

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАБЕРЕЖНОЧЕЛНИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА «ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»



И.И. Стратилатова

Планирование туризма на региональном и местном уровнях

Электронный образовательный ресурс для студентов направления подготовки

43.03.02 Туризм

Набережные Челны 2018 г.

УДК 338.482.:303.4.

ББК 65.433.

Планирование туризма на региональном и местном уровнях. Электронный образовательный ресурс для студентов направлений подготовки 43.03.02 Туризм / Составитель: Стратилатова И.И. – Набережные Челны: НЧИ К(П)ФУ, 2018. – 73 с.

Электронный образовательный ресурс предназначен для студентов направлений подготовки 43.03.02 Туризм, изучающих дисциплину «Планирование туризма на региональном и местном уровнях», по образовательным программам бакалавриата.

Рецензенты: кандидат педагогических наук, доцент Аетдинова Р.Р.
кандидат экономических наук Исхаков И.К.

Размещается по решению учебно-методической комиссии экономического отделения Набережночелнинского института (филиала) К(П)ФУ (протокол № 8 от 25.04.2018 г.)

© Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», 2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2	Содержание дисциплины	5
3	Планы практических занятий и методические материалы для их проведения...	64
4	Промежуточный контроль успеваемости	69
6	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	73

1 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- методологию планирования туристской деятельности;
- основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования предоставления услуг туристской деятельности;
- систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии;

уметь:

- прогнозировать развитие туристской индустрии;
- анализировать существующие модели планирования, прогнозирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма;
- определять перспективные направления развития туристской деятельности;

владеть:

- методами планирования в индустрии туризма;
- навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристической индустрии;

демонстрировать способность и готовность:

- применять результаты освоения дисциплины в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта
ОПК-2	Способность к разработке туристского продукта
ПК-1	Владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме
ПК-10	Готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий
ПК-13	Способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕМА 1. ТУРИЗМ КАК ОБЪЕКТ ПЛАНИРОВАНИЯ

1. Туризм как социально-экономическая система и объект планирования.
2. Основные элементы системы туризма
3. Концепция устойчивого развития туризма.
4. Факторы развития туризма

Под современным туризмом обычно понимается «... деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями ... без занятия оплачиваемой трудовой деятельностью».

Туризм в регионе можно определить как большую открытую социально-экономическую систему, состоящую из взаимосвязанных и взаимодействующих под влиянием внешних и внутренних факторов элементов, таких как: туристы, инфраструктура туризма, региональная среда, туристские организации и иные структурные образования и элементы, деятельность которых направлена на предоставление услуг туристам в соответствии с их потребностями и возможностями на основе действующих норм и правил.

Основу туризма, его движущую силу составляют объекты привлекательности для туристов: уникальные природные объекты (каньоны, скалы, водопады), национальные парки, моря, общенациональные и религиозные праздники, крупные зрелищные и спортивные мероприятия, музеи, ярмарки, казино, красивые города и т. д. Одним из новых и перспективных объектов притягательности стал космос: там побывало уже три туриста. Такие объекты привлекательности можно назвать аттракторами.

Под туристскими аттракторами следует понимать комплекс объектов, расположенных на определенной территории, обладающих различными свойствами, которые представляют интерес для туристов и на этой основе формируют цели посещения объектов привлекательности.

Чем больше разнообразных аттракторов находится в туристской дестинации,

тем больше туристов она притягивает к себе и тем интенсивнее развивается инфраструктура туризма в этом регионе. Поэтому перед органами, занимающимися планированием и управлением туризмом стоит первоочередная задача – находить и развивать аттракторы как ядро системы, обеспечивая устойчивость развития туризма в регионе.

Для туристов интерес представляет не сам объект – аттрактор, например, Средиземное море, а его определенные свойства, обладающие характеристиками, которые мы называем характеристиками туристских аттракторов.

Для того чтобы аттракторы сохраняли свою привлекательность и, возможно, даже усиливали ее, необходимо:

1. Поддерживать на надлежащем уровне эксплуатационные характеристики .
2. Разрабатывать и внедрять новые методы демонстрации достопримечательностей.
3. Осуществлять поиск новых свойств используемых объектов.
4. Развивать аттракторы.
5. Улучшать доступность к объектам.
6. Разрабатывать программы по созданию новых центров туризма.

Туризм функционирует и развивается преимущественно за счет средств туристов, которых притягивают аттракторы. При этом важная роль принадлежит инфраструктуре обслуживания туристов. Под инфраструктурой туризма в регионе понимается система, которая включает в себя как объекты, характерные только для обслуживания туристов, так и обеспечивающую и поддерживающую инфраструктуру региона.

Введение в научный оборот понятия «туристские аттракторы» позволяет расширить представление о туризме и в дальнейшем рассматривать объект исследования как большую открытую систему, включающую в себя: объекты привлекательности (аттракторы); обслуживающую туристов инфраструктуру; региональную среду; туристов, а также внешнюю среду, структурированную по иерархии факторов влияния.

Инфраструктура туризма имеет территориальную привязку, образуя так называемую туристскую дестинацию. Термин «дестинация» (в переводе с английского обозначает «местонахождение») был введен Лейпером в середине 80-х гг. и определялся как географическая территория, имеющая определенные границы со «всевозможными» удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов.

Принципы формирования, устойчивого функционирования и развития туристских дестинаций:

1. Принцип комплексного ландшафтного строительства и компактного размещения туристских предприятий.
2. Принцип функциональной интеграции.
3. Принцип дополнительности.
4. Принцип комплексирования коммуникаций и вариантности использования объектов.
5. Принцип информатизации
6. Принцип экологичности инфраструктуры туризма.
7. Принцип опережения или предупреждения.

Туризм является составной частью региональной социально-экономической системы, т. е. имманентен ей. Развиваясь, туризм оказывает прямое и косвенное воздействие на экономику региона. При прямом влиянии расходы туристов непосредственно формируют доходы предприятий сферы туризма, а при косвенном – прямое воздействие туризма генерирует рост спроса в сопряженных отраслях.

Прямое воздействие туризма в основном проявляется на национальном уровне через госбюджет, платежный баланс и характеризуется такими показателями, как доля туристских расходов и доля налоговых поступлений от туризма в ВВП. На региональном уровне больше заметен косвенный эффект который, как правило, оценивается посредством мультипликатора.

В зависимости от видов и характера имеющихся туристских ресурсов осуществляется зонирование территории региона.

Туризм подвержен влиянию со стороны многих факторов (рис.1), выявление,

учет, анализ и использование которых в планировании и прогнозировании является важнейшей задачей обеспечения устойчивого развития туризма в регионе.

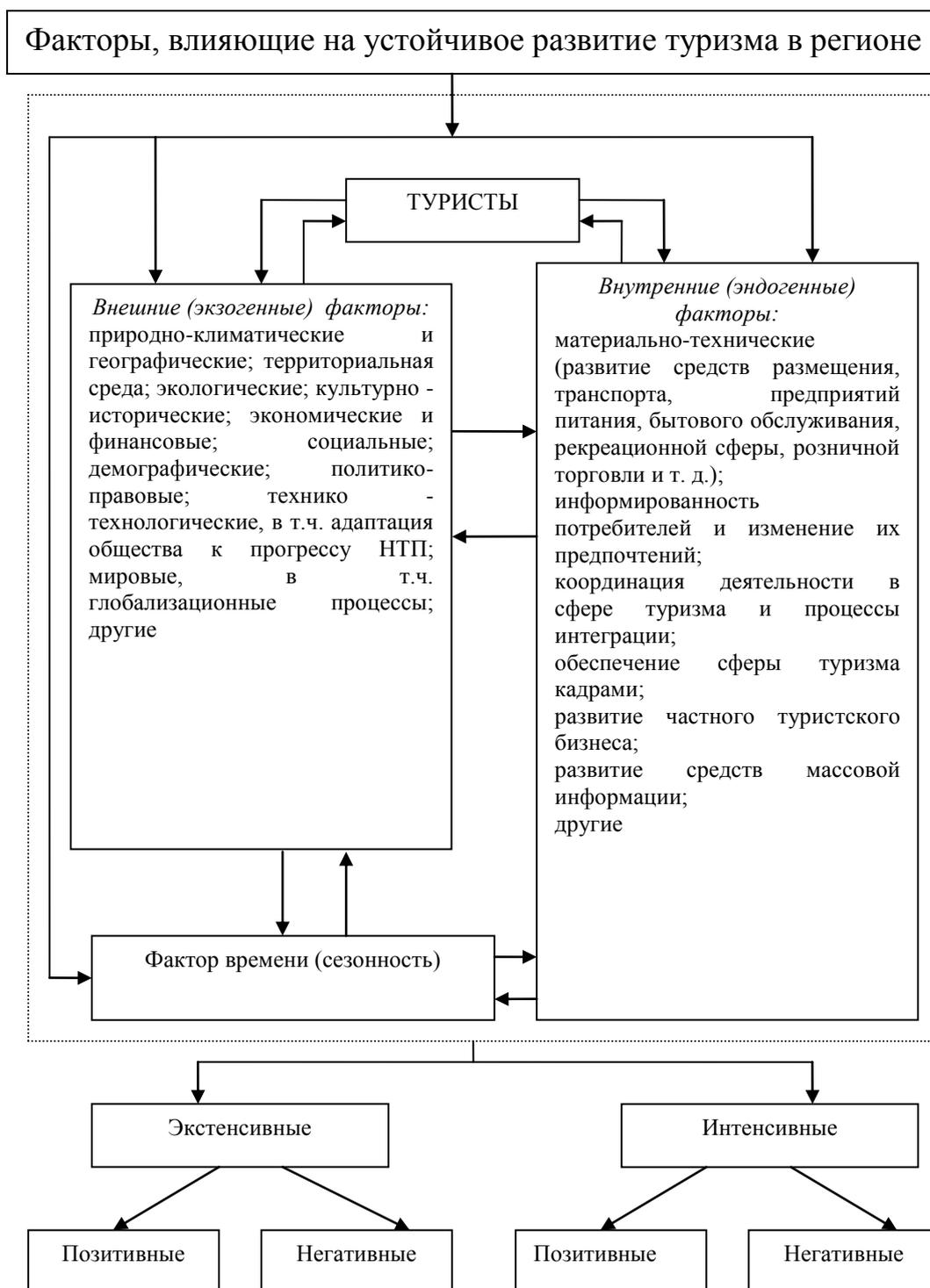


Рис. 1. Классификация факторов, влияющих на устойчивое развитие туризма

Согласно принятому в 1992 году на конференции в Рио-де-Жанейро определению, устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого

развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным.

Под устойчивым развитием туризма следует понимать создание условий с учетом воздействия внешних и внутренних факторов, обеспечивающих улучшение характеристик системы туризма при достижении динамически изменяющихся целей в границах допустимых пределов роста (ограничений: экономических, экологических, иных).

В последние годы количество факторов, оказывающих влияние на создание туристского спроса, относительно возросло. Спрос резко дифференцировался: граждане с высоким уровнем доходов имеют высокую избирательность и повышенные требования к качеству услуг. Новое качественное состояние спроса стало сказываться на туристских технологиях, а значит, на объеме и структуре предложения на рынке услуг.

ТЕМА 2 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА, ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

1. Планирование: сущность понятия, этапы.
2. Уровни туристского планирования.
3. Виды планирования
4. основополагающие принципы планирования

В экономической литературе планирование трактуется как совокупность методов и средств, позволяющих выбрать из множества возможных вариантов развития хозяйственного объекта наилучший (оптимальный), обеспечивающий наиболее эффективное использование ресурсов.

Под планированием развития туризма понимается одна из функций управления, заключающаяся в непрерывном процессе разработки планов в соответствии с поставленными целями и задачами, определяющими будущее состояние большой открытой социально-экономической системы, которой является туризм, а также методов и средств его достижения в условиях ресурсных ограничений.

Механизм планирования включает в себя:

- принципы планирования;
- определение приоритетных целей;
- обеспечение взаимосвязи между показателями;
- учет факторов и конъюнктуры развития рынка;
- анализ проблем;
- выбор оптимального варианта развития;
- контроль за осуществлением планов.

Этапы процесса планирования:

1) анализ внешней и внутренней среды (сбор и отслеживание информации о компонентах, имеющих наиболее существенное значение для развития туризма в регионе; составление прогнозов развития туризма; оценка реального положения); формулировка проблемы;

2) планирование целей (результатов) (иногда этот этап предшествует анализу среды);

3) планирование средств, необходимых для достижения целей, в том числе ресурсов;

4) принятие решений (выбор оптимального варианта развития (стратегий) и его проработка);

5) планирование реализации (готовятся среднесрочные и далее годовые и оперативные планы и программы);

6) контроль за осуществлением планов (сравнение теоретических данных с фактическими, анализ и последующее использование в планировании и управлении – выработка рекомендаций по корректировке плана для достижения его окончательных целей).

Результатом процесса планирования является система планов. План включает основные показатели деятельности, которые должны быть достигнуты к концу планового периода. Заметим, что, так как туризм является составной частью социально-экономической системы региона, то планы развития туризма должны разрабатываться в контексте социально-экономического развития региона.

Туристское планирование осуществляется на международном, национальном, региональном, местном уровнях.

На международном уровне планируются в основном услуги по международным перевозкам, туры и потоки туристов по разным странам, международные маркетинговые стратегии и рекламные кампании. В качестве субъектов планирования выступают такие организации, как Всемирная туристская организация, Международная организация гражданской авиации, Международная ассоциация воздушного транспорта и др.

На национальном уровне сущность планирования выражается в том, чтобы обозначить и определить районы развития туризма, содержащие те или иные туристские достопримечательности, а также в выработке национальной туристской политики, планов и программ по достижению желаемого состояния развития туризма, а также формированию инвестиционной политики, туристского законодательства, общей маркетинговой стратегии и рекламной кампании, разработке стратегических и тактических методов реализации туристской политики государства.

Сущность регионального туристского планирования находит свое отражение в разработке региональной политики, программ и планов развития туризма с учетом специфических условий конкретного региона. Под туристским регионом в данном контексте понимается отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в виде целостного объекта.

Местный уровень планирования отличается детализацией и использует планы по землепользованию с отведением отдельных территорий для отелей и других видов размещения, туристских достопримечательностей, зон отдыха, парков, транспортных систем и иных элементов инфраструктуры туризма. Планирование осуществляется на уровне туристского центра, туристского курорта и туристских аттракторов.

Планирование на уровне участка - это очень детальное планирование местоположения и планировки зданий и построек, парковой зоны, ландшафтной архитектуры и организации инфраструктуры, используемых в туризме.

Все виды планирования могут быть систематизированы по таким основным классификационным признакам, как уровень управления, характер планирования, степень охвата, длительность временного интервала, цель достижения.

По уровню управления следует различать планирование на макроуровне, мезоуровне и микроуровне.

По характеру планирование подразделяют на директивное и индикативное.

Директивное планирование предусматривает, чтобы государственные планы имели силу закона, все уровни руководства несли ответственность за выполнение плановых заданий.

Индикативное планирование - это система, которая опирается на выявление желательных целей, а не на приказы для их достижения. Индикативное планирование предусматривает косвенное воздействие на предприятия туризма и гостиничного хозяйства через систему регуляторов (нормативов и льгот).

По степени охвата конкретных сторон деятельности планирование подразделяют на общее и частичное.

По длительности временного интервала - на долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное.

Долгосрочное планирование в основном характерно для крупных турпредприятий (туристских комплексов, системы туризма в целом) и насыщенного рынка. Долгосрочные планы определяют общую стратегию предприятия. Они содержат главные стратегические цели на перспективу, сроком от трех до пяти лет и более.

Выделяют следующие этапы долгосрочного планирования:

- формирование предпосылок;
- постановка проблем, формулирование целей;
- разработка новых стратегий «продукт - рынок».

Долгосрочные планы включают в себя среднесрочные и краткосрочные планы.

Среднесрочное планирование рассчитано на срок от двух до трех лет. В рамках среднесрочного плана конкретизируются прогнозируемые на перспективу показатели. Выявляются расхождения с прогнозами. Среднесрочный план

предполагает детализацию разделов и показателей (план эксплуатационной деятельности гостиничного хозяйства; план по труду; план маркетинга; финансовый; план ресурсного обеспечения; план доходов и прибыли и т.п.).

Краткосрочное планирование охватывает период до одного года. Краткосрочные планы реализуются через составление календарных программ при контроле за их исполнением.

По целям достижения можно выделить следующие виды планирования: стратегическое, тактическое, оперативное.

Задачей стратегического планирования является разработка возможных целей и стратегий развития туризма (задач, программ и ситуационных планов, инвестиционных, которые в свою очередь зависят от выбора стратегических решений) и определении необходимых для достижения ресурсов, формировании политики, направленной на мобилизацию и рациональное использование этих ресурсов.

Тактическое планирование представляет собой конкретизацию стратегического. Тактическое планирование - это принятие решений о том, как должны быть распределены ресурсы организации для достижения стратегических целей.

Оперативное планирование. Оно базируется на планах конкретных действий, мероприятий, акций, которые обеспечивают достижение намеченных целей. Это планирование отдельных операций в общем хозяйственном потоке в коротком и среднем периодах, например, планирование потока туристов, планирование маркетинга и т.п.

Под принципами планирования понимают общие правила осуществления процесса разработки планов и их взаимоувязки по «уровням планирования»

Впервые общие принципы планирования были сформулированы А.Файолем, это: необходимость, единство, непрерывность, гибкость (адаптивность) и точность. Наряду с этими принципами на практике необходимо использовать еще и такие принципы, как: научность, целенаправленность, устойчивость, системность,

комплексность, экологичность, безопасность, оптимальность, принцип участия, холизма, профессионализма и эффективности.

Научность планирования основывается на изучении, использовании объективно действующих законов и закономерностей развития природы и общества, использовании данных, объективно отражающих стартовые условия и тенденции развития туризма в регионе, применении методов, отвечающих целям развития туризма.

Принцип необходимости означает повсеместное и обязательное применение планов при выполнении любого вида туристской деятельности.

Единство как принцип предполагает, что планирование должно иметь системный характер и предусматривает разработку общего плана социально-экономического развития туризма в регионе.

Принцип непрерывности планов заключается в том, что процесс планирования должен осуществляться постоянно в рамках установленного цикла; разрабатываемые планы должны следовать один за другим.

Целенаправленность предполагает обоснование в первую очередь стратегических и тактических целей развития туризма.

Следование принципам гибкости (адаптивности) и устойчивости означает, что планирование необходимо осуществлять с учетом возможных изменений факторов внешней и внутренней среды, которые могут обусловить корректировку целей устойчивого развития туризма, приоритетов и механизмов их реализации.

Системность означает необходимость использования элементов системного анализа в каждом управленческом решении, а также элементы и свойства теории больших систем, такие как: неаддитивность, эмерджентность, синергичность и т.д.

Комплексность в управлении сферой туризма означает необходимость всестороннего охвата всей системы планирования, учета всех сторон, всех направлений, всех свойств, всех факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие туризма.

Точность. План должен быть составлен с определенной степенью точности, т.е. конкретизирован и детализирован в той степени, в какой позволяют внешние и внутренние факторы, действующие на региональную систему туризма.

Следование принципу экологичности означает необходимость минимизации антропогенных воздействий на природу, экологизации всех сфер туристской деятельности путем интегрирования функции планирования по целям экологического развития, своевременное решение экологических проблем, развитие экологического мировоззрения людей.

Следование принципу безопасности означает необходимость разработки механизмов по обеспечению личной, экономической и иной безопасности в туристской деятельности.

Принцип оптимальности позволяет выбрать наилучшую из альтернативных возможностей достижения поставленной цели.

Участие как принцип предполагает важность самого процесса планирования с точки зрения вовлечения в него всех заинтересованных в развитии туризма в регионе сторон.

Принцип холизма состоит из двух частей: координации и интеграции. Координация устанавливает, что туристскую деятельность в регионе нельзя планировать эффективно, если ее выполнять независимо от других видов деятельности. Интеграция определяет, что планирование, не может быть столь же эффективным без взаимоувязки планов субъектов планирования развитием туризма в регионе с планами всех заинтересованных лиц для рационального использования ресурсов.

Реализация принципа профессионализма обеспечивается специальной подготовкой всех субъектов планирования, созданием необходимой методической и информационно-аналитической базы, привлечением в случае необходимости специалистов из системы планирования регионом, специализирующихся на решении отдельных актуальных проблем его комплексного социально-экономического развития.

Соблюдение принципа эффективности означает необходимость доказательства, что именно сформированный набор целей развития туризма, функций, определенных в качестве приоритетных, намеченные пути их реализации обеспечат удовлетворение и развитие духовных и физических потребностей туристов.

Таким образом, принципы планирования, наиболее тесным образом связанные с основными методами эффективного рыночного планирования, ориентируют субъектов планирования на достижение наилучших экономических показателей.

ТЕМА 3 МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ *ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА*

1. Факторы выбора методов планирования.
2. Методы планирования
3. Риски в туризме и их классификация.
4. Методы прогнозирования в туризме: преимущества и недостатки.

Методы планирования представляют собой способы преобразования экономической информации с целью определения темпов и оптимальных пропорций развития объекта планирования, путей наиболее эффективного использования ресурсов, а также разработки плана.

Принято различать следующие методы планирования: научные, экспериментальные, балансовые, нормативные (технико-экономических расчетов), индексные, программно-целевые, экономико-аналитические, метод с использованием коэффициента эластичности, экономико-математическое моделирование и т.п.

Выбор методов планирования определяется рядом факторов:

- степенью сложности планируемого показателя и его взаимосвязей;
- протяженностью планируемого периода (методы текущего и перспективного планирования различаются);
- обеспеченностью исходной информацией, возможностью ее получения, обработки, использования в плановых расчетах и др.

Рассмотрим сущность некоторых из них.

Сущность балансового метода заключается в том, что он позволяет путем построения соответствующих балансов взаимно увязывать на основе нормативов и норм имеющиеся в наличии ресурсы (рекреационные, материальные, финансовые и т.д.) и фактические потребности туристов, т.е. установить равенства между возможностями и потребностями.

Нормативный (техничко-экономических расчетов) метод, предполагающий использование при расчете показателей плана технико-экономических нормативов, которые позволяют обосновать величину этих показателей. Техничко-экономические нормативы характеризуют рациональное использование культурно-познавательных, материальных, трудовых, финансовых и иных ресурсов.

В практике планирования широко применяется экономико-аналитический метод. Он заключается в том, что при разработке плана экономические явления и процессы изучаются путем анализа их отдельных частей, а также совокупности в целом. Анализ позволяет установить зависимости между показателями и наметить изменения в плане в соответствии с имеющимися ресурсами и заданными целями.

В процессе обоснования плановых показателей, разработки и принятия плановых решений важную роль играют экономико-математические методы, в частности, методы линейного, динамического, эвристического и стохастического программирования. На основе методов линейного программирования решаются задачи оптимизации плановых показателей.

При планировании устойчивого развития туризма в регионе, необходимо обеспечить прогнозирование вероятности наступления (проявление) рисков и размеры тех отрицательных последствий, к которым они приведут.

Под риском многие авторы, такие как: А. И. Бланк, К. А. Кирсанов, Е. С. Стоянова и другие понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери, вытекающие из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человека.

Факторами рисков можно управлять, то есть использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры по снижению степени риска. При этом эффективность

воздействия на факторы риска в развитии туризма во многом определяется классификацией рисков, позволяющей определить характер возможных последствий.

На рис.2 представлена классификация рисков на внешние и внутренние в зависимости от источника их проявления. Это позволяет разработать методы и принципы их выявления и устранения, что является одним из основных аспектов устойчивого развития туризма в регионе.



Рис.2. Классификация рисков в развитии туризма.

К внешним рискам следует относить риски, которые не связаны напрямую с использованием потенциалов региона для развития туризма, но оказывающие на его формирование и развитие значительное (порой, доминирующее) влияние.

К внутренним рискам, следует относить риски, которые проявляются непосредственно в процессе формирования и использования потенциалов региона

для развития туризма. В отличие от внешних рисков они легче поддаются прогнозированию, выработке мер, а также методов по их упреждению.

Таким образом, риски в различной степени взаимосвязаны и представляют собой систему с сильными и слабыми связями, которые могут проявляться в виде цепной реакции (наступление одного риска, может повлечь за собой возникновение другого(их) риска(ов)).

Прогнозирование (от греческого *prognosis* – знание наперед) представляет собой получение информации о будущем, разработку на перспективу изменений состояния объекта в целом и его Прогнозирование - это предвидение определенного события. различных частей.

На сегодняшний день существует множество различных методов прогнозирования: экспоненциального сглаживания, экспертных оценок, интервью, «мозговой атаки», составления сценариев, дерева целей, матричный метод, метод Дельфи, метод ожидания потребителей и т.д..

Все методы прогнозирования дополняют друг друга, а соответственно могут использоваться совместно. Одним из эффективных средств для организации прогнозирования развития туризма в регионе, объединяющий как качественный, так и количественный подходы, является метод сценариев. Сценарий - это описание (картина) будущего, составленное с учетом правдоподобных предложений.

Использование сценарного прогнозирования в развитии туризма в условиях рынка способно обеспечить:

- лучшее понимание ситуации, его эволюции;
- оценку потенциальных угроз;
- выявление благоприятных возможностей;
- выявление возможных и целесообразных направлений туристской деятельности в регионе;
- повышение уровня адаптации к изменениям внешней среды.

ТЕМА 4 ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

1. Стратегия. Типы базовых стратегий.
2. Стратегическое планирование: типы и этапы.
3. Формирование целей и задач стратегического развития туризма и механизм их реализации
4. Проблемы формирования системы стратегического планирования и управления туризмом
5. Роль и деятельность государственных и региональных органов управления в области стратегического планирования и развития туризма
6. Программы развития туризма в регионах России: общее, особенное и причины не выполнения
7. Понятие «региональный туристский мониторинг»: цели, задачи, принципы, показатели.

Стратегия представляет собой обобщающую модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов.

Стержнем любого плана развития туризма в регионе является его базовая стратегия.

Наиболее распространенными типами базовых стратегий являются:

- стратегия роста;
- стратегия стабилизации или ограниченного роста;
- стратегия выживания.

Стратегия роста применяется в случае динамично развивающейся отрасли. Разработка такой стратегии осуществляется путем систематического значительного повышения краткосрочных и долгосрочных показателей целей.

Стратегия стабилизации традиционно используется в зрелых отраслях. При этом характерным является установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом изменений окружающей среды. Это наименее рискованный способ действия.

Стратегия выживания - оборонительная стратегия. При этом уровень целей устанавливается ниже достигнутого.

Выбор того или иного стратегического подхода в качестве базового зависит от результатов, полученных на стадиях стратегического анализа и целеполагания.

Стратегическое планирование предполагает установление целей и увязку этих целей с ресурсами, которые будут использованы для их достижения. Поскольку эти цели и характер использования ресурсов влияют на перспективное развитие организации, стратегическое планирование ориентировано в будущее.

Субъектом стратегического планирования развития туризма являются государственные, региональные и муниципальные органы управления туризмом, а также руководящие структуры предприятий туризма. Объектом стратегического планирования выступают вся инфраструктура туризма, а также социально-экономические процессы, протекающие в системе туризма.

Стратегическое планирование в туризме базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой стороны - на прогнозах по различным направлениям туристской деятельности, а также различным областям общественного развития (экономика, наука, техника и технология, демография, экология и т.д.).

Стратегическое планирование развития туризма в регионе - это процесс моделирования эффективной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства на определенный период функционирования с установлением целей развития туризма в регионе и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, а также определение способа реализации этих целей и задач в соответствии с ресурсными возможностями региона.

Стратегическому планированию присущи степень неопределенности, временная ориентация процесса планирования и определенный горизонт планирования.

В зависимости от временной ориентации планирования, Р. Акофф выделяет четыре типа планирования: реактивное (учитывающее только прошлый опыт), инактивное («осторожное» планирование, приспособляющееся только к

настоящему), преактивное (ориентированное только на будущие изменения, при этом слабо используется прошлый опыт) и интерактивное(ориентированное на взаимодействие всех лучших идей по данным видам планирования в настоящем, прошлом и будущем).

С точки зрения горизонта планирования или периода времени стратегическое планирование может быть краткосрочным, среднесрочным и долгосрочным.

Долгосрочное стратегическое планирование охватывает период 10-15 лет. Выбор такой длительности обуславливается рядом причин и, прежде всего тем, что за этот период происходят, как правило, кардинальные изменения в науке и технике, смена основных фондов, изменения вкусов и предпочтений потребителей в сторону новых видов продуктов и услуг и т.п.

Среднесрочное планирование осуществляется на ближайшие 3-5 лет. В нем установки, сделанные в процессе долгосрочного стратегического планирования, как бы получают свое экономическое обоснование и уточнение с учетом тенденций развития хозяйственной ситуации.

На основе стратегических среднесрочных планов может производиться краткосрочное планирование. Его конкретным выражением могут быть планы развития отрасли с периодом от 1 до 3 лет. Их особенность состоит в том, что показатели ближайшего года могут корректироваться ежеквартально, а показатели второго и третьего - каждые полгода или ежегодно.

В качестве целей разработки стратегии обычно называют следующие:

- удовлетворение потребностей туристов;
- создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса,
- создание благоприятных условий для кооперации туристских, банковских структур, транспортных компаний, гостиничных компаний и т.д.;
- обеспечение развития отдельных видов туризма (социального, яхтенного, лечебно-оздоровительного и т.д.);
- повышение привлекательности региона;

- другие.

Основное содержание стратегического плана составляют формулировки:

- главной цели развития туризма в регионе;
- основных стратегических направлений достижения главной цели;
- целей в рамках стратегических направлений;
- конкретных мер по реализации выбранных стратегий с фиксацией индикаторов выполнения намеченных мер, оценок затрат и эффекта и участников реализации мер.

В процессе разработки стратегического плана выполняются следующие содержательные этапы:

- анализ (диагностика состояния региона (дестинации), изучение внешних и внутренних факторов, определяющих развитие, SWOT-анализ);
- целеполагание (определение и утверждение главной цели, основных стратегических направлений, целей);
- планирование (формирование частных стратегий достижения целей по каждому направлению и отбор мер, распределение ответственности за реализацию плана).

Организация процесса формирования и реализации стратегии развития туризма в регионе представлена на рис.3.

На всех этапах планирования необходим сбор селективной информации, формирование банков данных, что позволяет выделить общий массив данных и таким образом формировать альтернативы развития туризма в регионе.

Итогом стратегического планирования и главным инструментом стратегического управления являются документы стратегического характера: концепции, планы, программы.

Концепция – генеральный замысел (система взглядов), определяющий стратегию действий при осуществлении реформ, проектов, планов, программ.

План – модель намечаемого будущего состояния экономической системы в целом, хозяйства страны, регионов, отраслей, предприятий, компаний.

Программа – совокупность взаимосвязанных мер, план действий, направленных на достижение единой цели, решение одной проблемы.

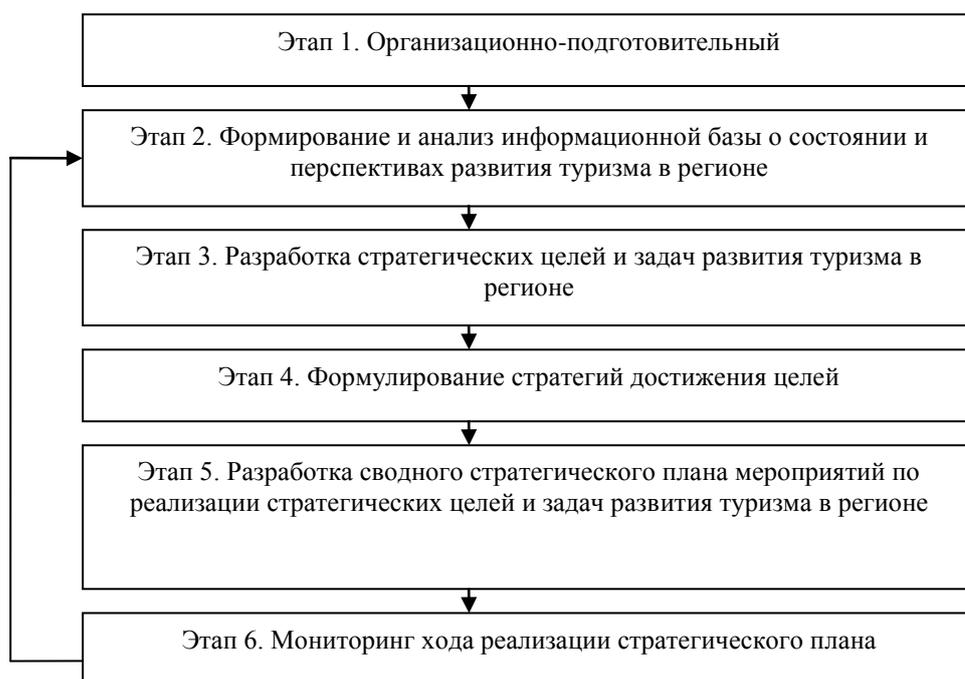


Рис.3. Блок-схема основных этапов стратегического планирования развития туризма в регионе

Осуществление эффективного стратегического планирования предполагает создание системы стратегического планирования, включающей совокупность основных элементов, таких как: процесс планирования, система планов, процесс управления планированием, а также обеспечивающих элементов: подсистемы принятия стратегических решений, организационного и информационного обеспечения, интегрированных в упорядоченной структуре.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития и развития туризма, показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне регионов, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Рассмотрим основной круг проблем обеспечения стратегического планирования развития туризма.

1. Проблема научно-методического связана прежде всего с отсутствием методических рекомендаций по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что?, в каком порядке?, каким образом? и кто? должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма; по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы как производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), так и обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

2. Огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера в сфере информационного обеспечения процесса стратегического регионального планирования развития туризма имеется, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации

3. Недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в сфере стратегического планирования развития туризма в регионах.

4. Проблема создания целостных научных основ стратегического планирования развития туризма как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

5. Исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

6. Проблема соответствия системы управления стратегическим развитием туризма кругу решаемых проблем

7. Проблемы бизнес-планирования - практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки бизнес-плана регионального проекта развития туризма.

До настоящего времени практически не удалось сформулировать основные целевые функции устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной большой территориальной социально-экономической системы. Анализ целевых блоков основных стратегических документов, определяющих перспективное развитие туризма в РФ и регионах, показал, что цели заданы на вербальном уровне, по существу, это не цели, а их качественные характеристики – целевые установки. Предлагаемый набор целей не является комплексным, измеримым, зачастую не адаптируется к возможным изменениям внешней среды, т.е. не удовлетворяет в полной мере требованиям, предъявляемым к системе стратегических целей развития социально-экономической системы.

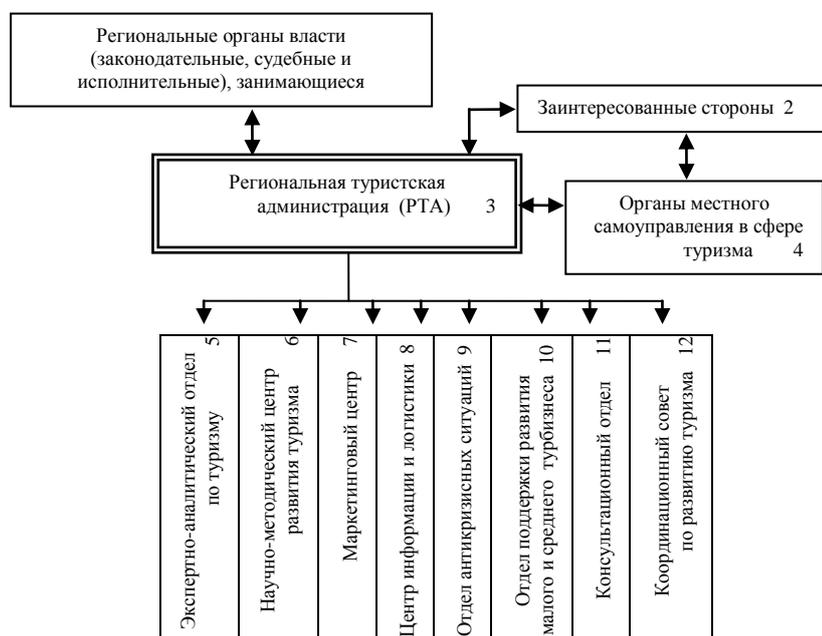
Алгоритм выработки и принятия стратегических решений по развитию туризма как части социально-экономической системы региона представлен на рис. 4.

Левая часть схемы структурирует процессы управления туризмом в регионе, а правая – процессы управления регионом. Совместное их действие формирует процессы управления устойчивым развитием туризма в регионе.

Сформулированная определенная последовательность методологических требований к управлению туризмом является основой формирования структуры управления туризмом (РТА) как частью социально-экономической системы региона

Основные функции РТА: разработка методологических аспектов и организационно-методических основ управления сферой туризма в регионе с широким привлечением всех заинтересованных сторон (например, коммерческих, финансовых организаций, представительств МИД и МВД РФ, паломнических центров различных конфессий, научных учреждений, средств массовой информации, общественных туристских организаций, ассоциаций и т.д.); координация комплексного исследования проблем развития туризма в регионе, характер и актуальность которых определяется динамикой, стохастичностью и направленностью протекающих в сфере туризма процессов; принятие концептуальных решений по

развитию туризма в регионе; разработка принципов и обоснование целей устойчивого развития туризма, стратегий, методов с использованием нормативно-правовой базы; исследование тенденций развития туризма в регионе, тенденций и закономерностей изменения факторов внешней и внутренней природы, мониторинг рынков туристских услуг в регионе, а также возможностей и потребностей туристов; анализ инфраструктурного обеспечения, в первую очередь свойства аттракторов; активизация связей, планирование и прогнозирование, выявление негативных тенденций; выявление проблем ресурсного обеспечения как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельно взятого предприятия туризма, которые анализируются и классифицируются. Эти проблемы могут быть различной природы (например, недостаточно развитая транспортная инфраструктура, дефицит мест размещения туристов, недостаток квалифицированной рабочей силы и др.). Анализ и классификация проблем позволяет концентрировать усилия на решение актуальных проблем, которые легче решать совместными усилиями заинтересованных лиц.



Примерная структура региональной туристской администрации (РТА).

Эти функции могут быть реализованы, главным образом, за счет привлечения инвестиций и вложения средств в инфраструктуру туризма, обеспечения сочетания государственных и рыночных интересов и механизмов. Кроме того, РТА

сотрудничает с органами местного самоуправления, наделенными полномочиями в сфере туризма, которые, в свою очередь, разрабатывают проекты местных программ развития туризма и представляют их на утверждение соответствующим местным органам власти, определяют источники финансирования этих программ, привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на территории дестинации к решению проблем развития местного туризма, рациональному использованию туристских ресурсов, содействуют развитию приоритетных видов туризма на территории дестинации.

Переход от решения отдельных проблем к их системному определению и разрешению требует создания в РГА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур. Основные результаты работы структурных подразделений РГА закладываются в методологию и концепцию управления туризмом, а также в формулирование стратегических и тактических целей управления системой туризма, разработку методологических и методических основ безопасности развития туризма в регионе. Это позволяет обосновать идеологию и сделать выводы о перспективности развития туризма в регионе, уточнить цели и внести коррективы в структуру потенциалов.

Эффективному планированию и управлению туризмом будет способствовать хорошо разработанная система туристского мониторинга.

Региональный туристский мониторинг - это постоянное наблюдение за состоянием туристской индустрии в регионе, качественная и количественная оценка происходящих процессов на основе определенной системы показателей, с целью эффективного управления ими и возможности прогнозирования их динамики.

Главная цель регионального туристского мониторинга состоит в обеспечении региональных органов управления полной, своевременной и достоверной информацией о процессах, протекающих в сфере туризма, о складывающейся социальной ситуации в связи с развитием туризма.

Субъектом мониторинга является региональный туристский рынок, а объектом - динамика конъюнктуры туристского рынка, происходящие качественные и

структурные преобразования в сфере туризма, прямые и косвенные доходы от туризма.

Туристский мониторинг как структурный элемент стратегического планирования развития туризма в регионе должен выполнять следующие основные задачи:

- наблюдение за ходом процессов, протекающих в сфере туризма;
- характеристика и оценка наблюдаемых изменений;
- анализ причин, вызывающих тот или иной характер их протекания;
- прогноз развития социально-экономической ситуации;
- разработка рекомендаций, направленных на преодоление негативных и активное развитие позитивных тенденций.

К мониторингу развития туризма предъявляется ряд требований:

- Достоверность (объективность) мониторинга
- Оперативность
- Систематичность
- Комплексность
- Независимость и объективность

Для наиболее полного отражения сущности социально-экономических процессов, происходящих в сфере туризма, необходимо объединить как их количественные, так и качественные характеристики. С этой целью, исходя из особенностей объекта наблюдения, в организацию мониторинга закладываются следующие принципы:

- тождественности
- системности
- репрезентативности
- экономичности
- максимальной информативности результатов оценки развития туризма в регионе с позиции принятия адекватных решений на региональном и муниципальном уровнях государственного управления.

- сочетания общеэкономических индикаторов с показателями, отражающими результативность деятельности органов государственной власти по решению важнейших экономических и социальных проблем в сфере туризма.

Исходя из принципов организации мониторинга и требований, определяется система мониторинговых показателей (индикаторов) развития туризма в регионе. При их отборе внимание уделяется соответствию показателей таким требованиям, как:

- комплексность показателя;
- функциональность показателя;
- значимость показателя для оценки социально-экономического развития республики;
- прозрачность и простота расчета;
- по возможности единая форма измерения.

Определение и оптимизация перечня мониторинговых показателей осуществляется на основе их экспертной оценки.

ТЕМА 5 ПЛАНИРОВАНИЕ ВОСПРОИЗВОДСТВА И РАЗВИТИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

1. Воспроизводство и развитие туризма: проблемы и типы.
2. Концептуальная модель воспроизводственных процессов в туризме.
3. Планирование инновационно-инвестиционной деятельности в туризме.

Современное состояние гостиничного хозяйства России и ее регионов можно охарактеризовать следующими положениями:

1. Достижения гостиничной индустрии России являются очень скромными на фоне общемировой тенденции неуклонного роста, процветания и развития данной сферы деятельности. Это является наследием советского прошлого и самоизоляции страны, а также отсутствием государственного менеджмента в настоящем.

2. Основной гостиничный фонд страны и ее регионов не соответствует международным стандартам. Исключением является та элитная часть гостиничного

фонда, которая принадлежала «Интуристу», а также построенные вновь или модернизированные гостиницы в Москве и Санкт-Петербурге с участием иностранных компаний.

3. Введенные в эксплуатацию высококомфортабельные гостиницы в Москве и Санкт-Петербурге с участием иностранных компаний позволили существенно сократить дефицит отелей высокого класса для богатой клиентуры (в основном направления делового туризма). Не смотря на высокую стоимость размещения, заполняемость отелей «люкс» остается на достаточно высоком уровне, хотя считается нецелесообразным введение в строй новых отелей такого класса в этих двух главных туристских городах России.

4. Подавляющая часть новых или модернизированных гостиниц входит в транснациональные гостиничные цепи и управляется профессиональными менеджерскими компаниями.

5. В Москве, Санкт-Петербурге и в целом в России дефицитом являются гостиницы уровня двух и трех звезд для приема и размещения как иностранных, так и отечественных туристов.

6. Большое количество гостиниц с устаревшим оборудованием, мебелью, неквалифицированным персоналом составляет фонд некатегорийных гостиниц, испытывающих большие проблемы по загрузке.

Таким образом, перед гостиничным хозяйством стоит целый комплекс задач по воспроизводству гостиничного хозяйства.

Воспроизводственные процессы в туризме можно представить в виде двух крупных блоков: воспроизводство материально-вещественной составляющей (объектов размещения, питания, культурно-исторических объектов, баз отдыха, пансионатов, туристского оборудования, рекреационной среды с наличием в ней водных, лесных, рельефных особенностей и т. д.) и воспроизводство нематериальной (духовной) составляющей и прежде всего – воспроизводство потребностей туристов – духовных носителей свойств аттракторов. Отдельную группу составляет воспроизводство человеческого фактора, оказывающего непосредственное влияние на воспроизводство выше указанных блоков

Обслуживающая туристов материально-техническая база и материально-вещественные аттракторы, т. е. объекты привлекательности (музеи, памятники культуры, зрелищные мероприятия и т. п.) подвергаются физическому, экономическому и моральному износу.

Под физическим износом основных фондов понимают материальное снашивание элементов основных фондов, постепенную утрату ими потребительской стоимости в результате их использования в процессе труда и под влиянием естественных сил природы.

Моральный износ основных фондов – это старение отдельных элементов основных фондов под влиянием технического прогресса.

Экономический износ основных фондов – обесценивание отдельных элементов основных фондов под влиянием технического прогресса.

При этом моральный и экономический износы наступают чаще всего быстрее физического. Однако по-прежнему воспроизводственные циклы в туризме в сфере материального воспроизводства устанавливаются исходя из полезного срока службы элементов (физического износа) материально-вещественной составляющей. Такой подход не совсем корректен, так как он не учитывает целый ряд факторов, имеющих большое значение для развития туризма, а именно: изменение интеллектуального уровня туристов, и, следовательно, их потребностей; моды и вкусов в мировой индустрии туризма и т. д. В связи с быстрым развитием туризма учет этих факторов становится как никогда актуальным.

Исходя из общепринятой классификации воспроизводства на простое (возобновление в тех же размерах) и расширенное (возобновление во все увеличивающихся размерах, с улучшенными качественными параметрами), отметим, что перспективное развитие туризма в условиях конкуренции в регионе должно базироваться исключительно на расширенном воспроизводстве как ориентире повышения качества и улучшения потребительских свойств туристского продукта.

Концептуальная модель воспроизводства потребностей туристов, являющаяся, по сути, общей моделью воспроизводственных процессов в туризме представлена на рис. 4.

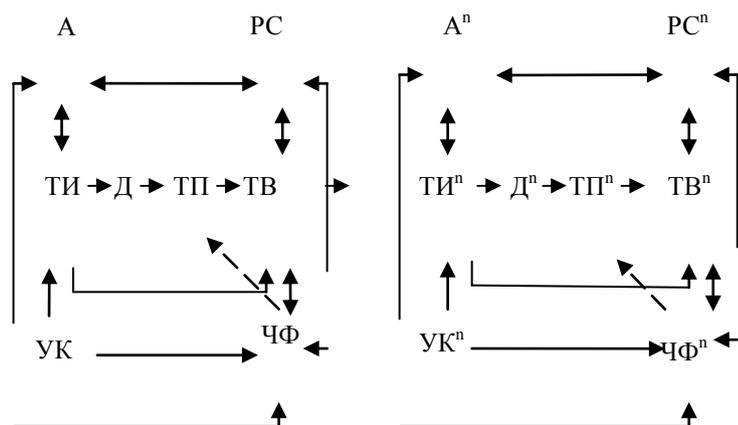


Рис. 4. Концептуальная модель воспроизводства потребностей туристов:

А – аттракторы; УК – уровень культуры; РС – региональная среда; ЧФ – человеческий фактор; ТИ – туристский интерес; Д – деньги; ТП – туристский продукт; ТВ – туристское впечатление

Основной движущей силой воспроизводства потребностей туристов выступает туристский интерес, который формируется под влиянием уровня культуры и объектов притягательности (аттракторов и их свойств).

Особенностью организации воспроизводственных процессов в туризме является тот факт, что туристская услуга должна соответствовать не только интересам туристов, прибывающих в регион, но и интересам населения региона и быть направлена на достижение благоприятных условий жизнедеятельности, сохранение и воспроизводство природных систем.

В представленной модели каждый элемент воспроизводственного процесса состоит из своего индивидуализированного воспроизводственного цикла (воспроизводство аттракторов путем создания новых, восстановления и реставрации существующих, использования новых свойств; воспроизводство туристского продукта путем увеличения количества предлагаемых услуг, совершенствования, повышения качества существующих и т. д.). При этом в зависимости от рассматриваемого уровня (микро-, мезо-, макро-) масштабы воспроизводственных процессов будут различны.

Таким образом, процесс воспроизводства является достаточно сложным и нуждается в соответствующем планировании и управлении, что обеспечит

конкурентное преимущество на отечественном и мировом туристских рынках и позволит достичь главных целей развития туризма в регионе.

В системе воспроизводственного процесса нововведения улучшают качественные и количественные характеристики каждого элемента системы туризма.

К инновациям в туризме следует относить прежде всего те новшества, которые приводят к:

- восстановлению и развитию духовных и физических сил туриста;
- качественно новым изменениям свойств аттракторов;
- повышению эффективности функционирования инфраструктуры туризма;
- повышению эффективности управления устойчивым функционированием и развитием сферы туризма в регионе;
- повышению эффективности процессов формирования, предоставления и потребления туристских услуг;
- прогрессивным изменениям факторов производства (например, уменьшение времени в пути за счет внедрения новых более быстрых видов транспорта, улучшение условий труда работников туристической индустрии, внедрение новых прогрессивных методов (механизмов) преобразования факторов производства в услуги и т.д.);
- повышению имиджа и конкурентоспособности предприятий туристической индустрии;
- стабилизации и улучшению качества используемой в туризме физико-географической среды.

Инновации (нововведения) в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающие устойчивое функционирование и развитие туризма в регионе.

Инновационный процесс в туризме достаточно специфичен. Он получает, как правило, свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности туриста, а с другой стороны, в основном благодаря принятию совместных решений туристскими предприятиями, органами управления туризмом в

регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с туризмом, инвесторами, финансовыми учреждениями, предпринимателями, поставщиками, подрядчиками и т. д., а также благодаря оценке туризма местным населением. Комплексность и трансформируемость нововведений, когда внедрение нового в одной области дает эффект (и, возможно, более сильный) в другой, составляют их сущность в туризме, а потому нуждаются в научно обоснованной организации и управлении.

К основным принципам инноваций в туризме можно отнести следующие:

1. Принцип научности, заключающийся в использовании научных знаний, методов, принципов для реализации инноваций, соответствующих потребностям туристов.

2. Принцип системности. Разрабатываемая стратегия инновационного развития сферы туризма должна учитывать факторы и условия, необходимые для удовлетворения потребностей людей в отдыхе; ресурсные возможности региона (экономические, финансовые, кадровые и др.); социальное воздействие на общество; факторы внешней среды.

3. Принцип адекватности отражения инновации потребностям туристов. Предлагаются только те новшества, которые действительно нужны туристу, а не те, которые может произвести и внедрить предприятие (организация, фирма) туризма. Только в этом случае новшество будет востребованным.

4. Принцип позитивности результатов. Неразумное, непродуманное создание и внедрение новшества, которое может быть опасно, во-первых, для туриста; во-вторых, для конкретного предприятия (средства, затраченные на нововведение, не имеющее коммерческого потенциала, могут привести к его банкротству); в-третьих, для биосферы и общества в целом (например, нерациональное использование природных ресурсов в целях туризма).

5. Принцип имманентности инвестиционным процессам. Для проведения необходимых исследований, разработки и материализации инноваций используются инвестиционные ресурсы, эффективность которых определяется степенью значимости и масштабностью инноваций. После завершения коммерческой

реализации средства возвращаются инвестору и в дальнейшем снова могут быть инвестированы в инновационный процесс.

6. Соответствие инновационной деятельности и ее результатов (новшеств) уровню развития общества. Нововведение, которое для данного общества или организации не соответствует конкретному этапу развития, не может принести пользы и быть востребованным.

7. Принцип связности. Процесс нововведения заканчивается появлением на рынке новшества, которое должно на определенном этапе жизненного цикла турпродукта/услуги вызывать потребность (идею) создания следующего нового продукта и давать финансовую возможность этому процессу.

8. Принцип безопасности. Любое нововведение должно гарантировать отсутствие вреда для окружающей среды и человека. Организация новшества предусматривает возможность причинения вреда и принимает меры по его предотвращению.

Инновационные процессы, обеспечивающие переход от одного качественного состояния объекта (продукта) к другому (более высокому), требуют затрат ресурсов, т. е. инвестиций и времени.

Обычно под инвестициями (от лат. *investre* – одевать, облачать) принято понимать вложения финансовых ресурсов «сегодня», с расчетом получить доходы в будущем. Такой подход к пониманию инвестиций является преобладающим как в отечественной, так и в зарубежной экономической литературе (его придерживаются И. Т. Балабанов, К. Р. Макконел, С. Л. Брю и другие ученые).

Инвестиции в туристскую сферу представляют собой процесс создания с помощью капитала новых туристских объектов, а также модернизацию или реконструкцию существующих, способных производить и оказывать определенные виды туристских услуг. Важным источником инвестирования в развитие туризма в регионе может рассматриваться полезная деятельность населения (использование личных средств, собственности, интеллектуального потенциала в форме безвозмездного вклада в развитие культуры, спонсирования и т. д.), создающих новые ценности; инвестиции на реализацию социальных проектов из бюджетных и

внебюджетных некоммерческих фондов.

Новое содержание инвестиционного процесса в туризме заключается в том, что:

- во-первых, сфера инвестирования в туризм должна включать внешнюю и внутреннюю территориальную среду, в которой развивается туризм;
- во-вторых, целевые инвестиции должны быть направлены на решение задач, вытекающих из целей устойчивого развития туризма в регионе как системного образования. При этом особое внимание необходимо уделить управлению внешними связями, их активизации, поиску источников инвестиционных ресурсов как привлекаемых со стороны, так и собственных;
- в-третьих, в условиях высокого уровня связности элементов туризма как системы инвестиции должны быть комплексными, а не выборочными и охватывать все жизнеобеспечивающие элементы инфраструктуры туризма (абсурдно, например, строить гостиницу на свободной территории, не обеспечивая ее инженерной инфраструктурой);
- в-четвертых, инвестиционные процессы должны быть непрерывными в силу объективных и субъективных факторов, таких как, например, изменение потребностей туристов, моральный и физический износ элементов инфраструктуры туризма и необходимость расширенного воспроизводства туризма;
- в-пятых, инвестиционный процесс должен упреждать потребности туристов, а также выход из строя какого-либо элемента инфраструктуры, способный нарушить функционирование всей системы, что требует создания определенных резервов;
- в-шестых, инвестиции должны быть сфокусированы на тех элементах и их свойствах, которые дают наибольший положительный синергетический эффект и упреждают появление негативной синергии.

Инновационно-инвестиционные ресурсы, являясь важнейшими факторами обеспечения устойчивости развития туризма, обуславливают необходимость экспертизы новшеств, разработку инновационных стратегий. Объединение и целевое системное использование инвестиций позволяет уменьшить значение факторов

вероятностной природы и увеличить значение факторов комплексного, планомерного, достаточно точно прогнозируемого состояния и развития всей системы «туризм».

ТЕМА 6 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

1. Туристские ресурсы и потенциалы: понятие и структуризация.
2. Кадастр туристских ресурсов: понятие, принципы и цели.
3. Формы и методы ресурсного обеспечения развития гостиничного хозяйства
4. Планирование потребности в туристских кадрах.
5. Нормирование в туризме

Туристские ресурсы - природно-климатические, исторические и социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию физических сил. Иными словами, это совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта, который представляет собой комплекс услуг, предоставленных туристским предприятием гражданам.

Функциональное назначение туристских ресурсов заключается в удовлетворении духовных потребностей (получение новых знаний, посещение учреждений культуры и т. д.) и восстановлении физических сил туристов.

Объективная особенность туристских ресурсов региона заключается в том, что ими могут пользоваться не только туристы, но и другие категории потребителей, в том числе местное население.

Полнота удовлетворения туристских потребностей может быть определена такими специальными признаками туристских ресурсов: комфортность, емкость, целесообразность использования, комплексность.

Основой процесса формирования и использования туристских ресурсов является туристский интерес (потенциал еще не увиденного) и туристские впечатления (потенциал уже увиденного).

Таким образом, туристские ресурсы представляют собой совокупность свойств различных аттракторов и объектов обслуживания, образующих туристскую систему, которые целевым образом объединяются в туристские пакеты, способные удовлетворить потребности туриста.

Туристские ресурсы региона разделяют на три группы: природные, природно-антропогенные и антропогенные ресурсы. Природно-антропогенные и антропогенные ресурсы (по возможностям использования их туристами) не безграничны. Они имеют определенный объем (потенциальный запас), время использования, условия эксплуатации и стоимость. В качественном отношении эти ресурсы различны и дифференцированы (рис.8).

Приведенная структуризация туристских ресурсов региона позволяет планировать и прогнозировать рациональное использование однородных ресурсов. Планирование туристских ресурсов должно идти от формирования потребностей в отдыхе и изучения этих потребностей к созданию объектов-аттракторов, обладающих свойствами, в наибольшей степени удовлетворяющими туристов. Наличие ресурсов – необходимое условие для деятельности предприятий в туристской отрасли, исходная и основная предпосылка создания благ и удовлетворения потребностей (осуществление цели). Если бы не было цели, то не было бы и ресурсов. Для обеспечения развития любой системы нужны ресурсы, формирующиеся в составе ресурсных потенциалов региона.

В широком смысле слова понятие «потенциал» (от лат. *potentia* – сила, мощь) означает «средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенной цели, осуществления плана, решения какой-либо задачи; возможности отдельного лица, общества, государства в определенной области». Неиспользуемая часть потенциала называется резервом.

Под туристским потенциалом региона следует понимать совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом потенциалов, которые используются в туристской деятельности, а также новых, сформированных в процессе этой деятельности и использующих факторы производства региона.

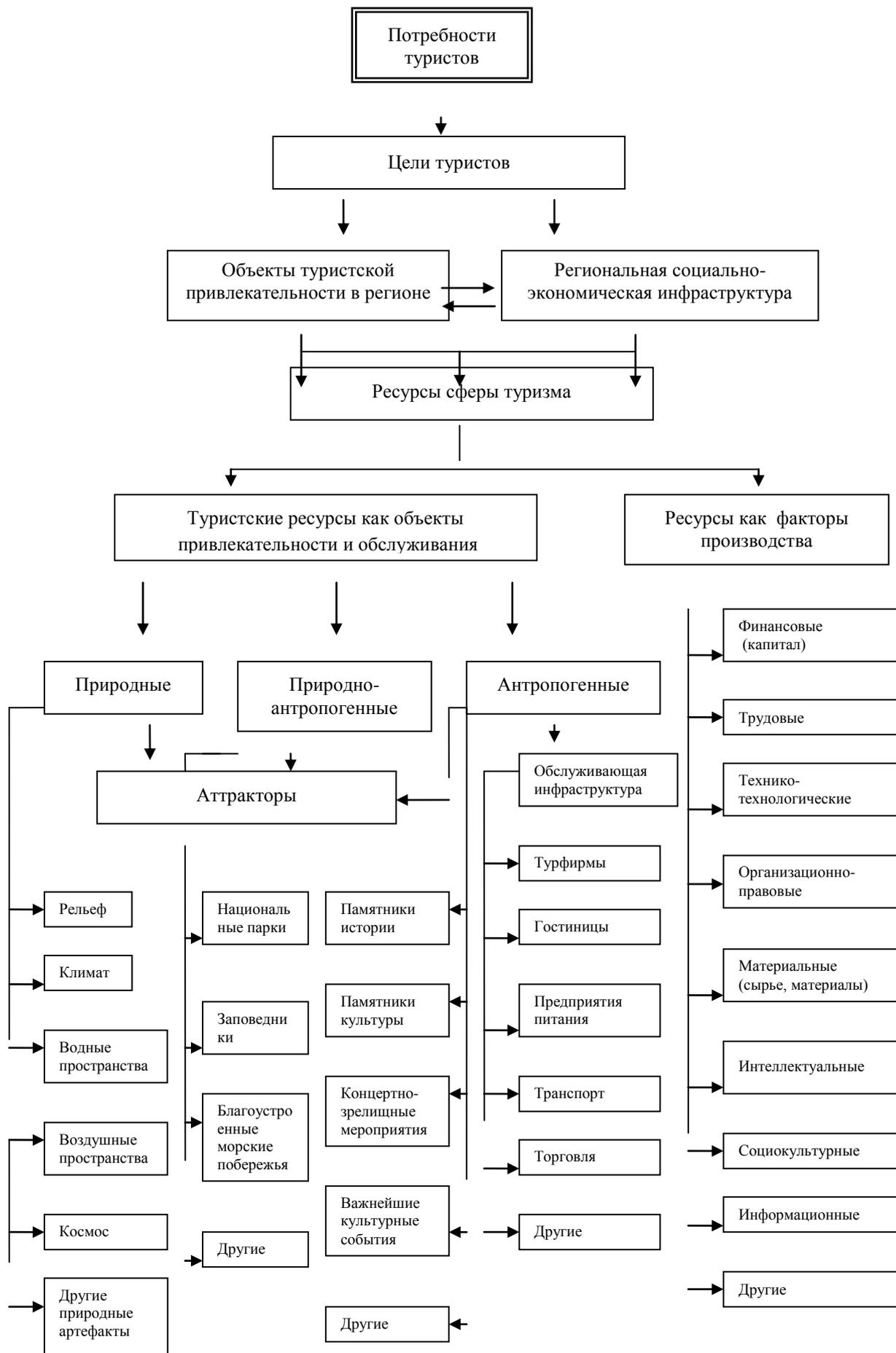


Рис. 5. Целевая структуризация туристских ресурсов в регионе

Это понятие следует отличать от понятия «потенциал для развития сферы туризма в регионе», под которым понимается совокупность взаимодействующих и взаимосвязанных потенциалов региона и внешних по отношению к региону потенциалов, которые могут быть использованы для развития сферы туризма в регионе.

Рассматривая структуру потенциалов региона, используемых в сфере туризма, необходимо выделить те, формирование и развитие которых обеспечит его устойчивое развитие. Эти потенциалы формируются и развиваются под воздействием потенциала потребностей туристов, который диктует и степень использования потенциала возможностей региона. Именно потенциал потребностей является источником и движущей силой развития туризма в регионе, на него должны быть ориентированы все остальные потенциалы. Очевидно, что центральным звеном, ядром, образующим потенциал потребностей, являются туристы. Наличие в регионе того или иного туристского потенциала уже является основой, побудительным толчком к развитию в нем определенного вида туризма.

Ниже раскрывается сущность формирования и эффективного использования основных потенциалов.

Экономический потенциал определяется как возможность расширенного воспроизводства полезных (общественно необходимых) элементов и их свойств для целей устойчивого развития туризма.

Организационный потенциал может быть рассмотрен в двух аспектах: как структурный потенциал и как потенциал функции управления. Структурный потенциал определяет иерархию системы, ее связи, роль и место каждой структурной единицы. Организационный потенциал функции управления понимается как обоснование и выбор элементов управляемой и управляющей систем, а также установление пространственно-временных и причинно-следственных связей между ними.

Связующим звеном между туристами и сферой услуг (туризмом) является информационный потенциал, на основе которого формируется потенциал управления. Процесс формирования и развития информационного потенциала

обычно определяется целевыми установками и включает сбор, анализ, переработку, классификацию информации и принятие решений на основе обработанной информации.

Для развития туризма в регионе необходимо наличие рекреационно-ресурсного потенциала, определяемого как «совокупность природных возможностей конкретного региона с учетом сложившихся в нем культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации разнообразной рекреационной деятельности, направленной на улучшение состояния здоровья и восстановление сил местного и приезжающего на отдых населения».

Важнейшее значение для устойчивого развития туризма в регионе имеет экологический потенциал, характеризующий те стороны взаимоотношений человека с окружающей средой, которые обуславливают выживание, развитие, существование, репродукцию, демографическую динамику региона, отдельных его слоев и индивидуумов.

Одним из центральных потенциалов, который тесно связан с развитием туризма, является историко-культурный потенциал, включающий в себя всю социокультурную среду региона – язык, обычаи, традиции, верования, особенности бытовой и хозяйственной деятельности.

Большое значение в сфере туризма как большой открытой системе имеет потенциал связности. Связность определяется совокупностью процессов, причинно-следственных связей разной природы (материально-вещественных, информационных, других) между элементами внутри и вне системы, обеспечивающих ее целостность. Чем крупнее регион и выше уровень развития туризма в нем, тем сложнее и динамичнее связи, тем большее значение приобретает связность. Разрушение связности приводит к разрушению системы, лишает ее свойств целостности. Количественной характеристикой потенциала связности, на наш взгляд, может выступать, например, показатель доли туризма в валовом региональном продукте (ВРП).

Наличие того или иного потенциала региона уже является основой, побудительным толчком к развитию в нем определенного вида туризма. Так, наличие

природного и экологического потенциалов региона формирует экологический туризм, рекреационно-ресурсного потенциала – оздоровительный, спортивный, рыболовный, охотничий и т. д.

Рассмотренный выше перечень региональных потенциалов для развития туризма не является исчерпывающим, так как их количество зависит от поставленных целей, способов их достижения и необходимых для этого ресурсов.

В процессе планирования необходимо учитывать ряд особых системных свойств потенциалов региона для развития туризма:

- Возможная инверсия позитивных и негативных потенциалов, обусловленная целями применения потенциалов и уровнем управляемости.
- Взаимопроникновение потенциалов образует общие области совместимого использования для разных целей.
- Способность к декомпозиции и синтезу, объединению с другими потенциалами дает возможность создавать новые потенциальные ресурсы (диверсификации, самоорганизации, связности и другие).
- Открытость потенциалов во внешнюю среду обуславливает их участие в воспроизводственных процессах не только в регионе, но и за его границами.
- Двойственность потенциалов, т.е. возможность использования их как туристами, так и не туристами.

Структура использования потенциалов непостоянна, удельные веса их участия могут меняться при решении конкретных проблем, сезона, моды и т.д., то есть потенциалы подвижны.

В настоящее время отсутствуют реальные представления о существующем состоянии и наличии различного вида туристских ресурсов. Системный учет состояния последних и определение их значения в развитии туризма региона возможно лишь при введении системы туристско-рекреационных кадастров.

Согласно словарю туристских терминов, кадастр - это систематизированный свод сведений, составляемый периодически или путем непрерывных наблюдений над соответствующим объектом. Кадастр туристских ресурсов - обобщенная

(экономическая или экологическая) потребительная (стоимостная или балльная) оценка туристских ресурсов.

Основная цель создания кадастра - это выявление путей наиболее эффективного использования всех предпосылок развития туризма в различных регионах. Для этого в кадастре должна содержаться комплексная характеристика туристских ресурсов, включая их детальный учет и классификацию, качественную и количественную оценку экономической эффективности освоения, анализ использования и его основные перспективы, а также важнейшие мероприятия по охране туристских ресурсов.

Кадастровый учет следует вести в отношении трех основных категорий туристских ресурсов:

- природные ресурсы;
 - природно-антропогенные и антропогенные аттракторы региона, которые являются одним из важнейших элементов (составляющей) туристского продукта;
 - обслуживающая инфраструктура региона как антропогенный ресурс.
- Формирование данной статьи кадастра туристских ресурсов региона значительно легче, так как их видовое разнообразие строго ограничено функциональной принадлежностью.

Разработка инвестиционных проектов развития туризма и программ привлекательности туристских регионов невозможна без использования «свежих», оперативных и мониторинговых показателей и экономической оценки туристских ресурсов. В связи с этим необходимо создание Единого кадастра туристских ресурсов РФ, который бы включал следующие компоненты:

1. Оценка земельных, водных и иных природных ресурсов на предмет их использования в туристско-рекреационной деятельности.
2. Анализ климатических и ландшафтных особенностей территорий.
3. Определение территорий, имеющих федеральный, региональный и местный статусы особо охраняемых природных территорий.
4. Мониторинг экологической безопасности территорий.

5. Определение устойчивости территорий к антропогенным туристским нагрузкам.

6. Оценку территорий по насыщенности природными и культурными туристскими ресурсами и определение их аттрактивности.

7. Районирование туристских территорий в рамках существующих административных границ регионов или федеральных округов.

8. Оценка инфраструктуры и индустрии туризма на выделенных туристских территориях, в том числе:

- вместимость без размещения и питания;
- мощность предприятий транспортной индустрии;
- мощность предприятий бытового обслуживания и туристского сервиса;
- количественная и качественная оценка трудовых ресурсов.

9. Экономическая и социокультурная оценка туристских территорий.

10. Рейтинговая оценка туристских территорий и их классификация на зоны федерального, регионального (межрегионального) и муниципального значений.

11. Паспортизация туристских территорий и совокупных туристских ресурсов.

12. Разработка стандартов потребления туристских ресурсов по выделенным зонам с учетом предельно-допустимых антропогенных нагрузок на территорию.

13. Разработка Генеральной схемы размещения туристских ресурсов, туристских зон и объектов инфраструктуры и индустрии туризма.

14. Разработка федеральных и региональных каталогов и топографических карт туристского районирования и размещения туристических ресурсов.

15. Разработка системы оперативного мониторинга и контроля потребления туристских ресурсов.

16. Создание федерального реестра паспортизированных туристских территорий и туристских маршрутов.

Наиболее сложными, трудоемкими и дорогими этапами создания Единого кадастра туристских ресурсов РФ является научно-обоснованное зонирование территорий, их паспортизация и определение туристских нагрузок на территорию.

Зонирование туристских территорий производится в зависимости от их категории, целей и задач, площади, природных, историко-культурных, градостроительных и иных особенностей.

Паспорт туристской территории в зависимости от ее статуса должен утверждаться федеральными, региональными или местными туристскими администрациями.

Паспорт туристской территории должен содержать:

- наименование данной территории;
- описание ее местоположения, площади и границ;
- план территории;
- перечень зон и участков особо охраняемой природной территории и их площади (если они имеются);
- природные характеристики территории;
- иные сведения.

Единый кадастр туристских ресурсов РФ можно использовать в качестве:

- инструмента планирования и прогнозирования развития туризма в регионе;
- контроля уровня потребления и восстановления туристских ресурсов;
- инструмента для определения туристской нагрузки на территории;
- системы учета и многокритериального ранжирования ресурсов;
- экономической оценки туристских ресурсов;
- обоснования проектирования туристского маршрута;

самостоятельной информационно-справочной системы и др.

Быстрые темпы роста туризма, динамически изменяющиеся потребности туристов, высокая степень износа основных фондов поставили перед гостиничным хозяйством целый комплекс задач по новому строительству, реконструкции, современному оснащению и т.д. многих объектов размещения туристов.

Гораздо меньшая доля приходится на аренду оборудования с последующим выкупом, или лизинг, а также на использование фирменного оборудования и технологий, так как лишь отдельные отели входят в корпоративные гостиничные

цепи и ассоциации (например, Marriot, Le Royal Meridien, Best Western Hotels, Small Luxury Hotels of the World и др.).

Отношения заказчиков и фирм-исполнителей строятся в зависимости от форм собственности, источников финансирования, деловой организации и многих других факторов.

Если заказчиком являются государственные или муниципальные организации, то предложение услуг исполнителей формируется на основе тендерных торгов. Тендер, как особая форма выдачи заказов на поставку товаров (мебели, оборудования, техники и т.п.) и/или выполнение определенных работ и услуг, что позволяет привлечь предложения от нескольких подрядчиков или поставщиков с целью обеспечения наиболее выгодны коммерческих или других условий сделки для организаторов торгов.

В частном секторе независимые гостиницы решают проблемы ресурсного обеспечения по-иному. Преобладают контакты, складывающиеся на основе личных взаимоотношений, неформальных встреч на туристских выставках, ярмарках недвижимости, мероприятиях, проводимых муниципальными властями и т.п. В ходе таких мероприятий согласуется спрос и предложение услуг по строительству, реконструкции, модернизации, внутреннему обустройству и техническому оснащению гостиниц.

Лизинг, как современная форма финансирования и ресурсного обеспечения объектом гостиничного хозяйства, находится на стадии постепенного внедрения в российских условиях. В качестве своеобразного инвестиционного инструмента лизинг способствует решению задач обновления и модернизации основных фондов туристской индустрии в ситуациях, когда пользователи не располагают достаточными средствами на их непосредственное приобретение.

Важнейшая составная часть ресурсного обеспечения объектов гостеприимства - современные системы резервирования и бронирования мест размещения, транспортных и иных услуг. Преимущества компьютерных технологий, средств связи позволяют эффективно работать всем объектам туристской индустрии.

Анализ показал, что только около 30% субъектов федерации применяют современные информационные технологии в индустрии туризма.

Сегодня многие развитые страны пришли к осознанию, что недостаток туристских ресурсов является в какой-то мере риском в социально-экономическом развитии туризма. Но если страна (регион) имеет профессионалов, способных спланировать, организовать и использовать экономический инструментарий, то ресурсы могут и будут обнаружены.

Взаимодействие индустрии туризма и рынка труда складывается под влиянием многих факторов, среди которых следует выделить способность сферы услуг поглощать незанятую рабочую силу. Поскольку по образовательному цензу, уровню профессионального мастерства рабочей силы рынок труда неоднобразен, то необходимо учитывать эти особенности, дифференцируя его на три основных сегмента: высококвалифицированного, малоквалифицированного и неквалифицированного труда.

Несмотря на большие выпуски специалистов для сферы туризма, сегодня по-прежнему остается незаполненной ниша подготовки менеджеров как специалистов - универсалов широкого профиля с фундаментальным образованием на междисциплинарном стыке экономики, менеджмента, маркетинга, социологии, психологии, способных выполнять организационно-координирующие функции по межотраслевому и региональному взаимодействию в индустрии туризма в государственных (федеральных, региональных, муниципальных) структурах, крупных корпоративных организациях. Специалисты такого профиля должны налаживать связи между секторами туризма (туроператорами, турагентами, гостиницами, транспортными компаниями и т.д.), между учебными заведениями, между индустрией туризма и системой образования, между правительственными учреждениями, занимающимися туризмом и регионами.

Процесс планирования развития туризма в регионе предполагает разработку множества альтернативных стратегий, в основе которых лежат процедуры, связанные с выработкой норм, нормативов, с сопоставлением полученных результатов с ними, что определяет степень достижения целей.

Под нормой в туризме понимается количественно или качественно выраженная мера, устанавливаемая для регулирования отношений между элементами системы туризма, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления туристских услуг, а под нормативом – целевые (обобщающие) показатели, позволяющие вскрыть глубинную сущность объективно протекающих в системе туризма экономических, социальных, экологических и иных процессов. Таким образом, функцию нормирования следует рассматривать как процесс разработки норм, используемых в процессе управления сферой туризма на определенной территории.

Следует отметить, что нормы и нормативы не являются постоянными категориями, по мере развития туризма они все время изменяются и модифицируются (например, отмена 5% налога с продаж). В зависимости от региона и значимости для него того или иного ресурсного потенциала норматив имеет различное значение.

К нормированию в сфере управления туризмом в регионе предъявляются следующие основные требования.

Во-первых, устанавливаемые нормы и нормативы должны соответствовать объективным законам природы и общества, стимулировать достижение желаемого результата (цели).

Во-вторых, создание нормативной базы должно строиться на анализе соответствия сформированных взглядов в прошлом с учетом общественного прогресса, целей и задач будущего.

В-третьих, они должны обеспечивать безопасность туристов: экологическую, экономическую, политическую, технико-технологическую, другую.

В-четвертых, должен быть учтен двойственный характер возможного использования ресурсных потенциалов как для развития туризма, так и для развития региона.

В-пятых, необходимость и достаточность норм и нормативов, так как неоправданное увеличение норм приводит к снижению степеней свободы, к жесткости регламента и, следовательно, к снижению адаптивных свойств в условиях

постоянно меняющейся внешней среды; недостаточность норм выводит из поля управления факторы, которые при неуправляемом развитии объективно порождают риски, случайности и неопределенности состояния туризма как большой открытой системы, формируют потенциалы угроз, снижая безопасность.

В-шестых, нормам и нормативам должна быть придана системность и процессность, позволяющая описывать не только дискретное исходное и желаемое (целевое) состояние системы туризма в регионе, но и причины нарушения устойчивости (отклонений от целевого вектора развития), характер реально происходящих процессов.

Нормированию обычно подлежат показатели, характеризующие материально-вещественные свойства. Так, существующие нормы и нормативы, направлены в первую очередь на:

- Регулирование отношений, возникающих в процессе подготовки производства, а также производства, потребления, обмена, распределения туристских услуг между предприятиями, организациями, учреждениями туризма и органами власти.
- Регулирование отношений между предприятиями сферы туризма (преимущественно гостиницами и турфирмами) и туристами.
- Определение уровня подготовки и необходимого количества профессионально-квалифицированных кадров, работающих в сфере туризма.
- Определение необходимых условий предоставления туристских услуг, повышение качества и т.д.
- Обеспечение безопасности туристов.
- Ограничение доступа к природным и антропогенным объектам, определяемое уровнем допустимой для данных объектов антропогенной нагрузки (реальной пропускной способности) (например, рекомендательный законодательный акт «Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма»).
- Техническую и технологическую обеспеченность предприятий туризма

(например, Инструкция по санитарному содержанию помещений; Правила предоставления коммунальных услуг).

ТЕМА 7 ПРОГРАММИРОВАНИЕ КАК ПРОЦЕДУРА ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

1. Программно-целевое планирование и его особенности в туризме.
2. Целевые программы: понятие, типы, этапы формирования.
3. Структура и содержание целевой программы развития туризма. Паспорт целевой программы.
4. Вертикальная структура программ развития туризма в РФ.
5. Структура и основные характеристики отдельных разделов региональной целевой программы развития туризма.

Программно-целевой метод есть способ решения крупных и сложных проблем посредством выработки и проведения системы мер, ориентированных на цели, достижение которых обеспечивает решение возникших проблем.

Благодаря логике программно-целевого метода, выражаемой триединой формулой «цели – пути – средства», в нем удается органично сочетать принципы целенаправленности, ресурсообеспеченности, системного подхода, т.е. учета взаимосвязей и взаимодействий, свойственных процессам решения крупных комплексных проблем и управлению такими процессами.

В самом общем виде целевая программа представляет собой совокупность намеченных к планомерному проведению, согласованных по содержанию, скоординированных в пространстве и во времени, обеспеченных ресурсами разнохарактерных мероприятий, направленных на решение насущной проблемы, которое не может быть обеспечено без концентрации усилий и средств для достижения поставленной цели.

Существует большое многообразие целевых программ. в зависимости от целей, способа действий, временной протяженности, уровня их принадлежности (сферы), масштабности, роли в управлении, что позволяет упорядочить совокупность

разрабатываемых и применяемых целевых программ, выделить специфические черты методов разработки и управления реализацией разных видов программ.

Использование программно-целевого подхода в туризме в регионе позволяет в наибольшей степени учесть такие его особенности, как: системность, полифункциональность, многоцелевую направленность, разнородность ресурсной базы, различия в сроках и методах реализации управленческих решений по отдельным элементам и системе в целом, возможность привлечения различных заинтересованных лиц (субъектов права и хозяйствования, туристов и других лиц) к управлению сферой туризма в регионе, взаимодействие и необходимость координации действий многих предприятий различных отраслей, возможность и необходимость декомпозиции, анализа и синтеза туризма, совместимость и интегративную способность предприятий туризма.

Современное использование программно-целевого подхода в сфере туризма нашло отражение в разработке ряда федеральных и региональных программ при одновременном наполнении их новым содержанием и совершенствовании методического обеспечения.

Посредством программ развития туризма определяют все параметры и составляющие элементы будущей туристской структуры, методы и этапы ее формирования. Разработка региональных программ осуществляется для преодоления неравенства субъектов федерации в развитии туризма.

В разработке региональных программ целесообразно выделить рекреационно-географический (характеризующий туристский потенциал), маркетингово - аналитический (оценивающий туристский спрос и предложение) подходы, экономический (учитывающий стоимостные аспекты туристского продукта); межотраслевой (оценивающий фактическое состояние и перспективы территории объекта); инвестиционный (определяющий структуру финансирования и ожидаемую эффективность проекта) и другие. Сравнительный анализ некоторых зарубежных и отечественных подходов к планированию и составлению программ развития туризма приведен в табл.2 и 3.

Таблица 2 Основные отечественные подходы к планированию и составлению программ развития туризма

Подход	Основа	Краткая характеристика подхода
Ресурсно-географический	Туристский потенциал	Сбор и систематизация данных о туристском потенциале региона. Оценка туристских ресурсов по доступности, безопасности, аттрактивности и т.д., дифференцированная для различных форм и видов туризма
Маркетинго-аналитический	Спрос и предложение	Определение места региона на отечественном и международном туристских рынках. Определение приоритетов туристского развития. Оценка существующего и перспективного туристского предложения региона на основе потребностей и спроса, расходов туристов и пр.
Социально-экономический	Социально-экономическое развитие региона	Систематизация и оценка вариантов развития туризма в регионе по их эффективности. Оценка влияния развития туризма на регион
Политико-управленческий	Организационно-управленческая структура и законодательство	Выбор наиболее эффективных вариантов развития туризма. Модификация законодательной базы. Совершенствование управленческой структуры в регионе
Проектный	Региональные проекты	Выработка конкретных территориально-планировочных решений в рамках инвестиционных проектов

Таблица 3 Некоторые зарубежные подходы к планированию и составлению программ развития туризма

Подход	Основа	Период возникновения	Краткая характеристика подхода
Физический	Инфраструктура	60-е г. XX в.	Анализ туристских ресурсов и оборудования. Составление программ строительства и землеустройства. Оценка их окупаемости
Стандартизированный	Стандарты	Начало 70-х г. XX в.	Оценка стандартов единиц пользования. Инвентаризация ресурсного потенциала региона. Сопоставление имеющегося спроса и емкости территории. Составление программы развития региона
Экономико-политический	Социально-экономическая политика	Середина 70-х г. XX в.	Более детальная оценка туристских услуг. Обзор ресурсов и соответствующей инфраструктуры. Сравнение потребностей и ресурсов

			для определения потенциала развития и ограничений. Определение альтернатив программы. Выбор варианта
Моделирующий	Моделирование системы	80-е г. XX в.	Использование моделей для выявления тенденций туристского спроса, анализа возможных проблем в использовании ресурсов проверки последствий принятой политики планирования
POSOLP-подход	Турпродукт	80-е г. XX в.	Обзор и анализ туристских ресурсов и рынков. Анализ туристской политики. Детальная планировка. Оценка последствий развития туризма в регионе

Программно-целевой подход в обосновании развития туризма должен использоваться с опорой на синтезированное сочетание в первую очередь как рекреационно-географического, так и маркетингово-аналитического подходов (комплексный подход). При этом представляется целесообразным дифференциация целей и разделение функциональных задач для программ федерального и регионального уровней.

Программы федерального целевого уровня должны ставить целью разработку национальных туристских продуктов и продвижение их на мировом рынке, т.е. внимание должно быть сосредоточено на развитии въездного туризма, его поддержке посредством последовательной государственной политики, создании имиджа.

Региональные целевые программы должны конкретизировать развитие сферы туризма с позиций своей специализации на его отдельных видах применительно к въездному и внутреннему туризму с учетом возможностей формирования турпродуктов по основным составляющим элементам и контингентам потребителей.

В настоящее время в России сложилась следующая вертикальная структура целевых программ развития туризма (рис.6).

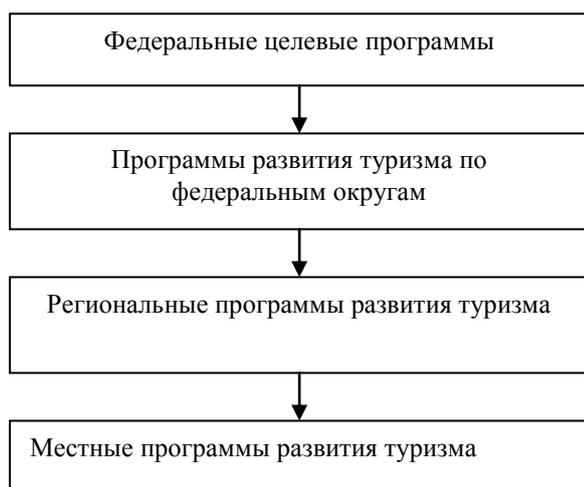


Рис.6. Вертикальная структура программ развития туризма

Сравнительный обзор программных документов некоторых регионов России показывает, что при вариативности их названий основные цели и ожидаемые конечные результаты весьма схожи и воспроизводят основные параметры федеральной программы. Так, практически в каждом регионе намечается создание современной туристской индустрии, способной внести ощутимый вклад налоговых платежей в государственный и муниципальный бюджеты, стимулировать предпринимательскую деятельность, рост рабочих мест, приток инвестиций, содействовать организации активного отдыха населения и другие.

Недостатками программ является слабое методологическое и методическое обеспечение. Программы практически однотипны, декларативны, предполагают использование преимущественно историко-культурного потенциала регионов, фактически слабо используя природный потенциал; не учитывают рекреационной емкости туристских ресурсов; имеют недостаточно ясные предложения по перспективам туристского развития. Слабо прописан организационно - экономический и финансовый механизм реализации таких программ.

Типовая структура целевой программы, которая может быть разработана для развития туризма в регионе, как правило, включает в себя следующие разделы:

I. Содержание проблемы и обоснование необходимости ее решения программными методами. В этом разделе должны содержаться рекомендации по описанию программной ситуации по каждому элементу системы туризма и ее

последствий для региона; обосновываются решения проблемы в приоритетном порядке и целесообразности использования программно-целевого подхода при ее реализации, наличие научной поддержки.

II. Цель и задачи Программы - содержит целевые показатели, приоритеты и ориентиры программы в увязке с целевыми показателями и приоритетами программы социально-экономического развития региона, которые должны быть достигнуты на основе ориентированных в пространстве и во времени этапов, средств, мер и действий, согласованных по содержанию, срокам, исполнителям, ресурсам. В этом разделе должно быть представлено технико-экономическое обоснование программы, где составляется баланс финансовых ресурсов, определяющий источники финансирования и направления финансовых ресурсов для выполнения программы.

III. Система программных мероприятий, в котором даются характеристики основных мероприятий в зависимости от обеспеченности необходимыми ресурсами и набора действий для реализации задач и перспективных целей программы. Мероприятия определяют содержание, объем, ресурсоемкость, исполнителей, этапы и сроки выполнения, механизм осуществления конкретных видов деятельности.

IV. Сроки и этапы реализации программы - определяются сроки, количество этапов и их характеристика.

V. Ресурсное обеспечение программы - ключевой раздел программы, от реальности, эффективности которого зависит в конечном итоге судьба всей программы. Состав ресурсного обеспечения формируется исходя как из потребностей программы в туристско-рекреационных ресурсах в соответствии с нормами и нормативами, так и в соответствии с наличием источников финансовых ресурсов для обеспечения этих потребностей. Содержится методика расчета предстоящих затрат.

VI. Механизм реализации, организация управления и контроль за ходом реализации программы – рассматриваются основные управленческие процедуры по формированию, рассмотрению, согласованию, утверждению и реализации программы.

VII. Оценка эффективности программы, в котором определяются основные социально-экономические параметры и эффективность программы.

Рекомендуется разработать организационно-функциональную структуру управления процессом реализации программы, технологию осуществления контроля с учетом специфики региональной программы развития туризма. Разделы программы должны содержать все необходимые обоснования и пояснения. Кроме того, содержание разделов 2, 3, 4, 5, 6 и 7 предлагается формировать в целом на весь период реализации программы и по годам.

Результирующим документом, содержащем общую сводку сведений о программе, заимствованных из разных программных документов, на основании которого осуществляется реализация целевой программы, является паспорт Программы.

Процесс формирования целевой программы развития туризма в регионе представляет собой совокупность следующих этапов:

1. Аналитический этап
2. Этап разработки стратегии.
3. Этап формирования целевой программы устойчивого развития туризма .
4. Этап оценки ресурсных возможностей.
5. Этап мониторинга процессов реализации и учет промежуточных и конечных результатов выполнения программы.

Практика программирования предполагает тщательное ресурсное обоснование возможности решения проблем программным методом, чтобы показатели программы были выполнены, а задачи реализованы.

Инициаторами постановки проблем для программирования могут выступать в регионе как органы власти и управления сферой туризма, так и предприятия туризма, а также общественные организации, предприниматели, отдельные граждане и т.д.

Анализ Программ развития туризма в регионах России показал, что они преимущественно составлены на достаточно высоком уровне с учетом ошибок предыдущих программных документов, однако не лишены недостатков, которые можно устранить путем реализации ряда первоочередных мероприятий (на примере региональной целевой программы "Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области").

1. В Программе маркетинговая деятельность в основном сводится к рекламно-выставочной деятельности, рассчитанной на усредненного туриста. Поэтому необходимо усилить маркетинговую составляющую, именно: следует проводить более полный анализ потребностей туристов по всем сегментам, что усилит целенаправленность рекламы и, следовательно, ее действенность.

2. Отсутствие четкого механизма стимулирования инвестиционной деятельности. Проще говоря, необходимо определить и отразить в программе кто?, кого?, за что? и каким образом? будет стимулировать.

3. Используемый в Программе комплекс показателей не отражает в полной мере правильность выбора программного подхода к решению вопроса эффективного развития туризма на территории области. Поэтому, наряду с предлагаемыми, необходимо использовать другие количественные и качественные показатели развития отрасли (например, степень удовлетворенности потребностей туристов, пропускная способность территории и объектов туризма, степень использования инфраструктуры туризма, эффективность использования бюджетных и средств и другие).

4. В Программе аттракторы (объекты привлекательности туристов и цели их поездок) отражены как заданные величины. При этом не нашло своего отражения механизм выявления, поддержания и развития аттракторов, находящихся на территории области как важного условия устойчивого развития туризма в регионе, привлечения все большего количества туристов в регион.

5. Основной упор по реализации Программы делается на органы власти и управления без широкого привлечения к решению проблем местного населения, общественных и научных организаций, предпринимателей и других заинтересованных лиц на взаимовыгодной основе, расширив при этом функции Межведомственного координационного совета по туризму при Правительстве Ленинградской области.

ТЕМА 8 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ПЛАНИРОВАНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕГИОНЕ)

1. Государственная статистика. Основные направления совершенствования регионального законодательства в сфере туризма как основы планового развития туризма.

2. Методы оценки эффективности принятия решений в планировании.

Основным законом, регламентирующим основы законодательства о туризме является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ». За минувшие годы выявились недостатки действующего закона: ряд его положений противоречит Гражданскому кодексу РФ; ущемляет права туристов как потребителей, не обеспечивая их безопасности и безопасности их имущества; приводит к значительному увеличению числа правовых конфликтов, споров в судах; отсутствуют финансовые гарантии для туроператоров и турагентов, перевозчиков всех видов, предприятий гостеприимства (гостиниц и питания); не разграничены полномочия федерального центра и регионов в сфере туризма. Кроме того, из сферы правового регулирования “выпали” аттракторы и аттракции, целые виды туризма и области правовых отношений (например, отношения туроператор - турагент, туроператор-гостиница, туроператор-перевозчик, гостиница – предприятия питания, турфирма – туристы как потребители услуг, турист – турист, турист - поставщики туристских услуг).

В настоящее время перед многими региональными субъектами права стоит задача совершенствования региональных законов о туризме как основы планирования развития туризма.

Индикатором для государственного регулирования должны служить показатели государственной статистики. Однако действующую система государственной статистики в стране и регионах дает неполную (заниженную) и искаженную информацию, в том числе о вкладе туризма в экономику региона (его эффективности), что не стимулирует законодателей более серьезно подойти к проблемам развития туризма.

Под эффективностью (от лат. effectus – результат, исполнение) понимается действенность, результативность, созидательность.

Анализ отечественного опыта и действующих в настоящее время методических рекомендаций по оценке эффективности развития туризма в регионе показал, что систему показателей эффективности можно разделить на две большие группы: экономическую и социальную.

К группе показателей экономической эффективности можно отнести следующие показатели:

1. Экономическая эффективность предприятий, непосредственно производящих туристские услуги (предприятия размещения, питания, транспорт и другие) – как собственно эффект от работы предприятий.

2. Экономическая эффективность предприятий, необходимых для обеспечения жизнедеятельности туристов (общественный транспорт, учреждения здравоохранения, предприятия по производству сувениров и другие) - как дополнительный доход за счет оказываемых услуг туристам (так как они предназначены в первую очередь удовлетворять потребности местного населения).

3. Экономическая эффективность предприятий, обслуживающих материально-техническую базу туризма в регионе.

4. Эффективность функционирования объектов туристского притяжения (аттракторов и аттракций). В этом случае экономическая эффективность может быть оценена величиной прибыли (рентабельности).

5. Эффективность инвестиций в развитие туризма в регионе, предопределенная действием эффекта мультипликатора, которая оценивается каждый раз индивидуально для каждого отдельного инвестиционного проекта.

6. Эффективность развития отдельных видов туризма (спортивного, оздоровительного, познавательного и других) может быть определена как доход взаимосвязанных предприятий, организаций, учреждений, оказывающих услуги туристам по достижению конкретной цели туризма (познание, оздоровление, отдых, деловые цели и т.д.).

7. Эффективность развития внутреннего, въездного и выездного туризма может быть определена через количество туристов, прибывающих или убывающих из региона с целью туризма, т.е. не поддается оценке в денежном выражении напрямую.

8. Бюджетная эффективность, которая может быть прямой и характеризовать величину налоговых поступлений в бюджеты соответствующих уровней (федеральный, региональный, местный) непосредственно от объектов сферы туризма; и косвенной, под которой следует понимать прирост величины налоговых поступлений от предприятий других сфер деятельности региональной экономики, товарами, продуктами и услугами которых пользуются туристы во время своего пребывания в дестинации.

К группе показателей социальной эффективности можно отнести:

1. Эффективность туристской поездки как формы отдыха, например, через показатели здоровья.

2. Показатели, которые определяют социальную эффективность развития туризма в регионе непосредственно.

3. Эффект, выражающийся в развитии культурного потенциала региона, например, повышение уровня образования жителей данной дестинации, появление частных музеев и т.д.

Однако, учитывая склонность элементов системы туризма к интеграции, эффективность развития туризма должна быть основана на показателях результативности. Под показателем результативности понимается количественный или качественный показатель, характеризующий степень соответствия желаемого (целевого) состояния системы туризма в регионе фактическому на конкретный момент времени.

Показатели результативности должны обладать следующими характеристиками: измеримость; специфичность (с учетом специфики развития туризма в конкретном регионе); конкретность (относится, например, конкретно к какому-либо предприятию туризма или характеризует выполнение программы); достижимость (поставленная цель должна быть достигнута с использованием

имеющихся и синтезированных потенциалов); адекватность (система управления должна адекватно отражать объект управления).

Результаты эффективности мероприятий программы могут выражаться степенью удовлетворенности потребностей туристов, эффективность использования инфраструктуры, объемом оказанных услуг, величиной дохода от вложенных инвестиций, прибыльностью предприятий туризма и возможностью их развития (диверсификации) за рассматриваемый период и т.д.

Пропускная способность территории (ПСТ) может быть выражена через пропускную способность аттракторов (ПСА) – цели туристских поездок:

$$\text{ПСТ} = \sum_1^i \text{ПСА}_i tT \Rightarrow \max, \quad (1)$$

где ПСА_i – пропускная способность i -го аттрактора, чел/час; t – время функционирования аттрактора в день, час.; T – период оценки пропускной способности аттрактора, дни.

При этом в качестве ограничителей ПСТ могут выступать емкость средств размещения, доступность аттракторов и другие факторы.

Эффективность использования инфраструктуры, определяемую по наименьшему узлу пропускной способности элемента инфраструктуры сферы туризма (например, гостиницы) за рассматриваемый период:

$$\Theta = \frac{\sum_{i=1}^n C_{\phi i}}{T \sum_{i=1}^n C_i}, \quad (2)$$

где $C_{\phi i}$ – объем реализованных туристских услуг за период по конкретному виду (типу) элемента инфраструктуры туризма (средства размещения, предприятия питания, транспорт и т.д.), чел.-дни, C_i – максимальная емкость элемента инфраструктуры туризма, место-дни, T – количество дней в периоде.

Экономическая эффективность мероприятий программы развития туризма в регионе может быть выражена как соотношение изменения доходов, полученных от туристов (ΔD) к вложенным ресурсам (P):

$$\mathcal{E} = \frac{\Delta D}{P}, \quad (3)$$

$$\Delta D = \Delta D_m + \Delta Z_m \quad (4)$$

$$P = B + I + C \quad (5)$$

где ΔD_t – прирост доходов от выездного туризма (валовая выручка турфирм (для организованного туриста), транспортных предприятий (для неорганизованных туристов), руб.; ΔZ_t - изменение расходов туристов в период пребывания их в регионе, руб.; B – выделенные бюджетные средства органов управления на развитие туризма в регионе, руб.; I – инвестиционные ресурсы на развитие инфраструктуры туризма, руб.; C – вложения иных заинтересованных сторон на развитие туризма в регионе, руб.

3 ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИХ ПРОВЕДЕНИЯ

Практическое занятие № 1 Построение задания на разработку туристского продукта

Цель работы: изучить методику построения задания на разработку туристского продукта

План работы

1. Провести маркетинговые исследования туристского рынка страны для которой готовится предлагаемый туристский продукт.
2. Проанализировать туристские ресурсы вашего региона и определить вид туристского продукта.
3. Сформировать образ туристской группы, ее основные (базовая) мотивации и структуры ее затрат.
4. Для предлагаемого туристского продукта составить перечень основных аттракций и объектов им соответствующим.
5. Сформировать отчет и выводы по практическому занятию.

Практическое занятие № 2 Построение технологической карты туристского продукта

Цель работы: изучить методику построения технологической карты План работы

1. Изучить методические указания к заполнению технологической карты
2. Подготовить бланк технологической карты
3. Внести в пункты технологической карты сведения о туристском продукте
4. В пунктах отражаете только те сведения, которые сформируют цену на туристскую путевку
5. Подготовить выводы о значении технологической карты

Практическое занятие № 3 Общая характеристика рынка въездного туризма на современном этапе и перспективы его развития

Вопросы, обсуждаемые на занятии:

1. Определение инкаминга как вида туристической деятельности.
2. Экономическое значение въездного туризма: отраслевые и макроэкономические критерии оценки.
3. Особенности статистического учета прибытий мировом и российском туризме.
4. Специфика и статистика въездного туризма.
5. Ведущие тенденции и принципы развития международного туризма; определяющие принципы развития въездного туризма.
 6. Место РФ в индустрии мирового въездного туризма.
7. Прогнозы международных экспертов по развитию въездного туризма в России.
8. Какие географические, климатические и экономические условия РФ обуславливают развитие въездного туризма в РФ?
9. Каковы отличительные особенности рецептивной турдеятельности и какую связь с относительно небольшим количеством рецептивных фирм-туроператоров они имеют?
10. Назовите крупнейшие российские рецептивные турфирмы и охарактеризуйте их рецептивную турдеятельность.

Практическое занятие № 4 Проблемы въездного туризма в РФ; причины, препятствующие развитию въездного туризма. Основные меры по их преодолению.

Вопросы, обсуждаемые на занятии:

1. Структура въездного туризма в РФ, оценка спроса на туры в Россию.
2. Статистика въездов в РФ.
3. Проблемы въездного туризма в РФ.
4. Причины, препятствующие развитию въездного туризма.
5. Основные меры по их преодолению.
6. Характеристика особенностей российского въездного туризма.
7. Характеристика стран со сходными с российскими особенностями въездного туризма.
 8. Характеристика особенностей инкаминговой деятельности в странах – конкурентах России.

9. Статистика въездного туризма в странах – конкурентах России.

10. Российская Федерация не относится к странам классического пляжного отдыха

Практическое занятие № 5 Мировой рынок международного туризма. Основные черты проблемы развития мирового туризма.

Туризм как системный объект изучения.

Определения международного туризма.

Этапы развития и становления современной системы мирового туризма.

Экономическое значение туризма.

Туризм в эпоху глобализации и постфордизма.

Структурные изменения рынка международного туризма в условиях глобализации.

Роль туризма в мировом хозяйстве и в национальном хозяйстве стран мира.

Социокультурное значение туризма.

Роль туризма в предотвращении социокультурных и экологических проблем.

Практическое занятие № 6 География международного туризма.

На практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Характеристика мировых туристских потоков.
2. Территориальная организация международного туризма.
3. Географические факторы в развитии мирового туризма.
4. Понятие «дестинация».
5. Центро-периферическая модель мирового туризма.
6. Туристская типология стран мира.
7. География мировых туристских потоков.

Практическое занятие №7. Классификация видов туризма и их значимость в перспективном развитии отрасли

На практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Классификация туризма по различным признакам;
2. классификация туризма по модели WTO.
3. Классификации по видам туристской деятельности,
4. классификация по географическому признаку,

5. классификация по целям,
6. классификация по способам транспортировки,
7. классификация по продолжительности поездки,
8. классификация по сегментам туристского рынка,
9. классификация по сезонам.

Практическое занятие № 8 Сравнительный анализ въездного рынка стран-конкурентов.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Выработка стратегии и тактики маркетинга сбытовых территорий во въездном туризме.
2. Анализ эффективности функционирования сбытовой сети за рубежом.
3. Сравнительный анализ систем инкаминга стран – конкурентов России.
4. Отраслевые и макроэкономические показатели эффективности въездного туризма в крупнейшей стране-конкуренте
5. Сравнение российских и германских показателей (или другой страны).

Практическое занятие №9 Особенности формирования спроса на въездные туристские программы в РФ

Особенности приема туристов из юго-восточной Азии в России Вопросы, обсуждаемые на семинаре

1. Что является особенностью туроперейтинга въездного туризма
Характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса.
3. Значение этно-культурных особенностей зарубежных туристов при формировании предложений во въездном туризме.
4. Аргументация прибытий туристов из Юго-Восточной Азии (Китая, Японии, южной Кореи).
5. Особенности въездных формальностей.
6. Особенности межгосударственных отношений РФ со странами Юго-Восточной Азии.
7. Особенности менталитета представителей Юго-Восточной Азии.

8. Особенности деловой культуры в Юго-Восточной Азии.

Практическое занятие № 10 Региональные особенности продвижения
российского турпродукта за рубеж. Сравнительный анализ въездного рынка стран-
конкурентов.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Ведущие мотивации и предпочтения по видам туризма при организации поездок туристов основных стран-доноров.
2. Особенности приема туристов из Европы.
3. Особенности приема туристов пограничных стран-доноров.
4. Особенности приема туристов азиатского региона.
5. Важные аспекты привлечения и приема туристов из других стран.

4 ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Тесты по дисциплине

1. Какое из высказываний о планировании экономической деятельности предприятий туризма является ошибочным:

А. При планировании не используются показатели детерминированных временных рядов.

В. Планирование зависит от точности фактических показателей предшествующего периода.

С. Планирование всегда базируется на неполных данных.

Д. Кризисы в экономике не поддаются планированию.

2. К принципам планирования экономической деятельности предприятий туризма не относятся:

А. Вариативность.

В. Адаптивность.

С. Сезонность.

Д. Непрерывность.

3. Отличительными особенностями среднесрочного планирования экономической деятельности предприятий туризма не является:

А. Длительность временного периода до трех лет.

В. Конкретизация прогнозируемых на перспективу показателей.

С. Разработка на основе среднесрочных планов календарных программ работы предприятия на месяц и неделю.

Д. Детализация на основе среднесрочных планов разделов плана эксплуатационной деятельности гостиницы, товарооборота ресторана и т.д.

4. К методам планирования экономических показателей деятельности предприятий туризма не относятся:

А. Долгосрочный.

В. Балансовый.

С. Индексный.

Д. Нормативный.

5. По целям достижения выделяют следующие виды планирования деятельности предприятий туризма:

А. Оперативное

В. Краткосрочное

С. Детализированное

Д. Научное

6. Планирование - это:

А. совокупность знаний о закономерностях развития различных хозяйственных систем в будущем;

В. исследование рынка;

С. достижение поставленных целей

7. Методология планирование - это:

А. приемы исследования;

В. совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов разработки планов;

С. выбор ориентации планирования.

8. Проект - это:

А. непрерывный процесс планирования деятельности;

В. определенный план действий, обусловленный конкретными целями, определяющие способ его решения;

С. программа развития регионов.

9. Инвестиционный проект требует:

А. применение новых технологий;

В. вложения капитала;

С. экономических преобразований.

10. Если объектом планирования выбрана туристическая фирма как элемент туристической отрасли страны, то применяется:

А. стратегическое планирование;

В. нормативное планирование;

С. тактическое планирование.

11. Жизненный цикл туристического продукта имеет:

А. этап зрелости;

В. этап подготовки;

С. этап реабилитации.

12. Система показателей развития туризма для регионов включает....

А. среднюю величину туристских расходов в месяц

В. среднюю величину туристских расходов в сутки

С. среднюю величину туристских расходов в год

13. Главные цели туризма:

А. познавательные

В. рекреационные

С. информационные

Д. развлекательные

Е. профессионально-деловые

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Планирование и политика развития туризма на региональном и местном уровнях
2. Государственное стимулирование развития туризма
3. Продвижение туристского продукта на региональном и местном уровнях.
4. Экономическая эффективность туризма на региональном и местном уровнях.
5. Перспективы развития туризма в России на региональном и местном уровнях.
6. Стратегические аспекты деятельности туристского предприятия.
7. Общие направления развития туризма на региональном и местном уровнях.
8. Кадровое обеспечение процесса планирования туризма.

9. Экономические показатели развития туризма на региональном и местном уровнях.
10. Инвестиционная политика развития туризма на региональном и местном уровнях.
11. Факторы, вызывающие потребность в туризме .
12. Планирование тура на региональном и местном уровнях.
13. Критерии отбора территорий для развития туризма.
14. Влияние фактора сезонности.
15. Организационная структура управления туризмом.
16. Формулирование маркетинговой стратегии.
17. Туристский рынок на региональном и местном уровнях.
18. Программа обслуживания туристов.
19. Определение экономических, социально-культурных, пространственных, физических последствий развития туризма на региональном и местном уровнях.
20. Планирование и организация программного туризма на региональном и местном уровнях.
21. Прогнозирование и его роль в деятельности предприятия.
22. Внешние и внутренние изменения, влияющие на процесс развития.
23. Сущность мониторинга развития туризма на региональном и местном уровнях.
24. Структура и порядок формирования плана развития туризма
25. Роль индустрии туризма в современном мире
26. Факторы, определившие бурное развитие туризма в 20-м, 21-м веке
27. Обоснование необходимости планирования туризма
28. Основные выгоды от развития туризма
29. Проблемы, связанные с бурным развитием туризма в 21-м веке
30. Основные нормативные документы международного туризма. Их значение
31. Глобализация рынка туристских услуг
32. Анализ воздействия туристского развития на все аспекты жизни общества
33. Основные принципы и методики планирования туризма
34. Структура основных элементов программ развития туризма
35. Повышение статуса туристской администрации
36. Понятие дестинации. Паспортизация существующих туристских местностей.
37. Принципы взаимодействия туристской местности с регионом
38. Концепция «устойчивого развития» и ее учет в планировании развития туризма
39. Условия успешного функционирования индустрии туризма
40. Комплексный подход к планированию туризма
41. Роль регионов в устойчивом развитии туризма
42. Экономический и финансовый анализ при планировании туризма
43. Система программных мероприятий по реализации плана
44. Российские и зарубежные целевые программы
45. Отечественный опыт планирования туризма на региональном уровне.

Примеры

46. Международные источники финансирования Программ развития
47. Экологические оценки местности и требования по связям с местной общественностью
48. Определение необходимых средств размещения, инфраструктуры и отвода земли
49. Организация туристских информационных служб

5 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Богданов Е. И. Экономика отрасли туризм [Электронный ресурс] : Учебник / Е.И. Богданов, Е.С. Богомоллова, В.П. Орловская; Под ред. проф. Е.И. Богданова. – Москва : НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004712-6. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=362895>.

2. Шимова О. С. Основы устойчивого туризма [Электронный ресурс] : Учебное пособие / О.С. Шимова. – Москва : НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2013. - 190 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-005291-5. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=406118>.

3. Можаяева Н. Г. Организация туристской индустрии и география туризма [Электронный ресурс] : Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. - ISBN 978-5-91134-828-1. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=432449>.

Дополнительная литература

1. Бухалков М. И. Планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник / М. И. Бухалков. – Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. – 411 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-003931-2. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=426964>.

Интернет-ресурсы:

Информационный ресурс ТУРТРЭВЕЛ: турбизнес для профессионалов.
<http://www.travelinform.ru/main/newtech>;

Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации.- www.russiatourism.ru;

Официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики.-
www.minstm.gov.ru

Сайт Российского Союза туриндустрии.- rostourunion.ru

Сайт ассоциации туроператоров России.- atorus.ru