

МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВА-
ТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»

ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА И ТУРИЗМА
КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА

КУРСОВАЯ РАБОТА
по дисциплине «Сервисная деятельность»

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ В РФ

Выполнила:
студентка 2 курса
группы 5331
Черепанова Екатерина
Руководитель:
к.э.н., доцент Кулягина Н.Г.

Казань 2017

Содержание

Введение.....	3
1 Понятие и виды туристской деятельности	4
1.1. Основные понятия и термины туризма как сферы деятельности.....	4
1.2. Классификация туристских услуг.....	7
1.3. Нормативно-правовая база туристической деятельности.....	10
2 Анализ современного состояния сферы туризма в РФ.....	21
2.1 Основные показатели развития туристской отрасли на примере Республики Татарстан.....	21
2.2 Выявление проблем развития турбизнеса в РФ.....	26
2.3 Тенденции развития туристской отрасли в России.....	28
Заключение.....	32
Список использованной литературы.....	34

Введение

Туризм относится к тому виду деятельности человечества, чья история начинается задолго до возникновения цивилизованного общества. В каждой исторической эпохе есть такие элементы деятельности людей, которые, так или иначе, попадают под категорию туризма.

Приступая к написанию курсовой, я хотела бы отметить актуальность темы «Тенденции развития туристской деятельности», и не менее важный вопрос - цель написания работы.

Я решила рассмотреть эту тему подробнее, так как она непосредственно относится к моей будущей специальности.

Актуальность темы заключается в том, что туризм играет все более важную роль в жизни современного общества, которую невозможно переоценить. В настоящее время туризм - это мощная индустрия, включающая в себя разнообразные формы динамично развивающегося предпринимательства, поэтому во многих странах мира эта отрасль глубоко рассматривается и бурно развивается. Туроператоры и другие компании, связанные с туристской отраслью проводят разнообразные программы нововведения, направленные на улучшение качества предоставляемых услуг, для удержания своего бизнеса и дальнейшего продвижения на туристском рынке.

Целью моей работы является выявление проблем и тенденций развития туристской деятельности в России в настоящее время.

Задачи, которые были поставлены мной в рамках достижения цели:

1. Сформулировать представление о понятии и видах туристской деятельности;
2. Выяснить что препятствует развитию турбизнеса в РФ
3. Узнать о тенденциях развития туристской деятельности.

1. Понятие и виды туристской деятельности

1.1. Основные понятия и термины туризма как сферы деятельности

В любой сфере деятельности, особенно имеющей связь с международными сделками, самым актуальным вопросом является вопрос дефиниций, т. е. согласованных и принятых за основу определений, понятий, терминов, позволяющих правильно толковать предмет, объект и условия сделки, принципы и положения нормативных актов. Разночтения в интерпретации используемых терминов могут обладать неблагоприятными последствиями в практических действиях субъектов туристской деятельности.

Туристская терминология испытывает значительные перемены согласно быстрому темпу формирования и развития как общественных отношений, так и туризма, его отраслей и видов. Толкование туристских терминов - предмет ожесточенных дискуссий приверженцев теории туризма.

В области туризма используется большое количество понятий. В Российской Федерации они закреплены в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». На международном уровне определения содержатся в договорах и актах международных организаций, например, в Гаагской декларации межпарламентской конференции по туризму.

На сегодняшний день общепринятым определением «туризма», получившим легализацию в национальном законодательстве многочисленных стран мирового сообщества, считается определение, сформулированное в 1993 году Статистической комиссией ООН, а также в Рекомендации по статистике туризма ВТО (Всемирной Туристской Организации):

Туризм – это деятельность лиц, путешествующих и осуществляющих пребывание в местах, которые находятся за пределами их обыкновенной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловых и других интересах.

Согласно статье 1 Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туризм – временные выезды граждан РФ, иностранных лиц и граждан без постоянного гражданства с постоянного места жительства, в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, профессионально-деловых и иных целях, без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране временного пребывания.

Говоря о туризме, мы подразумеваем людей, посещающих друзей и родственников, отдыхающих на каникулах и просто хорошо проводящих время, о людях, которые могут посвятить свое свободное время занятию различными видами спорта, принятию солнечных ванн, катанию верхом на лошадях, различным походам, чтению книг, разговорам, общению и, наконец, просто наслаждению окружающим миром.

Кроме того, в определение туризма можно включить и людей, принимающих участие в различных съездах, конференциях или других видах деловой и профессиональной деятельности, посещающих обучающие туры или занимающиеся исследовательской работой.

Эти люди (назовем их туристами) во время путешествий пользуются различными видами транспорта: начиная с велосипедов и заканчивая полетами на реактивных самолетах. Большинство путешествует на автомобилях, автобусах, поездах.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» закрепляет и другие понятия, помогающие установлению значения туризма и дающие описание его сферы деятельности:

- Туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;
- Туристический продукт - комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг по договору о реализации туристского продукта;

- продвижение туристского продукта - комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);
- туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, которая осуществляется юридическим лицом;
- турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
- турист - человек, посещающий место (страну) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия видами деятельности, связанными с получением прибыли от источников в месте (стране) временного пребывания, на промежутки от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки в месте (стране) временного пребывания;
- туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспортного передвижения, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

1.2. Классификация туристских услуг

Туристская услуга – совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, ориентированная на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающая целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащая общечеловеческим принципам морали и доброго порядка.

Одним из важных условий развития рынка туризма является – высокий уровень качества турпродукта, включающего в себя несколько услуг. Существует ряд особенностей в предоставлении качественной услуги. Это обуславливается природой самой услуги, как товара. К таким особенностям можно отнести:

- потребитель принимает участие в процессе производства туристической услуги;
- одновременное производство и потребление услуги;
- услуга имеет свойство неосвязаемости;
- услуга не имеет способности накапливаться.

По сравнению с материальным товаром, который подлежит возврату производителю в случае ненадлежащего качества (его качество обеспечивается дополнительными гарантиями) нематериальный товар, т.е. услуга - не подлежит возврату исполнителю. Неосвязаемость туристской услуги проявляется в том, что ее невозможно попробовать на вкус, на ощупь, ее нельзя увидеть своими глазами и услышать до момента ее непосредственного оказания. До того, как турист прибыл на место отдыха, он имеет только описание маршрута, и сопутствующие документы на его реализацию. Отдых и впечатления от путешествия он получает именно в момент нахождения на туристском объекте и в процессе взаимодействия с окружающей средой.

Неотделимость от источника и объекта услуги подразумевает то, что, во-первых, оказание туристской услуги требует, как правило, присутствие того,

кто ее оказывает, и того, кому она, оказывается. Во-вторых, оказание туристской услуги имеет привязку к месту путешествия, т.е. к конкретно указанной географической территории. В-третьих, потребители выступают как бы частью продаваемой услуги, создавая климат, атмосферу пользования услугой. К примеру, наличие в тихом санатории среди людей, проходящих лечение, шумной и веселой компании, скорее всего нарушит сложившуюся атмосферу умиротворения и спокойствия. В то же время активность и энергичность молодых людей будет органично дополнять и поддерживать спортивно-оздоровительную атмосферу горнолыжного курорта. В связи с этим, турагенту необходимо учесть психологический настрой клиентов и его соотносимость с атмосферой в месте пребывания. В-четвертых, не только работники турфирмы, но и сами клиенты должны знать и соблюдать обязательные условия, при которых услуга может быть оказана.

К туристским относятся услуги:

- по размещению туристов;
- перемещение туристов из постоянного места жительства в место временного пребывания и обратно;
- предоставлению туристам питания;
- удовлетворению культурных потребностей туристов (экскурсии, посещение театров, концертных залов, музеев, памятников истории и культуры, парков, заповедников, фестивалей, спортивных соревнований и т.д.);
- удовлетворению деловых и научных интересов (участие в конгрессах, конференциях, совещаниях, семинарах, ярмарках, выставках и т.д.);
- информационные (о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.);
- средств связи (пользование Интернетом, междугородней и международной связью, факсом);

- организационные (оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);
- торговых предприятий, как общего, так и специального назначения (продажа сувениров, подарков и т.д.);
- посреднические (бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта, отправка и доставка корреспонденции, приобретение подарков, сувениров);
- бытовые (ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.);
- спортивно - оздоровительные (пользование бассейнами, спортивными сооружениями, охота и рыбная ловля по лицензиям и т.д.).

Виды туристских услуг можно представить в виде схемы: (см. рис.1.2.1.)



Рис.1.2.1. – Виды туристских услуг

1.3 Нормативно-правовая база туристической деятельности

Туристическая деятельность в Российской Федерации является важной и одной из наиболее быстрорастущих отраслей экономики, существенным источником доходов, занятости, способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие данную сферу. Формирование рыночной экономики в России усилило интерес к формам и методам туристического обслуживания населения. Развитие данной отрасли ускоренными темпами и возрастание негативных последствий конкуренции и коммерциализации туристской деятельности привели к пониманию необходимости государственного регулирования туристского бизнеса. В течение нескольких поколений значительная часть населения России пользовалась туристскими услугами, в результате чего потребность в них была массовой, т.е. вошла в норму жизни, стала частью национальной культуры.

Нередко туризм оказывался в разных странах тем рычагом, использование которого позволяло оздоровить всю национальную экономику страны. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), он использует примерно 7% мирового капитала, с ним связано каждое 16-е рабочее место, на него приходится 11 % мировых потребительских расходов, и он дает 5% всех налоговых поступлений. Эти цифры характеризуют прямой экономический эффект функционирования индустрии туризма. Развитый туризм называют одним из главных феноменов XX века. В последние годы и в России

стали уделять больше внимания развитию туризма. Перспективы развития туристского комплекса России во многом зависят от усиления государственного регулирования туристской сферы на общенациональном уровне, которое должно сочетаться с современной стратегией продвижения региональных турпродуктов. Государственное регулирование отрасли туризма по своей сути направлено на создание стабильно развивающейся экономической базы, как основы реальной самостоятельности всех звеньев отрасли туризма, что предполагает создание условий для оптимального сочетания организационно-распорядительных и экономических методов регулирования хозяйственной деятельности. Эффективное управление и государственное регулирование туристской сферы определяется количественным и качественным показателями социального эффекта от развития предприятий этой сферы.

В связи с этим необходима конкретная программа государственного регулирования в сфере туризма, в которой должны отражаться его формы и методы. При этом важным является обоснованность наличия любых структурных элементов, которая должна определяться составом функций и объемом задач по их реализации. Разнообразие целей и задач системы управления развитием туристской сферы определяется для каждой конкретной отрасли и предприятия с учетом специфики оказываемых туристских услуг. Обобщенная схема определения и формирования цели развития туристской сферы показана в табл. 1.3.1

Таблица 1.3.1.

Схема определения и формирования цели развития туристской сферы

Наименование формы	Наименование содержания
Финансово-кредитная	Финансирование гос. и муниципальных предприятий
	Приобретение акций и вложение денежных средств в долю уставного капитала

	Пополнение оборотных средств предприятий и, прежде всего, государственной и муниципальной собственности
	Дотации, субсидии и безвозмездная помощь из специальных денежных фондов
	Льготные кредиты, предоставление гарантий по кредитам коммерческих банков
	Финансирование региональных целевых программ туристического профиля
Материально-техническая помощь	Безвозмездная передача недвижимости или ее продажа по льготным ценам и в рассрочку
	Сдача в аренду госпредприятий, недвижимости и тд. На льготных условиях
	Траст на льготных условиях
	Государственный (муниципальный) заказ на туристские работы в регионе и за его пределами
Налогообложение	Создание щадящего и стимулирующего налогообложения
	Налоговые льготы на дифференцированной основе
	Упрощение системы учета и отчетности
	Предоставление инвестиционного и др.налоговых кредитов
Информационная поддержка	Предоставление экономической, технической и др. информации по вопросам туризма на платной и бесплатной основе
	Формирование банка моделей рынка туристской продукции
	Развитие сети «интернет» в системе туристской отрасли

Консультативная помощь	Консультации в проведении маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов, лизингу и др. мероприятий
	Методическое обеспечение предприятий и организаций по их требованиям
	Создание консультативных форм на базе малых предприятий
	Оказание помощи во внедрении новой техники

Современное состояние нормативного правового регулирования в сфере туризма характеризуется следующими тенденциями:

- развитием и реализацией правовых норм, направленных на повышение гарантий и эффективности защиты прав и законных интересов потребителей туристского продукта, качества и безопасности туризма;
- усилением экономической (финансовой) ответственности лиц, осуществляющих туристскую деятельность, за нарушение гражданско-правовых обязательств, а как следствие – повышением прозрачности, стабильности и инвестиционной привлекательности туристского бизнеса;
- появлением правовых актов, регламентирующих вопросы классификации и стандартизации в различных сегментах туристской индустрии (средства размещения, пляжи, горнолыжные трассы и др.);
- развитием нормативного правового регулирования в области безопасности туризма;
- формированием правовых основ саморегулирования на туристском рынке, в том числе активным развитием нормотворчества саморегулируемых организаций (ассоциаций (союзов) туроператоров, банков и страховщиков);
- комплексностью нормативного правового регулирования в сфере туризма, в том числе наличием значительного числа "туристских норм" в

смежных с законодательством о туристской деятельности отраслях законодательства;

- развитием регионального правотворчества в сфере туризма и его унификацией;
- гармонизацией законодательства Российской Федерации и права Европейского союза, законодательств государств Содружества Независимых Государств и др.

Наиболее отчетливо эти тенденции проявились в 2006 - 2007 гг., когда в результате эффективной правотворческой деятельности федерального органа исполнительной власти в сфере туризма, Правительства Российской Федерации и Федерального Собрания Российской Федерации были приняты нормативные правовые акты, сформировавшие в нашей стране правовые основы современного цивилизованного туристского рынка. В настоящий момент законодательство о туристской деятельности в значительной мере соответствует нормам и принципам международного права, гармонизировано с правом ЕС и законодательством развитых в туристском отношении государств.

Основным законодательным актом, определяющим правовые основы туристского рынка в Российской Федерации, стал Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". В нем реализовалась насущная потребность общества в расширении личных, гражданских, социальных и культурных прав и свобод. Закон легализовал экономические отношения в сфере туризма, установил правила поведения участников туристского рынка, принципы государственной политики в сфере туризма, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, определил порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации и др.

Основным содержанием норм законодательства о туристской деятельности являются вопросы защиты прав потребителей туристского продукта, правового регулирования деятельности туроператоров и турагентов, а также

публичной организации предпринимательской деятельности в сфере туризма. Именно в этой области правового регулирования в 2007 г. произошли кардинальные изменения.

Федеральным законом от 5 февраля 2007 года № 12-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" были определены условия осуществления туроператорской деятельности; уточнены и приведены в соответствие с применяемыми в международных правовых документах основные понятия, используемые в российском законодательстве о туризме; детализированы права и обязанности участников рынка туруслуг; предусмотрены обязанности туризма при реализации туристского продукта; установлен минимальный размер финансового обеспечения и др.

Механизм лицензирования туристской деятельности, существовавший в 1993 - 2006 гг., был заменен на более эффективный способ государственного регулирования туристской деятельности - Единый федеральный реестр туроператоров (далее - Реестр). В связи с этим основным документом, необходимым предпринимателям для внесения сведений о них в Реестр, является договор страхования ответственности туроператора или банковская гарантия исполнения обязательств туроператора.

Внесены изменения в Федеральный закон от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", дающие право органам местного самоуправления осуществлять полномочия по развитию туризма, а также позволяющие использовать для этого соответствующие материальные и финансовые средства.

Важную роль в развитии туризма и санаторно-курортной сферы в России представляет Федеральный закон от 3 июня 2006 года № 76-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об особых экономических зонах в Российской Федерации", предусматривающий создание туристско-рекреационных особых экономических зон (ТРЗ), в которых установлен льготный режим

осуществления предпринимательской деятельности в целях привлечения инвестиций в указанные сферы.

В Законе впервые дано определение туристско-рекреационной деятельности как деятельности, включающей в себя элементы туристской, санаторно-курортной и инвестиционной деятельности, что важно для комплексного правового регулирования сферы туризма. [

В целях развития туризма и санаторно-курортной сферы в Российской Федерации постановлениями Правительства Российской Федерации от 3 февраля 2007 года №№67-73 созданы туристско-рекреационные особые экономические зоны на территориях Республики Алтай, Республики Бурятия, Алтайского, Краснодарского и Ставропольского краев, Иркутской и Калининградской областей.

В 2008 году была завершена работа по разработке концепций создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон, в которых определены перспективы для развития направления туризма, целевое позиционирование (предназначение) каждой зоны, необходимый объем инвестиций, туристские объекты, которые необходимо построить, выбран архитектурный стиль.

На основании указанных концепций были разработаны проекты планировки территорий туристско-рекреационных особых экономических зон.

В настоящее время зарегистрировано 18 резидентов туристско-рекреационных особых экономических зон на территориях Республики Бурятия, Республики Алтай и Алтайского края с заявленным объемом инвестиций 11,9 млрд. рублей.

Функции по управлению особыми экономическими зонами переданы федеральному органу исполнительной власти, что обеспечивает единую координацию процессов создания и развития особых экономических зон указанного типа на всех уровнях исполнительной власти. Созданная система управ-

ления особыми экономическими зонами учитывает интересы Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований и частных инвесторов.

Деятельность турагентов регламентируется правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденными в июле 2007 г. Постановлением Правительства Российской Федерации, а также внутренними стандартами ассоциаций туроператоров и локальными актами турагентов и их объединений.

В январе 2008 г. вступил в силу Административный регламент по предоставлению государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания. Административный регламент направлен на своевременное обеспечение туристов достоверной информацией об угрозах безопасности в стране (месте) временного пребывания.

В целях повышения качества туристских услуг и обеспечения безопасности туризма в области стандартизации и классификации объектов туристской индустрии Ростуризмом утверждены нормативные правовые акты, регламентирующие вопросы классификации средств размещения, горнолыжных трасс и пляжей. В течение трех лет классификация гостиниц осуществляется на основе государственно-частного партнерства, подтверждая оценку качества обслуживания, став своего рода знаком качества. В настоящее время система активно внедряется в российских регионах, особо нуждающихся в доверии потребителей.

Система классификации пляжей, недавно введенная в действие, получила положительные отзывы российских и международных экспертов, а также руководителей санаторно-курортного комплекса и начала реализовываться. Аналогичная работа ведется по внедрению Системы классификации горнолыжных трасс.

Названные Системы классификации, призванные существенно повысить уровень безопасности отдыхающих и структурировать российский рынок, включают в себя порядок проведения оценки соответствия гостиниц (пляжей, трасс) требованиям безопасности, информационному обеспечению, предоставлению дополнительных услуг для туристов и другие положения.

Разработана и утверждена приказом Ростуризма от 06.05.2008 № 51 Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года, установившая цели и задачи развития сферы туризма, основные направления и механизмы решения поставленных задач.

При этом следует отметить отсутствие отдельной федеральной целевой программы по развитию туризма в Российской Федерации с входящими в нее подпрограммами по отдельным направлениям туризма, принятие которой содействовало бы развитию внутреннего и въездного туризма, формированию конкурентоспособного отечественного туристического комплекса.

Вступил в законную силу Федеральный закон от 3 декабря 2008 года № 237-ФЗ "О внесении изменений в статью 25.11 Федерального закона "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию", позволяющий иностранным пассажирам, прибывающим в туристических целях на паромах, находиться в России до 72 часов без визы. Правительство Российской Федерации готовит постановление, определяющее порядок пребывания на территории Российской Федерации указанных иностранных граждан.

Законодательство о туристской деятельности активно развивается в субъектах Российской Федерации.

В ряде субъектов Российской Федерации приняты и успешно реализуются региональные программы развития туризма. Для упорядочения процесса разработки подобных программ приказом Ростуризма от 11 июля 2007 года № 66 утверждена Типовая структура региональной (муниципальной) программы развития туризма субъекта Российской Федерации.

В 48 субъектах Российской Федерации существуют специальные законы, регулирующие общественные отношения в сфере туризма (Законы "О туризме", "О туристской деятельности в субъекте Российской Федерации", "О поддержке развития туризма", "О развитии внутреннего и въездного туризма" и т.д.). Наряду с законами в трех субъектах Российской Федерации действуют концепции развития туризма (санаторно-курортного, туристского комплекса) на среднесрочную перспективу, а в 16 регионах приняты региональные целевые программы развития туризма. Все это подчеркивает значение туризма для социально-экономического, культурного, экологического и иного развития субъектов Российской Федерации. [12, 37с.]

К сожалению, действующие нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации не всегда регулируют актуальные проблемы развития регионального туризма. Часто региональные законы создаются по одним и тем же канонам, что и Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". Вместе с тем Федеральный закон и законы субъектов Российской Федерации имеют очевидное изначальное различие. Первый призван заложить единые (общие) подходы к государственному регулированию в сфере туризма, а вторые - особенности применительно к конкретным территориям субъектов Российской Федерации.

В целях эффективного развития туризма в разрабатываемых субъектами Российской Федерации нормативных правовых актах целесообразно отражать следующие актуальные вопросы правового регулирования туризма:

- определения и поддержки в субъекте Российской Федерации приоритетных направлений туристской деятельности;
- защиты прав и законных интересов туристов в субъекте Российской Федерации, реализации на его территории мер обеспечения безопасности туризма;

- содействия информационному обеспечению регионального туризма, в том числе путем продвижения регионального туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- содействия стандартизации и классификации объектов туристской индустрии, расположенных на территории субъекта Российской Федерации;
- классификации и оценки туристских ресурсов субъекта Российской Федерации, установления режима их охраны, порядка сохранения целостности туристских ресурсов и реализации мер по их восстановлению, определения порядка использования туристских ресурсов с учетом предельно допустимых нагрузок на окружающую природную среду;
- содействия в субъекте Российской Федерации кадровому обеспечению и развитию научных исследований в сфере туризма;
- содействия деятельности предпринимателей в сфере туризма;
- другие вопросы, за исключением вопросов, отнесенных к исключительным предметам ведения и полномочиям Российской Федерации.

2. Анализ современного состояния сферы туризма в РФ

2.1 Основные показатели развития туристской отрасли на примере Республики Татарстан

Характеристику развития туристской деятельности можно дать с помощью определенных экономических показателей. Они отображают две стороны услуги: количественный объем предоставленных услуг и их качество. К основным показателям относятся:

1. объем туристского потока определяется: общим числом туристов, количеством проведенных в поездке дней, средней продолжительностью пребывания;
2. объем оказанных туристских услуг: в денежном эквиваленте по отраслям;
3. состояние и развитие материально-технической базы: общее число мест размещения, гидов, перевозчиков и др.

Республика Татарстан(РТ) имеет ощутимую значимость в развитии туристической отрасли Российской Федерации. На сегодняшний день РТ занимает почетное 5 место среди субъектов РФ по количеству принимаемых туристов. Татарстан уступает лишь Краснодарскому краю, Москве, Санкт-Петербургу и Республике Крым. Ежегодный прирост потока туристов в РТ составляет в среднем 12%. За последние несколько лет сфера туризма в Татарстане демонстрировала стабильные высокие темпы роста туристской инфраструктуры и потока.

Поток туристов в 2013 году составил примерно 1,663000 тыс. человек. В таблице 2 представлены данные турпотока по сведениям гостиниц, отелей и хостелов, без учета кратковременных(однодневных) поездок, а также путешествий с размещением в частных домах и квартирах, у друзей и родственников. Согласно данным Министерства молодежи, спорта и туризма Республики Татарстан, размер, представленных туруслуг составил 8,3 млрд.руб, что в четырехкратном размере превышает данные, датирующиеся 2005 годом.

Таблица 2.1.1.

Динамика туристического потока в РТ

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Численность лиц, обслуженных коллективными средствами размещения, тыс. чел., в том числе:	638,2	732,4	896,6	908,2	977	1113,5	1277,5	1479,5	1666,4
• с деловыми, образовательными и профессиональными целями;	314,9	320,8	412,15	503,5	532,4	459,9	582,4	553	–
• с целью досуга, рекреации, отдыха;	151,8	165,8	181,95	198,1	225,2	385,2	401,9	611	–
• с целью лечения и профилактики;	145,2	147,9	144,3	140,7	148,5	113,2	148,5	133,5	–
• прочее	26,3	97,9	81,9	65,9	70,9	155,2	144,7	182	–

Динамика туристской отрасли в РТ является положительной вследствие хорошо продуманной и слаженной работы органов государственной власти по привлечению инвестиций в сферу туризма, постоянного развития и усовершенствования туристской инфраструктуры. Татарстан заслуженно считается одним из наиболее развитых регионов Поволжья и занимает лидирующее положение в федеральном округе по ряду показателей, на основании которых дается характеристика гостиничного рынка.

Еще одним значимым показателем развития сферы туризма в Республике Татарстан является объём оказанных туристских услуг. В 2014 году он (без учета смежных отраслей) насчитывал более 10 млрд. рублей, что на 20,6% больше показателя 2013 года. Данный показатель включает в себя расходы туристов на проживание, экскурсионные и санаторно-оздоровительные услуги. С учетом дополнительных расходов туристов, приезжающих в Республику Татарстан, данный объём возрастает минимум в два раза.

Для туристской индустрии России 2014 год был очень непростым. Ряд российских туроператоров прекратили свою деятельность в связи с экономическими трудностями. Рынок туристских услуг переживал процесс трансформации. Причиной этого стал нестабильный валютный курс и другие мировые экономические явления, начавшиеся в конце 2014 года. Однако нужно отметить положительные стороны сложившейся ситуации, касающиеся рынка внутреннего и въездного туризма. При росте цен на зарубежные туристические поездки в 2015 году заметно увеличился турпоток внутри России. Более

того, иностранных туристов путешествия в РФ стали привлекать своей дешевизной.

За период с января по ноябрь 2015 года темп прироста объема оказанных гостиничных услуг составил 19,1 процента, туристских услуг – 11,2 процента, санаторно-оздоровительных – 9,1 процента. В 2015 году Татарстан вновь имеет положительную динамику роста по основным показателям развития туристской отрасли. По итогам 9 месяцев 2015 года с учетом экскурсантов туристский поток в РТ составил более 2 млн. человек. [1, с.73-76]

За первые 9 месяцев 2016 года объем платных услуг в сфере туризма составил свыше 9 млрд. рублей, что на 7,5% больше, чем в аналогичный период 2015 года (рис 2.1.1.). Наибольший рост объема платных услуг наблюдается по виду деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения – 9,2 % .

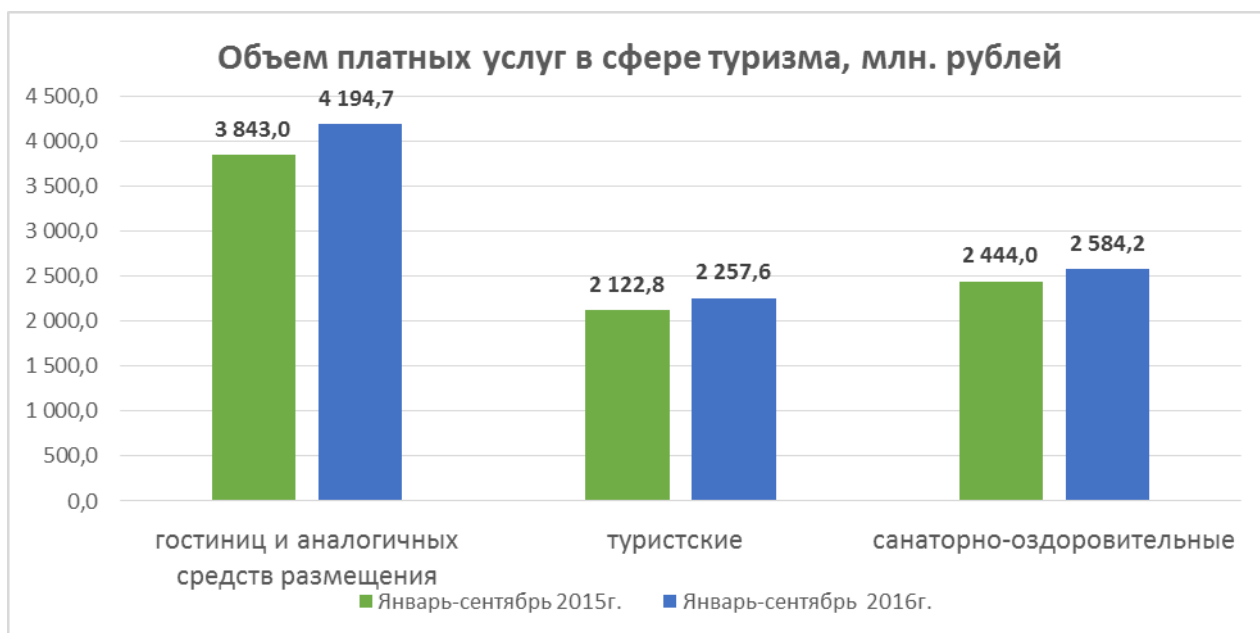


Рис. 2.1.1. – Объем платных услуг в сфере туризма.

Увеличилась численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения на 11,2% по сравнению с январем-сентябрем прошлого года (2015 год – 1 229 267 человек, 2016 – 1 367 122 человека). Показатель внутреннего турпотока увеличился на 12%, за январь-сентябрь 2015 года республику посетил 1 162 841 россиянин, а в 2016 году – 1 302 654 человека.

Активный рост туристического потока показывают основные туристские центры Татарстана. Численность туристов в Казанском Кремле и на острове-граде Свияжск увеличилась на 50% и 85% соответственно (рис.2.1.2.).

Аквапарк «Ривьера» за январь-сентябрь 2016 года посетили 735 452 туриста, что на 3% больше, чем в аналогичный период предыдущего года (2015 – 714 342).

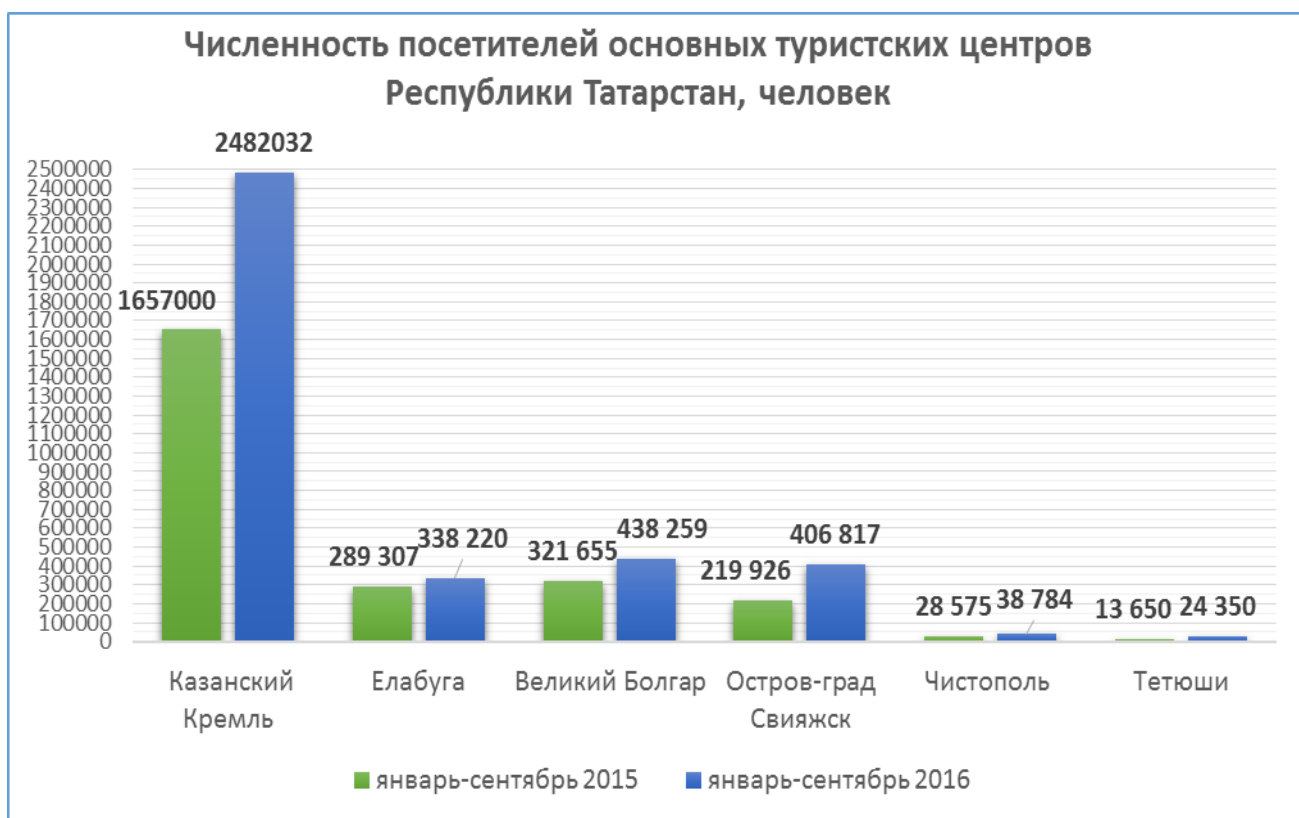


Рис. 2.1.2 – Численность посетителей основных туристских центров РТ.

Рост пассажиропотока наблюдается на воздушном транспорте.

Международный аэропорт «Казань»: перевезено 1 443 485 пассажиров при 1 387 645 пассажирах за аналогичный период 2015 года (таблица 5). Из общего числа пассажиропотока 76,4% составляют внутренние рейсы. Несмотря на увеличение общего числа рейсов количество международных рейсов уменьшилось с 3 943 в 2015 году до 2 541 в 2016 (-35,5%). Самые популярные маршруты на внутренних направлениях – Москва, Симферополь, Сочи, на международных – Стамбул, Ларнака, Анталья, Энфида, Джерба.

Таблица 2.1.2.

Пассажиропоток международного аэропорта «Казань»

	январь- сентябрь 2015	январь- сентябрь 2016	в % к 2015
Рейсов	17 732	18 998	107,1
отправлено пассажиров	691 338	722 293	104,5
Прибыло	696 307	721 192	103,6
итого пассажиров (стр.3+стр.4)	1 387 645	1 443 485	104,0

Пассажиропоток на водном транспорте тоже показывает увеличение: за 9 месяцев 2016 года число пассажиров увеличилось на 7,2% (таблица 2.1.3.)

Таблица 2.1.3.

Пассажиропоток на водном транспорте.

Название туристического центра	количество туристов, чел.		количество теплоходов	
	9 месяцев 2015 года	9 месяцев 2016 года	9 месяцев 2015 года	9 месяцев 2016 года
Казань	97 128	108 946	639	662
остров-град Свияжск	30 045	29 830	210	221
Древний Бол- гар	32 334	25 470	158	143
Елабуга	16 872	21 156	111	129
Тетюши	7 752	12 464	51	76
Чистополь	12 008	12 480	79	78
Всего	196 139	210 346	1 248	1 309

2.2 Выявление проблем развития турбизнеса в РФ

Следует отметить, что сфера туризма в России не готова продуктивно конкурировать на отечественном и зарубежном рынках ввиду своего недостаточного развития. Имеются некоторые трудности, сдерживающие данное развитие. Выделим основные проблемы, тормозящие совершенствование турбизнеса в РФ:

1. Организационно-финансовые проблемы: скудное инвестирование объектов туристско-рекреационной и обеспечивающей инфраструктуры курортов и зон рекреации (ограничение количества основных и дополнительных услуг, низкое качество отдельных услуг и т.п.); отсутствие единой стратегии развития туризма на федеральном и региональном уровнях, что приводит к некоторой бессистемности и эпизодичности реализуемых мероприятий; недостаточно развитая система подготовки и переподготовки кадров для сферы туризма и сервиса, что сказывается на качестве услуг и уровне обслуживания туристов.
2. Экономические проблемы: снижение доходов населения; существенные затраты на транспорт (в связи с большим расстоянием между туристскими центрами и дороговизной услуг транспорта, это становится менее доступным для большинства туристов.) малоэффективное соотношение цены и качества туристского продукта (большинство туристов находят услуги не достаточно качественными, а цену «заоблачной»).
3. Проблемы с инфраструктурой: недостаточное развитие транспортной и логистической инфраструктуры субъектов РФ; слабая развитость туристско-рекреационной инфраструктуры, дисбаланс в развитии социально-культурных услуг, а также услуг в области развлечения и отдыха; отсутствие комплексного обслуживания в большинстве перспективных туристско-рекреационных центров; недостаточное количество соответствующей инфраструктуры для обеспечения круглогодичного функционирования курортов, центров и зон.

4. Информационные проблемы: недостаточно активное продвижение как отдельных туристских услуг, так и целых туристских территорий; фактическое отсутствие рекламных и информационных туров, пресс-туров для представителей СМИ; ограниченность регулярной подготовки, издания и массового распространения печатных рекламно-информационных материалов о туризме и курортах и др.

5. Социально-психологические проблемы: недостаточная мотивированность населения РФ со средним и высоким уровнем доходов на потребление продуктов внутреннего туризма; зачастую низкая престижность объектов внутреннего туризма; часто остаточный принцип развития объектов туризма относительно других сфер экономики и др. Нельзя отрицать, что в настоящее время сфера внутреннего туризма всё больше привлекает внимание органов государственной власти различных уровней: ведётся активная работа по программно-целевому планированию туристского развития как на федеральном, так и на региональном уровнях; активизируется внедрение государственно-частного партнёрства в сфере туризма и сервиса; разрабатываются и перерабатываются ГОСТы для сервисных и туристических предприятий и т.д. Однако проводимую работу необходимо систематизировать. Главным направлением должно стать не столько количественное, сколько качественное развитие уже имеющейся инфраструктуры и материально-технической базы внутреннего туризма в стране. Важной является координация усилий всех участников рынка, составляющих основу туристской инфраструктуры в стране, с учётом интересов частного бизнеса, государства и населения.

2.3 Тенденции развития туристской отрасли в России

На сегодняшний день туристический бизнес является динамичной и доходной отраслью с высоким потенциалом. Россия располагает колоссальными природными ресурсами и культурно – историческим потенциалом для развития различных видов туризма.

Однако несмотря на поддержку со стороны государства, данная отрасль является недостаточно развитой при всевозрастающим спросе на туристические услуги.

Развитие туристического бизнеса можно отнести на период 2002-2005 гг., это был период спроса на рынке туристических услуг, который был связан с преодолением кризисных явлений в российской экономике и повышении уровня жизни населения.

Доля туристических услуг, эластичных по доходам, увеличивалось даже в условиях небольшого повышения реальных располагаемых доходов населения. Постепенно рос внешнеторговый оборот этих услуг, замедля оборот цен, увеличивалось инвестирование в туристический сектор. В целом же направление туристического бизнеса было ориентировано на выездной сектор.

Непопулярность рекреационных зон была предопределена отсутствием полноценной современной структуры оздоровления и развлечений, высокими ценами, а также «нераскрученностью» различных туристических программ и гидов. Именно в этот период завершился процесс перераспределения коллективной собственности, а именно после 2002 года — основную группу составили объекты частной собственности.

Развитие дорогих гостиниц и пансионатов находилось в совместной собственности как российской, так и иностранной, в это же время развивались маркетинговые услуги и данный товар успешно продвигался на рынок.

В 2005 – 2007 гг. наступил период насыщения потребительского спроса на рынке туристических услуг. Однако доля выездных туров остается до-

вольно высокой, что свидетельствует о большей привлекательности для российских туристов зарубежных туров и о недостаточной популярности российских туристических зон для иностранцев.

Уровень цен на многие туристические программы внутренних направлений сравнился и даже превысил аналогичные предложения по выездному туризму. Представляется, что именно этот фактор сдерживает развитие внутреннего туризма и делает его не конкурентоспособным с международным. Здесь нужно, в частности, разработать наиболее эффективную ценовую политику. Для сравнения можно привести следующие данные.

Ситуация на рынке туристических услуг такова: средняя цена путевки на курорты Турции в июле 2008 г. составляла 15918 руб. (8 дней/7 ночей); цена аналогичного пляжного тура в Испанию на побережье Средиземного моря и Канарские острова – 23 786 руб. За пять предыдущих лет средняя стоимость тура в Турцию возросла на 15 %, в Испанию – на 35 %, отдых в российском санатории – в 2 раза. В среднем день пребывания в России на полном пансионе с экскурсионной программой и проживанием в отеле категории три – четыре «звезды» сегодня обходится не дешевле 200-250 евро.

Теперь перейдем к более «свежим» событиям. Определяющей тенденцией 2016 года как для выездного, так и для внутреннего туризма, стала крайняя чувствительность потребительского рынка к ценовым изменениям. Туристы выбирают наиболее бюджетные варианты отдыха, также сократилось количество выездных периодов. Если раньше большинство населения помимо летних месяцев использовало и другие официальные праздники, и выходные, то теперь их число резко сократилось. Еще одной особенностью является то, что снизилось число раннего бронирования туров. Стоит отметить и позитивные тенденции: по оценкам экспертов, до последнего времени в сегменте внутреннего туризма около 80% составляли "дикари" – люди, не пользующиеся услугами турфирм, но и в этом направлении произошел переломный момент.

Это связано прежде всего с тем, что на рынке появились крупные туроператоры, организовавшие чартеры в разные регионы страны, это позволило снизить среднюю стоимость и привело к перетоку туристов из «дикарей» в организованный сегмент. В связи с девальвацией национальной валюты увеличился рост иностранных гостей, чтобы сохранить данную тенденцию, по словам экспертов, следует упростить визовый режим с другими государствами. Еще одной ключевой тенденцией 2016 года стало развитие мобильного канала продаж: люди больше не боятся совершать крупные оплаты через мобильные устройства.

Среди негативных тенденций, переходящих в будущий год, нельзя не упомянуть то, что сократилось число участников на туристическом рынке. Из-за снижения спроса на поездки за рубеж с рынка ушло около 70% средних и малых туроператоров, занимающихся турами данного сегмента туристического рынка.

Повышение цен - крайне негативная тенденция, которая наблюдается в течение многих лет. Это обусловлено стремлением туристических фирм максимизировать потенциальный доход, не учитывается платежеспособный спрос, кроме этого имеет место переоценка своих возможностей.

Рост туристических потоков также сдерживается диспропорциями в развитии коллективных средств размещения по экономическим регионам России и острой нехваткой недорогих гостиниц.

Хотя в последнее время темпы гостиничного строительства, например, в Москве и Санкт-Петербурге, как и в целом по России, возросли, в основном преобладает строительство дорогостоящих гостиниц и пансионатов, а заполняемость остается наиболее высокой среди всех сегментов. Хотя российские гостиницы даже высшей категории не отвечают мировым стандартам обслуживания туристов.

Важной тенденцией российского туристического бизнеса является процесс консолидации, в первую очередь, организаторов туризма и авиаперевозчиков. Количество независимых туристических фирм неуклонно сокращается, увеличиваются темпы роста туристических сетей. На каждом направлении работают три – пять компаний, контролирующих до 50 % рынка. Появились так называемые «чартерные пулы», позволяющие объединять в одну программу несколько туроператоров.

Все же представляется, что туристический бизнес в России можно и нужно развивать, учитывая рекреационные ресурсы нашей страны, что будет довольно доходной статьей доходов в бюджете. Необходимо работать над ценовой политикой, усовершенствованием гостиничного, сервисного обслуживания, разработкой культурно – оздоровительных программ и отзывов туристов.

Заключение

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост туристского потока.

С целью получения комплексной характеристики современного уровня развития туризма в стране с учетом результатов деятельности государства по развитию данной сферы следует более подробно остановиться на рассмотрении состояния и тенденций развития нормативного правового регулирования, туристской инфраструктуры, подготовки кадров, статистической базы, продвижения России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках, а также международном сотрудничестве в сфере туризма.

На рубеже тысячелетий туризм превратился в глубокое социально-экономическое и политическое явление, в значительной мере влияющее на мировое устройство и политику ряда государств и регионов мира.

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

Россия пока не может похвастаться подобными результатами, но развитие туристской отрасли в стране идет быстрыми темпами. Отечественная туристическая индустрия начала качественно изменяться и приобретать черты динамичной, эффективной и цивилизованной отрасли экономики. Изменилось отношение к туризму со стороны региональных властей и Правительства. Все большее число россиян предпочитают отдыхать в своем отечестве.

Влияние туризма на экономику страны пока незначительно. Оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается в основном от-

сутствием реальных инвестиций, низким уровнем частичного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест, дефицитом квалифицированных кадров. По прогнозам в ближайшие годы туризм мог бы оказать значительное позитивное влияние на экономику страны и ее крупных городов. Таким образом, туризм, являясь выгодной отраслью экономики, может стать при соответствующих условиях важнейшей частью валового национального дохода России.

Список использованной литературы

1. Бердникова О.А., Иванов С.Е. Анализ и динамика показателей развития туристской отрасли на примере Республики Татарстан. // Журнал «Век качества», №1, 2015. – с.73-76.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2006. – 320с.
3. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта. Пакетные туры.// Издательский дом ЦИНФРА-М», Москва, 2010. -239с.
4. Грачева О.Ю., Маркова Ю.А., Мишина Л.А., Мишунина Ю.В. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта// Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», Москва, 2012- 273с.
5. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 200с.
6. Ильина Е.Н. и др. Основы туристической деятельности – М.: Академия, 2007. – 434с.
7. Качмарек Я., Стасяк А, Влодарчик Б. Туристический продукт. Перевод с польского И.Д. Рудинского.// Издательство «Юнити- Дана», Москва, 2008. – 495с.
8. Новиков В.С. Организация туристкой деятельности//Издательский центр «Академия», Москва, 2013. – 333с.
9. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций // учебник. ОАО «Издательство «Советский спорт» 2014. — 247с.
10. Рузанов Ф.Н. Государственное и муниципальное управление.// Издательство «Юниверсум», Казань, 2011. -55с.
11. Туризм как вид деятельности: Учебник для студентов вузов тур. профиля / И. Воломин, Н.В. Исаева, Е.И. Ильина. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 327 с.
12. Федеральный закон № 132-ФЗ от 4 октября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Екатеринбург, 2010. 37 с.

13. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление. //Инфра-М, Москва, 2010. – 416с.
14. Юнусов Р.А., Фомушкин Ф.А. Региональное управление и территориальное планирование. // Издательство «Юниверсум», Казань, 2014. - 177с.
15. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC). [электронный ресурс] Режим доступа - URL: <http://www.wttc.org>
16. Всемирная туристская организация (UNWTO). [электронный ресурс] Режим доступа - URL: <http://www2.unwto.org>
17. Доклад Иванова С.Е. к коллегии Государственного комитета по туризму Республики Татарстан. [электронный ресурс] Режим доступа - URL: <http://tourism.tatarstan.ru/>
18. Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы. [электронный ресурс] Режим доступа - URL: www.moscomtour.mos.ru
19. Статистика туризма в России: справочник по туризму. [электронный ресурс] Режим доступа - URL: www.tourest.ru
20. Федеральное агентство по туризму РФ. [электронный ресурс] Режим доступа - URL: www.russiatourism.ru

