских объектов, в выделении дотаций на обслуживание отдыхающих и заработную плату работающим, предоставлении туристских путевок по цене ниже себестоимости;
2. формирование материально-технической базы туристской сферы происходило в условиях долгостроя, не на комплексной сдачи объектов.

Масштабность проектов привела к тому, что они не были до конца реализованы, так как для этого требовались значительные базовые инвестиции, на длительный период происходило "омертвление" капитала, в структурный вес основных фондов значительно превышал оборотные средства, туристский оборот, соответственно, характеризовался высокой фондоемкостью.

В новых условиях появилась объективная необходимость перенести центр экономической ответственности в решении проблемы развития туризма на региональный и особенно на местный уровень, то есть туда, где эта проблема наполняется реальным содержанием и привязана к условиям той или иной территории с учетом имеющихся ресурсов, реально существующих возможностей и конкретных запросов населения.

Это в свою очередь требует предоставления регионам соответствующих прав в области формирования принципов, функций и методов управления экономическими и социальными процессами в локальных системах, способных обеспечить реальную экономическую устойчивость на метах.

Однако местные власти не располагают сегодня достаточной материально-финансовой базой и не имеют практических механизмом управления экономическими и социальными процессами. Это в полной мере относится и к сфере отечественного туризма, успешное развитие которой возможно только на основе применения соответствующих принципов, методов и форм управления. Система управления развитием туризма не является обособленно, она представляет часть общей региональной системы управления экономическими и социальными процессами.

Процесс децентрализации привел к появлению федерального, регионального и местных (муниципального) управления и, соответственно, к трехуровневой бюджетной системе (федеральный, региональный и местный бюджеты).

Рыночные отношения предполагают взаимодействие на основе экономических интересов, конечной целью которых является получение прибыли и ее максимализация. Самостоятельность хозяйствующих субъектов заключается в свободном выборе ими форм экономической и предпринимательской деятельности.

Экономические интересы местных органов власти и хозяйствующих субъектов носят достаточно противоречивый характер и не всегда совпадают.

Так к экономическим интересам местных органов власти относятся: формирование регионального бюджета; достижение экономической стабильности и развития приоритетных отраслей в данной местности; повышение уровня доходов и качества жизни населения.

Экономические интересы субъектов хозяйствования связаны прежде всего с получением прибыли. В связи с этим они стремятся сократить затраты на социальные нужды. Конечно, деятельность хозяйствующих субъектов ведет насыщению потребностей населения, улучшению качества жизни людей, повышению занятости и т.д., но все это является лишь средством для получения прибыли.

Бесспорно, взаимодействие интересов местных органов власти и хозяйствующих субъектов можно рассматривать по линии координации, а не приоритетности одних по отношению к другим.

Задачей местных органов власти является не просто обложение налогами тех или иных источников поступления средств в бюджет, а созданию механизмов стимулирования деловой активности (в данном случаи имеется в виду сфера туризма и сопутствующая ей инфраструктура).

Такие механизмы имеются, важно научится ими грамотно пользоваться, применяя, как говориться, "в нужный момент и в нужное время". Это, к примеру, может быть метод регрессивного обложения налога на прибыль, возможность уменьшения налогооблагаемой прибыли субъектов хозяйствования на величину средств, направляемых ими на развитие или обновление того или иного объекта, имеющего приоритетное значение и т.д.

Учитывая самостоятельность субъектов хозяйствования, запрет на вмешательство в сферу их финансово-экономической и производственной деятельности со стороны местных органов управления, можно говорить о косвенном воздействии на те или иные управленческие решения путем создания благоприятной и стабильной "внешней среды". То есть формирования необходимых экономических, социальных, правовых условий, при которых собственные возможности субъектов хозяйствования по развитию сферы туризма реализуются с наибольшей отдачей. Именно фактор "внешней среды" для субъектов хозяйствования приобретает решающее значение, так как в переходный период они функционируют в условиях неопределенности, частой смены "правил игры", непредсказуемости.

Именно правовая стабильность, законопорядок, экономические и социальные условия формирует "качество" внешней среды, с которой тесно связано развитие инфраструктуры, в частности отраслевой (в данном случае туризма).

Безусловно, ее состояние влияет на все субъекты, хозяйствующие на данной территории, во многом предопределяя эффективность и режим их функционирования.

Единичному субъекту в нынешних условиях невыгодно, да и подчас просто невозможно создать автономную инфраструктуру, сплошь и рядом собственных средств не хватает на производство услуг современного уровня, на которые претендует клиент. Для этого необходимы совместные усилия, в том числе и органов местного управления как аккумулятора средств на данные цели, а также поиск эффективных форм взаимодействия местных органов управления и субъектов хозяйствования. Одной из них является возможность ведения предпринимательской деятельности, используя туристские ресурсы непредсредственно или косвенным образом.

При этом вполне справедливым представляется введение прогрессивной платы за использование туристских ресурсов, имеющих историческую и архитектурную ценность, а также за коммерческую деятельность на территории монастырей, архитектурных ансамблей и исторических мест.

В случае, если деятельность предприятия тем или иным образом наносит ущерб исторически ценным объектам, необходимо предусмотреть штрафные санкции, достаточные для его возмещения.

Вместе с тем стоит подумать о льготах для предприятий, способствующих сохранению памятников архитектуры, выделяющих средства на их реконструкцию, в том числе в виде пожертвований и благотворительных взносов.

Аналогичный механизм взаимодействия необходим при использовании природных ресурсов и ведении природоохранной деятельности. К сожалению, пока еще незаслуженно мало внимания уделяется органами власти экологическому законодательству. Грамотно применяя его, можно добиться значительных и регулярных поступлений в бюджет и значительно улучшить экологическую обстановку на своей территории.

Но для этого необходимо первоначально разработать соответствующие методики определения вредного воздействия, его оценки и перевода ущерба в штрафные санкции.

В зависимости от вида деятельности предприятия, принадлежности (или не принадлежности) к муниципальной собственности строятся отношения местных органов с хозяйствующими субъектами. Они представляют собой широкий спектр – от сугубо договорных до отношений «наибольшего благоприятствования».

Управляющее воздействие, направленное на мотивацию различных экономических интересов, приводит к повышению уровня развития малого предпринимательства в сфере туризма, что безусловно самым положительным образом сказывается на экономическом состоянии регионов и стран в целом. (14. С.44 – 45)

Активизировать формирование рыночных отношений в экономике России, принести быструю финансовую отдачу должно преимущественное развитие отраслей, восприимчивых к новым для нашей страны формам собственности. В полной мере это относится к туризму, резеры которого велики.

Мировой опыт показывает, что наиболее благоприятной экономической средой для развития туризма является рынок. Естественно, что и сама эта отрасль, и входящие внее предприятия, ориентируясь в своей деятельности непосредственно на потребителя, призваны сыграть активную роль в формировании рыночного пространства, включающего многие сферы и отрасли, в той или иной мере обеспечивающие развитие туризма. Высокие требования, которые сфера туризма уже в силу своей специфики предъявляет к смежным отраслям, способствует не только созданию новых рабочих мест, повышению профессионализма, совершенствованию технологий, предоставлению новых комплексов разнообразных услуг, но и становлению наиболее эффективных форм собственности и хозяйствования, совершенствованию законодательной базы, повышению деловой активности, развитию конкуренции в этой cфере.

С экономичесой точки зрения привлекательность развития туризма как составногй части сферы услуг – в более быстрой окупаемости вложенных в нее средств и в получении дохода в свободно конвертируемой валюте. Так, на долю международного туризма приходится около 7% доходов от мирового экспорта. При этом в абсолютном выражении они уступают только доходам от экспорта нефти, нефтепродуктов и автотранспорта, почти вдвое превышая доходы от экспорта металлоизделий, втрое – теле-радиоаппаратуры, более чем втрое – от экспорта зерна и газа.

Если обратится к статистике по нашей стране, то в 1992 году по сравнению с 1989 годом валютные поступления упали с 1,5 млрд. До 200 млн. Дол.ларов в год . В это же время резко увеличилось количество наших сограждан, выезжающих за границу. В 1991 г. Их численность составила 10,8 млн.человек, а их расходы за границей – 2,1 млрд. Долларов США, исходя из средних расходов на поездку, составивших в 1991г. Около 190 долларов. Резкая смена направлений туристических потоков имела место после отмены в 1988г. Государственного регулирования и бюджетного финансирования туризма в стране.

Динамика показателей была снижена также из-за разрыва традиционных связей между странами бывшего СССР, очагов напряженности на популярных у туристов маршрутах, отсутствие координации между регионами, ужесточения пограничных и таможенных формальностей и т..

В это время приорететное развитие получили новые формы управления и хозяйствования. Финансовое бремя было перенесено с «плеч» государства и акцент сделан на использование внутренних резервов предприятия. Механизм хозяйствования предполагал работу по двум моделям: первой, основанной на нормативном распредеклениии прибыли., и второй, основанный на нормативном распределении дохода.

Хозрасчетные отношения, на которые была переведена отрасль в соответствии с Постановлением Президиума ВКП СССР №3-4 от 18 марта 1991 г. «О преобразовании туристко-экскурсионных объединений, предприятий и организаций профсоюзов в систему акционерных обществ», потребовали повышения роли коммерческой деятельности, являвшейся стержнем социально-финансовой деятельности предприятий. Таким образом, основными задачами развития сферы туризма стали: расширение объемов реализации услуг, максимальное использованиеимеющейся материальной базы, продление сезона работы, предоставление туристам широкого набора дополнительных платных услуг, создание модернизировнаной системы продажи путевок и туров, изучение спроса на туристический продукт для различных социально-демографических и пофессиональных групп населения и др.

И уже в 1991г., согласно статистическим данным, было зарегистрированно свыше 1000 фирм, работающих в сфере туризма, а в середине – более 1500. В основном это небольшие фирмы, занимающиеся приемом и обслуживанием иностранных туристов. Специализация фирм зависла от их местонахождения и расположения региональными туристическими ресурсами. Их число не увеличело объемы иностранного туризма в Россию, а лишь перераспределило раннее сформированные потоки потоки.

***Система показателей развития туризма***

Становление и развитие туризма как отрасли характеризуется системой определенных показателей.

Показатели развития отрасли туризма отражают количественный объем реализации туристических услуг и их качественную сторону, а также экономические показатели производственно-обслуживающей деятельности туристских хозяйствующих субектов (агенств, бюро, фирм, комплексов, кооперативов и т. п. ).

Система показателей развития туризма включает показатели, характеризующие:

Объем туристского потока;

Состояние и развитие материально-технической базы туризма;

Финансово-экономическую деятельность туристской фирмы;

Развитие международного туризма.

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 самодеятельных; количество туродней (количество ночевок,койко-дней); средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе (в одном месте или населенном пункте).

Количество туродней определяется путем умножения общего количества туристов на среднюю продолжительность в днях пребывания одного туриста в стране или регионе:

Д=r\*t,

Где Д-количество туродней, чел-дней;

r-количество туристов, чел.;

t-средняя продолжительность пребывания одного туриста в данном регионе , дней.

Туристский поток- явление неравномерное. Для характеристики неравномерности туристского потока применяют коэффициент неравномерности.В зависимости от цели и задачи анализа динамики туристского потока используют три способа расчета коэффициента неравномерности.

Первый способ:

Кн=Dmax/Dmin\*100 ,

Где Кн-коэффициент неравномерности туристского потока,%;

Dmax-количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел-дней;

Dmin- количество туродней в месяце минимального туристского потока, чел-дней.

Второй способ:

Кн=Dmax/Dгод\*100,

Где Кн-коэффициент неравномерности туристского потока,%;

Dmax-количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел-дней;

Dгод-годовое количество туродней,чел-дней.

Третий способ:

Кн=Dmax/Dсм\*100,

Где Кн-коэффициент неравномерности туристского потока,%;

Dmax-количество туродней в месяце максимального туристского потока, чел-дней;

Dсм-среднемесячное количество туродней,чел-дней.

Среднемесячное количество туродней определяется путем деления годового количества туродней на 12 месяцев:

Dcм=Dгод/12

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в данной стране или регионе.

К ним относятся коечный фонд домов отдыха, пансионатов, турбаз, гостинниц, санаториев и т. п.,а также число коек, 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.

Мощность коечного фонда определяется по формуле:

Мк=Кг\*365+Кс\*t,

Где Мк-общее количество койко-мест, ед.;

Кг-число койко-мест круглогодичного использования,ед.;

Кс- число койко-мест сезонного использования,ед.;

t- число дней сезонного использования, дней.

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 (платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, валютная самоокупаемость и др.).

Отдельно выделяются показатели, характеризующие состояние и развитие международного туризма. К ним 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.

Развитие туризма и увеличение объема услуг туризма требуют взвешенного подхода, так как очень высоки социальные последствия принимаемых решений.

Для каждой страны или региона развитие туризма имеет как преимущества, так и недостатки.

**2.3. Туризм в Самарской области.**

По данным Всемирной туристической организации (ВТО) , Российская федерация в 1998 году находилась на 16 месте в мире по получаемым доходам от по международному туризму, а по числу иностранных грждан, прибывших в Россию – на 13.

Создание системы, стимулирующей въезд в Россию – в первую очередь туристов из экономически развитых стран,- за счет снижения визовых средств и отмены других платежей, в частности сбора за программное оформление, является одним из мероприятий, направленных на усиление государственного регулирования туристической деятельности. Такженеобходимо провести активизацию некоммерческой рекламы туристических воздействий страны, в том числе за счет бюджетных ассигнований, что является важнейшим условием обеспечения конкурентоспособности отечественного туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках.

Не в последнюю очередь , средства бюджетов субъектов РФ и внебюджетных источников, направляемые на финансирование текущих мероприятий по развитию туризма на территориях субъектов РФ, используются в рамках регионального туризма.

Для развития внутреннего туризма России необходимо наличие исключительно благоприятных географических и культурно-исторических условий. Для развития въездного туризма – активная, профессионально подготовленная реклама туристических возможностей России на мировом рынке, направленная на создание првлекательного имиджа страны.

Различные оздоровительные учреждения, а также организации. оказывающие услуги в сфере туризма и рекриационного обслуживания , в ходе выполнения своей хозяйственной деятельности осуществляют определенное воздействие на окружающую природную среду в виде выбросов и сбросов загрязняющих веществ. Поэтому необходимо разрабатывать определенную политику в плане охраны природных объектов от напора вредного воздействия научно-технического прогресса, во благо сохранения природной среды с последующим полноценным ее использованием в целях привлечения внимания к данному виду туристического ресурса.

Природа Самарского края, окрещенного "Волжской Швейцарией", с сочетанием благоприятного климата, обилием целебных источников и живописного ландшафта давно считается источником вдохновения для людей искусства и является как признанным местом отдыха отечественных и иностранных туристов, так и объектом инвестирования в развитие туризма на волжских берегах.

Для Самарской молодежи предпочтительной формой проведения досуга является отдых в родных пенатах. Молодежные турбазы - в основном бывшие пионерлагеря, ведомственные турбазы или базы отдыха институтов - в изобилии расположены на берегах рек Самары, Кондурчи и Волги. Жилищным фондом таких турбаз являются бревенчатые домики с минимальной комфортностью, питание в местных кафе за дополнительную плату. Проживание на такой турбазе обойдется в 25 рублей в сутки на человека. Особое отличие таких турбаз - близость к водоему.

Турбазы чуть выше классом "Чайка" (остров Зелененький), "Тихий плес" (озеро близ Поляны им. Фрунзе) предлагают двенадцатидневный отдых с трехразовым питанием стоимостью от 1200 до 1600 рублей. Среди предлагаемых на турбазах такого уровня развлечений - дискотека, волейбольная площадка, прокат водного и спортивного инвентаря.

Средний класс предпочитает отдыхать на турбазах с определенным набором услуг и видов развлечений. Такие заведения представляют собой несколько фундаментальных кирпичных строений с расположенными в них номерами разной степени комфортности. Так, например, сутки проживания в “Лесной жемчужине” (р. Кондурча, 40 км от Красного Яра) стоят от 160 до 210 рублей на человека в двухместном однокомнатном номере. Питание трехразовое. Из дополнительных забав - конная прогулка на орловских рысаках, финская сауна. Традиционно имеются спортивная площадка, футбольное поле, Дом творчества, библиотека.

Не теряет свою популярность пансионат "Жигули", расположенный в зеленой зоне города Тольятти на берегу Жигулевского моря.

Прекрасный в любое время года отдых в двухместном двухкомнатном номере с видом на славное море, живописные горы или сосновый лес, обойдётся в 3830 рублей.

Туристический комплекс "Самара" построен на берегу Волги (напротив села Винновка), имеет трехместные двухкомнатные номера, охотничий домик, несколько коттеджей. Набор услуг претендует на элитное качество при приемлемых ценах. Проживание в зависимости от номера стоит от 788 до 904 рублей. Охотничий домик обустроен тремя спальнями и сауной.

Проживание в нем стоит 3135 рублей на 12 дней. Проживание в коттедже на тот же срок встанет в 3040 рублей. Из дополнительных услуг комплекс может предложить отдыхающим бассейн (детский, взрослый), теннисный корт, бильярд, тренажеры, прокат водного транспорта и телевизора, детскую игровую комнату. Для детей предусмотрено более 100 программ занятий с квалифицированными воспитателями. Организуются также дискотеки и выступления артистов с концертными программами. Ресторанное питание обеспечивает теплоход "Валериан Куйбышев".

Индустрия же элитного отдыха в Самаре пока не получила такого распространения, как, например, на черноморском побережье. Однако красоты "Волжской Швейцарии" по достоинству отмечаются инвесторами турбизнеса. Так, в сосновом бору недалеко от реки Сок построен гостиничный комплекс "Славянская деревня". Комплекс состоит из двух отелей на 6 и 8 номеров. В каждом отеле есть спортивные тренажеры, солярий, сауна, бассейн. На территории комплекса располагается несколько коттеджей с каминным залом, тремя спальнями, мини-сауной и бильярдом. Все номера оборудованы кондиционерами, телефонами, мини-барами. Размещение в одноместном номере "люкс" не менее чем на двое суток с завтраком и ужином обойдется в 530 рублей на человека плюс 110 рублей за полный пансион.

Аренда коттеджа в "Славянской деревне" стоит 3150 рублей. Предлагаются также услуги конференц-зала на 50 человек. Первый час конференции стоит 525 рублей, каждый последующий - 100 рублей.

Одним из самых известных санаториев российского уровня остается санаторий Министерства здравоохранения и Управления делами Президента РФ "Волжский утес", расположенный в селе Усолье Шигонского района. Путевка на 21 день в обычный номер стоит 13200 рублей. Дом охотника или дом рыбака обойдется в 2500 рублей в сутки. Проживание, совместимое с лечением, стоит от 16500 рублей (обычный номер) до 29700 рублей (президентский люкс). Санаторий располагает всеми необходимыми и дополнительными средствами развлечения: финская и русская бани, тренажерные и спортивные залы, теннисный корт, бассейн, обычные велосипеды, водные мотоциклы, катамараны и т.д. Тем, кто проходит параллельно курс лечения, предлагают современное оборудование и профессиональный уход.

В Самарской области предложений о совмещении отдыха и лечения достаточно много. На сегодняшний день все самарские санатории имеют хорошую медицинскую базу - современное оборудование и квалифицированный персонал. Несомненной гордостью сети самарских санаториев является курорт федерального значения "Сергиевские минеральные воды", удостоенный ордена "Знак почета". Курорт расположен в 120 км от города Самары на берегу уникального, единственного в России сероводородного озера, грязи которого приемлемы для лечения многих заболеваний органов кровообращения, спинного мозга, костно-мышечной и нервной систем. Кроме того, в этом санатории имеется единственный в России комплекс по лечению спинальных больных. Путевка в "Сергиевские минеральные воды" на 24 дня с трехразовым питанием и соответствующими процедурами стоит в среднем 5500 рублей, с размещением в двухкомнатном номере "люкс" - 9000 рублей.

Санаторий "Красная Глинка", расположенный в непосредственной близости от города Самары на берегу Волги, специализируется на лечении заболеваний сердечно-сосудистой системы, органов пищеварения, нарушений обмена веществ. Здесь при лечении используются целебные свойства собственной минеральной воды “Красноглинская”. 24 дня в этом санатории стоят 5580 рублей, в номере “люкс” - 7200 рублей.

Санаторий им. Чкалова (Поляна им. Фрунзе) располагает новейшим оборудованием общетерапевтической направленности для реабилитации больных, перенесших инфаркт миокарда. Цена путевки – 5500 рублей, номер люкс - 11000 рублей за 24 дня.  Санаторий "Волга" (7-я просека) может предложить лечение сердечно-сосудистой

системы, опорно-двигательного аппарата, центрально-периферической нервной системы с использованием более 50 новейших видов лечебных тренажеров.

Минимальная стоимость 12 дней с питанием, проживанием и лечением составляет 2300 рублей.

Пансионат "Самарский": двухместный номер на 21 день - 4800 рублей, "люкс" - 9000 рублей.

Более комфортные и, следовательно, более дорогие услуги предлагает филиал Можайского военного санатория. 21-дневное проживание стоит 7350 рублей, "люкс" - 11000 рублей.

К элитным и пользующимся спросом, в том числе и у иностранцев, видам туризма относятся круизы по реке Волге. Пятидневный круиз до Нижнего Новгорода и обратно на теплоходах "Максим Горький" или

"Константин Коротков" в каюте с кондиционером и душем, включая питание, концертные программы и экскурсии, обойдется любителям отдыха на воде в 3900 рублей. Как правило, теплоходы предлагают к услугам отдыхающих пивной бар, видеосалон, сауну.

В разгар белых ночей Самарские турагентства предлагают cемнадцатидневный круиз до Санкт-Петербурга по стоимости 14500 рублей с посещением всех близлежащих по пути следования достопримечательностей.

Жемчужиной в природной "короне" Самарского края поистине является заповедник - "Самарская Лука", предлагающий своим посетителям пешеходные и конные маршруты, охоту и рыбалку. Для людей с обостренным чувством восприятия и развитой фантазией в Каменной чаше может быть явлен НЛО. Компания "Интурист" предлагает вертолетные прогулки над Жигулевскими горами. Зимой на Красной Глинке - дивные горнолыжные трассы. Тот, кто побывал в Малой или Большой Царевщине, обязательно вернется сюда вновь и вновь. Место это славится не только своими историческими традициями, но и имеет, по мнению экспертов, приоритетное географическое местонахождение: благополучно расположенная роза ветров формирует на довольно большой и очень живописной территории вдоль Волги на удивление постоянно хорошую погоду. Именно поэтому Царевщина является самым излюбленным и почитаемым местом отдыха как самарцев, так и приезжих. Охотничьи угодья Самарского края богаты: здесь водятся косуля, кабан, лось, европейский олень, тетерев, утка.

Познакомьтесь с Тольятти – автомобильной столицей страны. Это город контрастов: с одной стороны, крупный промышленный и деловой центр, с другой стороны – центр образования и культуры. Тольятти известен во ваем мире прежде всего как центр автомобильной промышленности. Его называют «русским Детройтом». В мире хорошо известна торговая марка «Лада». Стариное парусное судно – ладья – стала символом автомобиля, завода и самого города. Это визитная карточка автозавода. Помимо автозавода в городе функционируетр 59 предприятий, на которых производятся около 2% всей продукци России. Это – автомобили, трансформаторы, каучук, миниральные удобрения, фосфор, моющие средства, оборудование для производства цемента, строительные и отделочные материалы и многое другое. Совокупная промышленная продукция оценивается в 17.198,9 млн. рублей, поэтому город и весь Самарский регион представляет большой интерес для деловых людей.

Самарский регион является сегодня, по оценке авторитетного журнала «Эксперт» , одним из наиболее привлекательных для зарубежных инвесторов, К тому же регион занимает первое место по минимуму экономического и политического риска. Об интересе со стороны западных бизнесменов говорит тот факт, что с предприятиями региона сотрудничают такие всемирно известные фирмы, как «Бош» , «Хенкель», «Дженерал Моторс», «Фольксваген» и другие. Не случайнот именно здесь с 1991 года проводятся Международные Деловые встречи «ИнтерВолга». Цель встреч – участие в разработке инвестиционной политики г.Тольятти, привлечение инвестиций, вуыход продукции предприятия за пределы региона. В установлении международных контактов, поиске деловых партнеров оказывают помощь Торгово-промышленная палата и управление внешних и международных связей Мэрии города.

Существующая фирма “WEKOMЕ” помогает установить контакт с организациями города, а также совместить деловую поездку с отдыхом. Фирма “WEKOMЕ” организует конные прогулки, рыбалку, туристические поездки по окрестностям городак.

Выставка “ИнтерВолга 2000” была посвещена развитию туризма в Самарском регионе. Наш регион обладает огромным потенциалом в этой области деятельности. Город стоит на берегах великой реки Волги с ее песчаными пляжами. В Жигулевских гораж находится пекрасный национальный парк , лесопарки с разнообразной флорой и фауной. Жигули называют жемчужной Средней Волги. Ученные давно обратили внимание на особое географическое положение, на своеобразие климатических условий, необычное соседство различных видов растений и животных.

Экскурсионно-образовательная программма включает в себя посещение национального парка Самарская Лука с восхождением на самую высокую из Жигулевсих гор – гору Стрельную, осмотр пещеры Степана Разина, посещекние этнографического музея в селе Большая Рязань, домика-музея Репина. Среднее Поволжье – регион самобытный, с неожиданным сменением народностей, культур и религий Европы и Азии. Это находит свое отражение в народном эпосе и песнях.

Во время вашего путешествия вы также познакомитесь с самим городом Тольятти. Вы побываете на Волжском автозаводе, осмотрите три района и его достропримечательности. Вы увидите образцы памятников древнего зодчиства, Святого Креста, а также музеи и выставки. Вы сможете узнать много нового об обычаях, традициях, быте и культуре народов Поволжья, посетить художественные салоны и приобрести изделия народных промыслов.

5 марта 2001 года в “Интерклубе” АО “АвтоВАЗ впервые состоялась ярмарка городских событий Тольятти «Культурный экспресс», цель который по большей части состояла в том, чтобы «разнооразя»культурную жизнь города, привлечь деньги в его экономинку.

Оновные задачи ярмарки ее организаторы-мэрия города Тольятти, Академия Бизнеса и Банковского дела и тольяттинский дом журналистов – видят в продвижении проектов событийного характера, направленных на привлечение туристов, таких, напрмер, как Жигулевская круговсветка, автогонки различные шоу, соответствующий поиск партнеров и помощь в создании туристического продукта.

По словам главного идейного вдохновителя мероприятия Рыбаковой Юлии Львовны, для участия в ярмарке отбирались наиболее яркие проекты и события межрегионального и городского масштабов, способные привлечь туристов 2001 году. И во время проводившейся акции у каждого участника была возможность познакомиться со всеми перспективными проектами. Также за время ярмарки был сформирован календарь городских событий на 2001 год, многие из которых являются своеобразной визитной карточкой Тольятти: Грушинский и джазовый фестивали, «Музейный пикник», Жигулевская кругосветка , «ИнтерВолга», тенисный турнир.

Давно известно, что хорошо развитая индустрия туризма приносит немалый доход казне как города, так и государства и дает дополнительные возможности для оздоровления экономики , которыми нам грешно было бы не воспользоваться.

В Управлении Внешнеэкономических и международных связей мэрии города прошло заседание оргкомитета международных деловых встреч «ИнтерВолга-2001» Тема кофференции определена так- «Туризм России.Перспективы развития » Для обсуждения будут вынесены следующие вопросы:

Предоставление транспортной, инженерной и иной инфраструктуры области и города по туризму;

Окружающая среда, уникальные особенности Самарской Луки;

Роль финансовых займов и инвестиций в развитии туризма;

Регулирующий контроль в туристическом бизнесе;

Потенциал внутреннего туризма Самарского региона.

В рамках «ИнтерВолги-2001» планируется проведение крупной региональной выставки по туризму. Несмотря на расширение программы конференции, предварительная стоимость участия осталась неизменной- $ 45.

Участникам «ИнтерВолги-2001» будет предоставлена возможность не только хорошо поработать, но и хорошо отдохнуть в санатории «Волжский Утес».

**Санаторий «Волжский утес»**

Санаторий "Волжский утес": « Если нравится Вам чистый воздух лесной, если манят Вас море, задумчивый плес, приезжайте и летом, и снежной зимой за здоровьем и отдыхом в "Волжский утес"!

Санаторий "Волжский утес" раскинулся на живописном берегу Жигулевского моря, у подножия Жигулевских гор. Здешние места за красоту и экологическую чистоту воздуха называют Волжской Швейцарией. Современный лечебно-оздоровительный комплекс, чарующая природа Жигулей, естественные минеральные источники и целебные грязи делают санаторий уникальной здравницей России. Здесь успешно лечат болезни сердца и сосудов, опорно-двигательной и нервной систем.   Санаторный комплекс включает в себя корпуса для проживания гостей, приема лечебных и оздоровительных процедур, парк с прогулочными дорожками, спортивными площадками, пляж, лодочную станцию, "Рыбацкую деревню", "Харчевню", "Чайный домик", построенные в традициях деревянного русского зодчества. На берегу реки Усы, притоке Волги, в живописном лесном массиве гостеприимно встречает отдыхающих "Дом охотника", рядом с которым поблескивает "зеркалом вод" большой красивый пруд.    В общем комплексе лечебных мероприятий волжского курорта основу составляет активный санаторный режим. Для тдыхающих организуются пешеходные и велосипедные прогулки, катание на лодках и купание, водные экскурсии, а зимой - лыжные прогулки, катание на коньках. Гармоничное взаимодействие человека с природой дает великолепный лечебный результат.   К услугам гостей "Волжского утеса" - комфортабельное здание из шести жилых этажей и двух этажей лечебно-оздоровительного и сервисного назначения. В нем находятся круглосуточный пост медицинского персонала и блок неотложной медицинской помощи. Корпус для проживания соединен переходом с лечебным корпусом, в котором расположены спортивные залы и залы для занятий лечебной гимнастикой, плавательный бассейн, а также кабинеты для приема процедур массажа, гидромассажа, ингаляций, паратного электролечения. Там же размещены отделения функциональной диагностики, стоматологический и гинекологический кабинеты, кабинеты иглорефлексо- и психотерапии, рентгенологии и лаборатория. В уникальной по своим возможностям водолечебнице отпускаются общие ванны с использованием минеральной воды, процедуры лечебной сероводородной грязи, ароуглекислые ванны, гидромассаж в минеральной воде и гидрокинезотерапевтический лечебный комплекс.  Питание гостей отличается разнообразным меню, озволяющим учитывать индивидуальные привычки, вкусы и при этом согласованным с врачом-диетологом.   В санатории имеется комфортный киноконцертный зал, примыкающий к основному зданию. В "Волжском утесе" есть парикмахерская, киоск курортных товаров, функционирует кабельная идеосистема, из каждого номера предоставляются услуги автоматической междугородной телефонной связи.

**Санаторий "Сергиевские Минеральные Воды"**

  Какая все-таки это дорогая вещь (и хрупкая!) - наше здоровье! Чуть что не так - именно оно поглощает все наши мысли и деньги... Поэтому так важно вовремя начать лечиться, и если есть хоть малейшая возможность - оспользоваться лечебной силой курортов, расположенных недалеко от дома.   Больному не стоит менять климат. А если в Самарской области расположен такой, без преувеличения знаменитый курорт, как Сергиевские Минеральные Воды, а в соседней Ульяновской области не менее известные Ундоры - значит, считайте, нам повезло.   Чудодейственные возможности самарского курорта известны уже более 165 лет. Здесь вылечивают болезни сердца, крови, нервной системы, опорно-двигательного аппарата, мочеполовых органов, кожи, а также профзаболевания. Особо следует отметить прекрасные результаты единственного в стране отделения для спинальных больных (с заболеваниями, травмами и ранениями спинного мозга), а также лечение детей больных детским церебральным параличом (ДЦП). Этому способствует богатство лечебных факторов, подаренных самой природой: минеральные воды и сульфидная иловая грязь озера Молочка. И, без сомнения, талант врачей и внимание всего персонала плюс новейшие методы лечения. Благотворно воздействуют и прекрасный старинный парк, и озера, поэтому лучшее время пребывания тут - лето и "золотая осень".   Чудесный парк, заложенный еще в прошлом веке, окружает и санатории курорта Ундоры. Он асположен недалеко за Ульяновском, на живописном берегу Волги, где оборудован пляж. Вода "Волжанка", ничуть не уступающая всемирно известной "Нафтусе" из Трускавца, богатый опыт врачебного коллектива, забота и внимание плюс разнообразные виды лечения делают чудеса. Под их воздействием отступают хронические заболевания печени, почек, желчного пузыря, желудочно-кишечного тракта, мочеполовой сферы... В нашем загрязненном мире немного таких исцелений, какие дает волшебная вода Ундор!

Результаты нескольких независимых исследований помогают менеджерам курортов в разработке услуг для регулярных деловых путешественников. Компания Master Card проводила исследование, где был поставлен вопрос «При равных условиях местонахождения, цен и чистоты отеля, какие другие факторы являются наиболее важными при принятии решения?». Были получены следующие результаты: (6. С.111)

- наличие ресторана - 32%

- уровень качества обслуживания - 22%

- обстановка комнат - 14%

- контингент гостей - 11%

- наличие тренажеров и оборудования для отдыха- 14%

- предшествующий опыт - 10%

- безопасность - 3%

Таким образом, компания, в конкретном случае гостиница, курорты, заинтересованные в увеличении числа клиентов-деловых путешественников и удержании числа постоянных клиентов-деловых путешественников, имея данные этого исследования, может работать над улучшением качества и расширением диапазона услуг, на которые деловые путешественники обращают большее внимание.

Благоприятное географическое расположение на берегу великой русской реки Волга способствует развитию водного туризма региона. Существование национального парка токого как “Самарская Лука” уже не допускает пренебрежительного внимания, хотя отсутствие информинции о его природных богатствах приводит к этому. Недостаточно внимания к идее развития города Жигулевска как центра туризма Самарского региона . И сам тот факт существования Жигулевких гор наталкивает на идею рационального их использования. Например, уже сейчас существует такая услуга как осмотр природных пещер (спелиологя), альпинистские восхлждения.

Самарский клуб нетрадиционного туризма имени “углка Дурова” создан в 1999 году на основе самодеятельной группы водных туристов. Целью клуба является синтез всех видов туризма в один. За недолгое прошедшее время с момента создания клуба им были уже проведены такие проекты как:

* водно-горный
* водно-спелиологический
* водно-подводный

В этом году планируются:

* лыжно-парусный
* велосипедно-водный
* различные походы на выживание

Также члены клуба, как большинство туристов, занимаются самостоятельным проектированием и изготовлением сняражения, регулярно бывают на Грушинском фестивале.

Туристическое агентство “Гермес-Самара-тур” взяло на себя смелость развития туризма в самарском регионе. За последнее времая фирма открыла несколько маршрутов, которые призваны показать туристам, что отпуск можно провести не только на Канарах .Идея, очевидно, оказалась плодотворной. В этом году турфирмам стало сложнее работать, сложности, как правило, финансовые. Например, агентство предлагает большой выбор круизов по Волге, а в этом году пароходство заметно ужесточило условия фрахтования судов. Теперь пароходство работает по предоплате и может остановить теплоход в любой точке маршрута из-за неоплаты фракта. Что в свою очередь влияет на стоимость путевки в большую сторону. Конечно, с ростом цены на путевки ответственность фирмы за качество сервиса только вырастает, поэтому в каютах «Максима Горького» по прежнему работают кондиционеры, вечерами на теплоходе по-прежнему работают коллективы, работает сауна с циркулярным душем, пивные бары. Сделано все для того, чтобы турист во время круиза чувствовал себя по-домашнему. Конечно, фирма старается пойти на определенные уступки клиентам и предоставляет льгогты инвалидам, пенсионерам, молодоженам, детям и постоянным клиентам. Фирма предлагает новые маршруты исходя и пожеланий самих туристов. В прошлом году удалость договориться о сотрудничестве с руководством с руководством санатория «Волжский Утес» , и теперь предложен маршрут с двухдневной стоянкой в этом санатории. Этот маршрут должен привлечь туристов в Самарский регион.

Задача данного агентства – привлечь в наш регион как можно больше туристов не только со всей России, но из-за рубежа. «Гермес-Самара-тур» аккредитован в МИДе, чтобы эффектовнее работать на внешнем рынке.

В самарском Международном институте рынка проходят семинары «Развитие туризма в Самарской области». Решение о проведении семинара приняло правительство Японии по просьбе самарского губернатора Константина Титова. Этот семинар проводят специалисты японского института развития междунакродного туризма. Цель этого мероприятия – привлеч. Инвестиции в сферу обласного туризма.

Еще одна встреча произошла в Торгово-промышленной палате г.Тольятти. Ее посетил ведущий проектов агентсво «Senter» при Министерстве экономических дел Нидерландов Эрик СМИДТ. Данное агентство является координатором программ сотрудничества со странами Центральной и Восточной Европы (нидерландское сокращение PSO). Которое включает в себя ряд всеобъемлющих мероприятий, напраленных на налаживание экономических связей между правительством Нидерландов и субъектами федерации РФ. Как сказал господин СМИДТ, основная цель данного сотрудничества – это помощь торгово-промышленным палатам Самарского региона в создании и запуске ряда проектов. Одним из проектов, разрабатываемых ТПП , о котором было рассказано гостю, направлен на развитие туризма в Самарском регионе.

Активизировать формирование рыночных отношений в экономике России, принести быструю финансовую отдачу должно преимущественное развитие отраслей, восприимчивых к новым для нашей страны формам собственности. В полной мере это относится к туризму, резеры которого велики.

Мировой опыт показывает, что наиболее благоприятной экономической средой для развития туризма является рынок. Естественно, что и сама эта отрасль, и входящие внее предприятия, ориентируясь в своей деятельности непосредственно на потребителя, призваны сыграть активную роль в формировании рыночного пространства, включающего многие сферы и отрасли, в той или иной мере обеспечивающие развитие туризма. Высокие требования, которые сфера туризма уже в силу своей специфики предъявляет к смежным отраслям, способствует не только созданию новых рабочих мест, повышению профессионализма, совершенствованию технологий, предоставлению новых комплексов разнообразных услуг, но и становлению наиболее эффективных форм собственности и хозяйствования, совершенствованию законодательной базы, повышению деловой активности, развитию конкуренции в этой фере.

С экономичесой точки зрения привлекательность развития туризма как составногй части сферы услуг – в более быстрой окупаемости вложенных в нее средств и в получении дохода в свободно конвертируемой валюте. Так, на долю международного туризма приходится около 7% доходов от мирового экспорта. При этом в абсолютном выражении они уступают только доходам от экспорта нефти, нефтепродуктов и автотранспорта, почти вдвое превышая доходы от экспорта металлоизделий, втрое – теле-радиоаппаратуры, более чем втрое – от экспорта зерна и газа.

Если обратится к статистике по нашей стране, то в 1992 году по сравнению с 1989 годом валютные поступления упали с 1,5 млрд. До 200 млн. Дол.ларов в год . В это же время резко увеличилось количество наших сограждан, выезжающих за границу. В 1991 г. Их численность составила 10,8 млн.человек, а их расходы за границей – 2,1 млрд. Долларов США, исходя из средних расходов на поездку, составивших в 1991г. Около 190 долларов. Резкая смена направлений туристических потоков имела место после отмены в 1988г. Государственного регулирования и бюджетного финансирования туризма в стране.

Динамика показателей была снижена также из-за разрыва традиционных связей между странами бывшего СССР, очагов напряженности на популярных у туристов маршрутах, отсутствие координации между регионами, ужесточения пограничных и таможенных формальностей и т..

В это время приорететное развитие получили новые формы управления и хозяйствования. Финансовое бремя было перенесено с «плеч» государства и акцент сделан на использование внутренних резервов предприятия. Механизм хозяйствования предполагал работу по двум моделям: первой, основанной на нормативном распредеклениии прибыли., и второй, основанный на нормативном распределении дохода.

Хозрасчетные отношения, на которые была переведена отрасль в соответствии с Постановлением Президиума ВКП СССР №3-4 от 18 марта 1991 г. «О преобразовании туристко-экскурсионных объединений, предприятий и организаций профсоюзов в систему акционерных обществ», потребовали повышения роли коммерческой деятельности, являвшейся стержнем социально-финансовой деятельности предприятий. Таким образом, основными задачами развития сферы туризма стали: расширение объемов реализации услуг, максимальное использованиеимеющейся материальной базы, продление сезона работы, предоставление туристам широкого набора дополнительных платных услуг, создание модернизировнаной системы продажи путевок и туров, изучение спроса на туристический продукт для различных социально-демографических и пофессиональных групп населения и др.

И уже в 1991г., согласно статистическим данным, было зарегистрированно свыше 1000 фирм, работающих в сфере туризма, а в середине – более 1500. В основном это небольшие фирмы, занимающиеся приемом и обслуживанием иностранных туристов. Специализация фирм зависла от их местонахождения и расположения региональными туристическими ресурсами. Их число не увеличело объемы иностранного туризма в Россию, а лишь перераспределило раннее сформированные потоки потоки.

# *4. Заключение*

Туризм принадлежит к сфере услуг и является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

Однако, местные власти не располагают сегодня достаточной материально-технической базой и не имеют практических механизмов управления экономическими и социальными процессами. Это в полной мере относится и к сфере отечественного туризма, успешное развитие которой возможно только на основе применения соответствующих принципов, методов и форм управления.

Разрушенно большое колличеством памятников, сооружений исторического характера , происходит вредное воздействие на окружающую среду, следовательно необходимо выделять средства на поддержание этих объектов, в противном случае нам будет нечего использовать для привлечения патенциальных туристов на отдых и экскурсию.

Лицензирование турфирм : органы исполнительной власти лишены возможности в полной мере контролировать данный вид деятельности, что приводит к появлению на рынке туристических услуг недобросовестных участников, а следовательно и низкий уровень данного вида услуг, и не мало важным является то, что это ведет к недоимке сборов в бюджет, что в свою очередь приводит к нехватке выделенных средств на развитие внутреннего туризма в общем объеме финансирования со стороны государства.

## *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

1. Peter F. Drucker. Management. Tasks. Responsibilities. Practices. New York, 1973.
2. Академия рынка. М., 1993.
3. Ветитнев А.М. / Маркетинг. 1997. № 6 . С. 64-68.
4. Витерс Д., Випперман К. Как продать свои услуги. СПб., 1994.
5. Голубков Е.П. / Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1. С. 110-118.
6. Ильина Е.Л. Штыхно Д.А. / Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 1. С. 10-16.
7. Кириллова А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. СПб., 1996.
8. Концепция реорганизации и развития туризма в РФ: Концепция утв. Указом Президента РФ от 22.12.95.- 28.12. (N 247). Собрание законодательства РФ.- 1995.- дек. (N 52).
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. СПб., 1994.
10. Лебедев О.Т., Филиппова Т.Ю. Основы маркетинга. СПб., 1997.
11. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М., 1996.
12. Самарские известия / Май, 2000.
13. Попова Р.Ю. / Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 1998. №1(13). С. 28-31.

13. Пивоварова М. Стратегии привлечения клиентов в индустрии

гостеприимства: /Маркетинг в сфере туризма, досуга, сферы услуг//

Маркетинг.-2000.- март (N2).

1. Расторгуева И. Так что же такое туризм и почему им нужно

управлять.Бизнес.-1998.-окт. (N 9-10).

1. РФ. Федеральный Закон. Об основах деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон РФ от 24.11.96г. N 132-ФЗ. Собрание законодательства РФ.- 1996.- (N 49).
2. Концепция реорганизации и развития туризма в РФ: Концепция утв. Указом Президента РФ от 22.12.95.- 28.12. (N 247). Собрание законодательства РФ.- 1995.- дек. (N 52).

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |  |  |