ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**Социально-экономическое развитие туризма в России**

2003

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение

Глава 1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИЗМА

1.1 Туризм как социально-экономическая основа

.3 Классификация туризма

.4 Функции туризма

Глава 2. АНАЛИЗ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ, ИНФРАСТРУКТУРЫ И ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2.1 Анализ туристских ресурсов России и их состояние

.2 Экономические районы и зоны развития туризма. Кадастр туристских ресурсов

.3 Туризм и экология

Глава 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

.1 Общие принципы составления экономического и социального прогнозов

.2 Особенности разработки прогнозов развития туристской отрасли с учетом факторов риска и неопределенности

3.3 Основные направления развития туризма на перспективу

Заключение

Список использованной литературы

**ВВЕДЕНИЕ**

Человечеству на протяжении всей его многовековой истории было свойственно стремление к путешествиям с целью развития торговли, завоевания и освоения новых земель, поиска ресурсов и т.п. Путешествие - термин, характеризующий перемещение людей в пространстве независимо от цели такого перемещения. Разновидностью путешествий является туризм.

Туризм (фр. tourisme, от tour - прогулка, поездка) - явление, с одной стороны, относительно молодое, ставшее массовым только после Второй мировой войны, с другой - имеющее глубокие исторические корни, поскольку путешествия известны с древнейших времен. В истории туризма принято различать четыре этапа:

1. до начала XIX в. - элитарный туризм, зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
2. XIX в. - Первая мировая война - революционные изменения в развитии транспорта, создание первых бюро путешествий;
3. период между двумя мировыми войнами - начало становления массового туризма;
4. после Второй мировой войны - современный этап - массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

Первый этап определяется как предыстория туризма. Так, в античные времена основными мотивами путешествий являлись торговля, образование, паломничество, лечение. В Древней Греции зародились спортивные поездки, когда на Олимпийские игры собирались жители со всей страны. Ранние финикийцы плавали по Средиземному морю к берегам сегодняшних Сирии и Ливана, размещая там свои колонии и развивая торговлю.

В средневековье усиливается религиозный характер путешествий. Религиозные убеждения побуждали миллионы верующих совершать паломничества к святыням: мусульман - в Мекку, христиан - в Иерусалим и Рим. Средневековые церкви стали господствующими инстанциями и единственной признаваемой властью в различных странах. Монастыри принимали путешественников. Странноприимные дома, как разновидность гостиниц, содержались религиозными орденами.

Эпоха Ренессанса и Просвещения ослабляет религиозные мотивы и усиливает индивидуальный характер и образовательную направленность поездок. Молодые дворяне нередко отправлялись в своеобразные «гран-туры» по Европе, прежде чем вступить на поприще профессиональной или политической деятельности. Англичане, например, маршрут такого путешествия начинали в Лондоне, откуда ехали во Францию (с длительным пребыванием в Париже), а затем - в Италию. Обратный их путь пролегал через Швейцарию, Германию, Нидерланды.

До середины XIX в. путешествия были не самоцелью, а необходимым условием и средством для достижения собственно цели (торговля, паломничество, расширение кругозора), а также отличались примитивными средствами передвижения.

Второй этап в истории туризма характеризуется революционными изменениями в развитии транспорта. Изобретения парохода, паровоза, сопровождавшиеся расширением сети дорог, обусловили большую надежность и скорость передвижения при одновременном снижении расходов на путешествия. Повышение качества и надежности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением, а также постепенное сокращение рабочего времени вызвали существенное увеличение потоков путешествующих. В связи с этим возникли первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей. На смену скромным «комнатам для гостей» в домах священнослужителей, монастырях и религиозных миссиях пришли первые гостиницы. К середине XIX в. индустрия отдыха расширяет сферу деятельности. Появляются первые бюро путешествий, в задачи которых входили организация туристских поездок и реализация их потребителю. Классическим примером является групповой тур на отдых, организованный англичанином Т. Куком в 1841 г. Комплекс услуг включал в себя двадцатимильную поездку по железной дороге, чай и булочки в поезде, духовой оркестр. Т. Кук создал (первоначально в Лестере, затем в Лондоне) первые бюро путешествий. В 1854 г. по их образцу К. Ризель открыл первое немецкое бюро путешествий в Берлине. Во второй половине XIX в. туристские бюро были созданы во многих странах мира. Начиная с 1862 г. появляются первые каталоги туристских поездок, отразившие процесс расширения туристского спроса.

Первая мировая война, Великая депрессия 30-х гг. и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Вместе с тем именно в период между этими войнами зарождается массовый туризм (третий этап), расцвет которого приходится на послевоенные десятилетия.

После Второй мировой войны туризм приобретает действительно массовый характер (четвертый этап). Из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых стран. Формируется индустрия туризма со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления. Данный этап характеризуется быстрым ростом количества путешествующих, увеличением числа туристских предприятий и объемов их производства, массовым строительством средств размещения, объектов туристской инфраструктуры. Особенностью современного туризма является широкий международный обмен. При этом в спросе и предложении на рынке произошли существенные изменения. Данный факт дает основание утверждать, что массовый конвейерный туризм трансформировался в массовый дифференцированный. Если первый предполагает обезличенность услуг в расчете на однородность потребностей и мотиваций туристов, то второй характеризуется разнообразием предлагаемых услуг и достаточно четко выраженной специализацией туристского предложения. Трансформация конвейерного туризма в дифференцированный совершалась одновременно с переходом от рынка продавца к рынку покупателя.

Имея столь длительную историю, туризм до настоящего времени не получил однозначного определения. Как справедливо указывает российский ученый В.Г. Сапрунова, до сих пор отсутствует единство мнений по проблемам трактования сущности туризма и его понятийного аппарата. Между тем вопрос дефиниций, т.е. согласованных и принятых за основу определений, понятий, терминологии туризма, является необходимым условием понимания явлений и процессов, характерных для туризма.

Существующие определения туризма можно объединить в три группы.

В первую входят определения, характеризующие туризм как разновидность рекреации (расширенного воспроизводства физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека), систему и форму проведения свободного времени путем использования сферы услуг в походах и поездках, которые сочетают активный отдых и укрепление здоровья человека с повышением его общей культуры и образованности. В частности, в Манильской декларации по мировому туризму последний рассматривается как один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта. Подобные определения носят узкоспециальный характер и касаются только отдельных аспектов туризма или его видовых особенностей.

Вторая группа определений туризма рассматривает его как одну из форм миграции населения, связывает с актом движения, путешествия, преодоления пространства и выступает в качестве инструментария статистики туризма.

И, наконец, третья группа определений характеризует туризм как сложное социально-экономическое явление, раскрывает его внутреннее содержание, выражающееся в единстве многообразия свойств и отношений.

**ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИЗМА**

**1.1 Туризм как социально-экономическая система**

Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект изучения, что позволяет, с одной стороны, выявить его структуру с многообразием внутренних связей, а с другой - определить характер взаимодействия с внешней средой.

В соответствии с определением, разработанным Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма, туризм как социально-экономическая система есть совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

В основе системы туризма, по мнению швейцарского исследователя К. Каспара, лежат две субсистемы:

♦субъект туризма, т.е. турист - потребитель туристских услуг со всем многообразием его потребностей и мотивов поведения;

♦объект туризма, состоящий из трех элементов: туристского региона, туристских предприятий и туристских организаций.

Таким образом, под субъектом туризма понимается турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения специфических туристских услуг. Последние предоставляются ему в определенном месте или регионе, являющемся целью его путешествия. Существуют два подхода к понятию «туристский регион». В первом случае он характеризуется как географическая территория, имеющая определенные границы, в другом - как географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов (при этом на первый план выдвигается привлекательность, содержание понятия которой различается в зависимости от конкретных групп туристов). Так, на одной и той же ограниченной территории (например, в гостинице) могут проживать туристы, имеющие совершенно разные цели путешествия. Одних больше привлекает море и пляжи, других - исторические места и музеи, третьих - активный отдых и развлечения.

Следует учитывать, что не всякая территория может быть отнесена к туристскому региону. Чтобы называться таковым, она должна отвечать следующим основным требованиям:

* иметь объекты туристского интереса (памятники истории и культуры, музеи, флора, фауна и т.д.);
* предоставлять необходимые для удовлетворения потребностей туристов услуги (причем обязательно такого качества, которое клиент ожидает).

К этим услугам в первую очередь относятся доставка (транспорт) до региона и обратно, обеспечение условий для проживания, питания, организации досуга с соответствующим уровнем обслуживания.

Таким образом, туристский регион - это территория, располагающая объектами туристского интереса и предлагающая определенный набор услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов.

В качестве туристского региона могут рассматриваться как отдельная гостиница, так и город, местность, курорт, район, область, страна или даже группа стран, которые турист выбирает как цель своего путешествия. ВТО определяет пять туристских макрорегионов:

* Европейский - страны Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Восточного Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция);
* Американский - страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна;
* Азиатско-Тихоокеанский - страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания;
* Южно-Азиатский - страны Южной Азии;
* Ближневосточный - страны Западной и Юго-Западной Азии, Египет и Ливия.

Приведенная классификация свидетельствует о том, что выделение туристских регионов может в значительной степени отличаться от принятых схем географического районирования.

Отношение к туристскому региону для определенного туриста зависит от потребностей последнего и восприятия им этого региона. Так, для туриста, любителя игры в гольф, туристским регионом скорее всего окажется спортивный центр, имеющий соответствующую базу (как минимум, поле для игры в гольф, гостиницу, ресторан). Для туристов из Японии, которые в предельно короткий срок хотят увидеть всю Европу, туристским регионом будет являться весь европейский континент. При этом следует иметь в виду два обстоятельства. Во-первых, чем на большее расстояние от места постоянного жительства туриста удалено место посещения, являющееся целью поездки, тем шире данным лицом будет рассматриваться туристский регион (например, для туриста из Беларуси, путешествующего по Германии, целая страна будет являться туристским регионом). Во-вторых, чем более узкой является цель поездки, тем меньшим в восприятии туриста представляется туристский регион (так, для ученого, заинтересованного лишь в участии в конгрессе, туристским регионом станет гостиница, в которой будет проходить данное мероприятие. Для участника конгресса, одновременно интересующегося историей и культурой города, где проводится конгресс, туристским регионом станет весь город).

Предоставление услуг туристам в том или ином регионе обеспечивают предприятия, представляющие собой важный элемент подсистемы «объект туризма». Одни из них предлагают потребителям исключительно туристские услуги, для других же туризм является только одним из направлений их коммерческой деятельности. Формирование, продвижение и реализация комплекса туристских услуг, объединенных единым целевым назначением, обеспечивается туристскими предприятиями (туроператорами и турагентами), чья деятельность служит исключительно туризму и составляет основу его существования. Туристские предприятия в процессе своего функционирования взаимодействуют с производителями туристских услуг (гостиницами, транспортными организациями, предприятиями питания и т.д.), для которых оказание услуг туристам является в большинстве случаев только одним из направлений их коммерческой деятельности. Предоставлением услуг туристам занимаются также предприятия, обслуживающие все население туристского региона (предприятия торговли, связи, бытового и медицинского обслуживания, культурно-просветительские учреждения и т.д.).

Совокупность предприятий материального производства и непроизводственной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристских услуг, освоение и эксплуатацию туристских ресурсов, а также создание материально-технической базы туризма, получила название туристская индустрия.

В процесс предоставления туристских услуг вовлечены также организации. К ним относятся государственные и общественные организационно-правовые структуры, регулирующие и координирующие развитие туризма в регионе, обеспечивающие условия (инфраструктуру, информацию, безопасность, свободу перемещения, доступность и сохранение туристских объектов, формирование туристского имиджа региона и т.д.) эффективного функционирования системы туризма. Указанные организации формируют туристскую политику и осуществляют на национальном, региональном и местном уровнях свою деятельность, направленную на удовлетворение разнообразных потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий при рациональном использовании имеющихся туристских ресурсов и обеспечении высокого качества обслуживания туристов.

Таким образом, субъект и объект туризма представляют собой основу его социально-экономической системы.

Туризм является открытой системой, взаимодействующей и функционирующей в определенной среде, представленной политическими, экономическими, социальными, технологическими и природными (экологическими) факторами. Последние в зависимости от рассматриваемого объекта приобретают свое конкретное наполнение, а также различную степень воздействия на функционирование того или иного элемента системы.

**1.2 Факторы, влияющие на развитие туризма**

Являясь сложной социально-экономической системой, туризм подвержен влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия на развитие туризма. Поэтому их учет объективно необходим для организации эффективной туристской деятельности.

Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на два вида:

* внешние (экзогенные);
* внутренние (эндогенные).

Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма.

К числу важнейших внешних факторов, влияющих на развитие туризма, относятся:

* природно-географические;
* культурно-исторические;
* экономические;
* социальные;
* демографические;
* политико-правовые;
* технологические;
* экологические.

Природно-географические (море, горы, леса, флора, фауна, климат и т.д.) и культурно-исторические (памятники архитектуры, истории и культуры) факторы как основа туристских ресурсов являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения.

Богатство природных и культурно-исторических ресурсов, возможность и удобство их использования оказывают существенное влияние на масштабы, темпы и направления развития туризма.

Необходимо учитывать, что природные явления могут приводить как к всплескам, так и спадам туристской активности. Например, последнее полное солнечное затмение XX в. (лето 1999 г.) в Европе особенно хорошо наблюдалось на территории Румынии. Умело проведенная рекламная кампания этого события привела к тому, что в 1999 г. количество туристских прибытий в эту страну возросло по сравнению с 1998 г. примерно на 200 тысяч. С другой стороны, крупное наводнение (июнь-июль 1997 г.) ограничило туристскую активность на большей части территории Польши и Чехии. Разрушительное землетрясение на севере Турции (1999 г.) повлекло за собой сокращение потока посетителей по сравнению с 1998 г. на 2 млн. человек и снижение доходов от международного туризма почти на 3 млн. дол. США.

В целом же природно-географические и культурно-исторические факторы создают предпосылки для развития туризма и имеют непреходящую, неизменную ценность. Человек может лишь приспособить их к своим нуждам и сделать более доступными для использования в туристских целях.

Влияние экономических факторов на туризм главным образом обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. Существует прямая зависимость между экономическим развитием страны, объемом национального дохода и материальным благосостоянием ее граждан. Поэтому государства с развитой экономикой, как правило, лидируют на мировом рынке по количеству туристских поездок своих граждан.

От экономического положения государства зависят не только доходы населения, но и уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры туризма.

К числу экономических факторов относятся также инфляция, процентные ставки, колебания реальных обменных курсов валют. Так, изменения обменных курсов существенно влияют на объем туристских потоков между странами с сильными и слабыми валютами. Замечено, что рост относительной себестоимости поездки за рубеж на 5% приводит к уменьшению спроса на выездной туризм на 6-10%.

Развитие туризма очень чувствительно к тому, в какой фазе экономического цикла - подъема или спада - находится не только национальная, но и мировая экономика. Так, во время экономического кризиса 80-х гг. XX в. число международных туристских прибытий значительно сократилось.

Среди социальных факторов развития туризма в первую очередь необходимо отметить увеличение продолжительности свободного времени населения (сокращение рабочего времени, увеличение продолжительности ежегодных отпусков), что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов.

Увеличение продолжительности свободного времени объективно связано с современной научно-технической революцией, в условиях которой возрастает значение умственного труда, усиливаются производственная и бытовая напряженность. Все это приводит к физическому и психологическому переутомлению людей, что требует принятия дополнительных мер по восстановлению работоспособности. Достижению этой цели во многом способствует туризм.

С увеличением продолжительности свободного времени населения в туризме обозначились две тенденции - дробление отпускного периода и рост непродолжительных путешествий. Туристские поездки становятся менее продолжительными, но более частыми. В зарубежной литературе это явление получило название «путешествия с интервалами». Вместо одного длительного ежегодного путешествия все чаще предпочтение отдается нескольким более коротким (например, двухнедельный отдых летом на море, недельный - зимой в горах, а также несколько поездок в выходные и праздничные дни). Подобные поездки означают рост активности и мобильности туристов. «Краткосрочные» посетители обычно несут большие расходы в расчете на один день пребывания в посещаемом месте по сравнению с туристами, совершающими длительные поездки. Кроме того, «путешествия с интервалами» совершаются в течение всего года, способствуя тем самым решению одной из основных проблем туризма - сглаживанию сезонных колебаний спроса.

«Путешествия с интервалами» будут определять характер развития туризма в третьем тысячелетии. Такой вывод сделала английская консалтинговая фирма «Ховат УК», проводившая по заказу ВТО исследование динамики отпускного времени в 18 странах мира, на долю которых приходится более 70% всех туристских расходов. В результате был получен прогноз, что в XXI в. продолжительность туристских поездок сократится до 3-4 дней, однако, частота перерывов для отдыха и интенсивности восстановления жизненных сил человека возрастет.

К числу социальных факторов развития туризма относится также повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения. Исследования свидетельствуют, что существует прямая зависимость между уровнем образования людей и склонностью к путешествиям. Это объясняется тем, что лица с более высоким уровнем культуры и образования способны рациональнее распределять свое свободное время, использовать его для познания с помощью туризма окружающей среды, ознакомления с историей, жизнью, бытом, фольклором и искусством других стран и народов.

Под влиянием экономических и социальных факторов в последние десятилетия XX в. В западноевропейских странах изменилась парадигма общественного сознания: духовные ценности одерживают верх над материальными. Сегодня человек в большей степени ориентирован на познание действительности, получение впечатлений, наслаждение жизнью, чем на потребление материальных благ. В данном контексте изменились место и роль туризма в структуре потребностей общества. Из привилегии избранных он превращается в привилегию большинства. Изменяется и характер потребностей туристов: от примитивных - к более возвышенным, от средства восстановления работоспособности - к способу реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов. На смену пассивному отдыху по принципу «трех S» (Sea-San-Sand, т.е. море-солнце-пляж) приходит отдых по формуле «три L» (Lore-Landscape-Leisure, т.е. национальные традиции-пейзаж-досуг). Она наилучшим образом соответствует новым ценностям, которые находят выражение в поведении современного туриста.

Постоянное влияние на развитие туризма оказывают демографические факторы, касающиеся численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры (с выделением трудоспособного населения, учащихся и пенсионеров), семейного положения и состава семей. Так, рост населения в мире в целом и его отдельных регионах прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Статистические данные свидетельствуют, что туристские потоки из стран, имеющих повышенную плотность населения, интенсивнее, чем из стран с меньшей плотностью населения. Кроме того, достаточно четко прослеживается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения. Так, наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18-30 лет. Однако общая туристская подвижность людей достигает пика в 30-50 лет. Исследования показывают, что неженатые (незамужние) люди более мобильны, чем семейные, а женщины проявляют к туризму больший интерес, чем мужчины.

К группе демографических факторов относится также урбанизация (увеличение доли городского населения), степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристских поездок. Самый высокий уровень урбанизации в странах Северной Америки (77%) и Европы (71%), которые и являются основными «поставщиками» туристов. В пределах одной страны степень туристской активности в городах значительно выше, чем в сельской местности. Причем чем крупнее город, тем большее число его жителей выезжает в туристские поездки. Это объясняется прежде всего потребностью в отдыхе (связанном со сменой обстановки), вызванной перегрузками и нервным напряжением. К тому же на решение горожанина о совершении поездки с познавательными целями оказывает влияние общий более высокий культурный и образовательный уровень городского населения.

В демографической структуре населения развитых стран происходят следующие изменения:

* население стареет (снижение уровня рождаемости приводит к более высокой доле лиц старших возрастов, численность же младших возрастных групп, в частности от 15 до 24 лет, неуклонно уменьшается);
* увеличивается число работающих женщин, растет их стремление сделать карьеру (это приводит к позднему вступлению в брак, откладыванию рождения ребенка, росту числа бездетных семейных пар);
* растет число одиноких людей (в крупных городах они составляют до половины всего населения).

Процессы, протекающие в демографической среде, обусловливают две тенденции в развитии туризма: первая - это расширение круга потенциальных туристов, когда у все большего количества людей появляются желание и возможность путешествовать; вторая - увеличение удельного веса пожилых людей (в основном пенсионного возраста) в общей численности туристов (в настоящее время он достиг 40%). Данное обстоятельство позволяет сделать вывод о глубоких последствиях этого феномена для туризма.

Значительное влияние на развитие туризма оказывают политико-правовые факторы: политическая обстановка в мире и отдельных странах; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики.

Туристская активность существенно зависит от политической обстановки. Стабильное политическое положение способствует развитию туризма и, наоборот, напряженная обстановка обусловливает низкие темпы его роста и даже свертывание. Некоторые вооруженные конфликты (например, ближневосточные 1967 г. и 1973 г.) совпадают с экономическими кризисами. Накладываясь друг на друга, они взаимно усиливают свое негативное воздействие на туризм.

В начале 90-х гг. XX в. в связи с военными действиями США в районе Персидского залива во всех регионах мира было зафиксировано снижение темпов роста туристских прибытий, а в Италии, Великобритании, Германии и Швейцарии отмечено абсолютное сокращение числа туристов. Перманентный израильско-палестинский конфликт (вспышки которого наблюдаются периодически, как, например, весной 2002 г.) негативно сказывается на развитии туризма в большинстве стран Ближнего Востока.

Серьезную угрозу туризму представляет терроризм и экстремизм. Так, практически не поддаются оценке негативные последствия для международного туризма в связи с террористическими актами 11 сентября 2001 г. в США. В абсолютных величинах число путешествующих в 2001 г. составило 689 млн. человек против 697 млн. в 2000 г. (снижение на 1,3%). Последний раз сокращение этого показателя было отмечено в 1982 г., когда оно составило 0,4%. В течение последующих лет объем туристских прибытий в целом по миру неуклонно возрастал. В странах, где туризм оказывает большое влияние на национальную экономику, экстремисты в качестве объектов нападения могут выбирать туристов для оказания политического давления на правящие круги (как это произошло, например, в Египте в 1997 г.).

Изменение политической карты мира, произошедшее в Европе в конце 80-х - начале 90-х гг. XX в., открытие границ и переход к рыночным преобразованиям стран СНГ и Восточной Европы предопределили увеличение туристских потоков из этих государств. Одновременно некоторые страны Восточной Европы (Чехия, Венгрия, Польша) заняли ведущие позиции по приему гостей.

Меры Евросоюза по становлению в Европе единого рынка без внутренних границ со свободным перемещением капитала, товаров, услуг, людей, унификацией налоговой политики, введением единой валюты создают все предпосылки для интенсивного развития туризма в этом регионе.

Технологические факторы, связанные с прогрессом в технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов.

Развитие науки и техники способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг (гостиничного хозяйства, транспорта, бюро путешествий). Так, коренная техническая реконструкция транспорта позволила создать комфортабельные условия для перевозки большого количества путешественников. Удобные, быстрые, сравнительно доступные транспортные средства (прежде всего авиация) для перевозки туристов на большие расстояния в значительной степени способствовали развитию туризма.

Дальнейшее развитие транспорта и его воздействие на туризм будет, по мнению специалистов, идти по двум основным направлениям: количественное развитие (увеличение числа различных видов транспорта); качественное развитие (повышение скорости движения, безопасности перевозок и комфорта пассажиров).

Особо следует отметить внедрение в индустрию туризма компьютерной техники, без чего организация массовых туристских путешествий в настоящее время невозможна. Информационные технологии позволяют интегрировать производство туристских продуктов и их распределение. Интернет в туризме не только выполняет функцию передачи и обмена информацией, но и формирует новую систему сбыта, которая напрямую связывает конечных потребителей с поставщиками туристских услуг и уже сегодня составляет реальную конкуренцию традиционным каналам реализации туристских продуктов.

Научно-технический прогресс несет в себе не только огромные возможности, но и серьезные угрозы для туристских предприятий. Любые новшества грозят вытеснением устаревших технологий и методов работы, что чревато самыми серьезными последствиями, если не проявить должного внимания, учету факторов технологического характера. Так, несмотря на то, что использование Интернета в отечественном туристском бизнесе только начинается, игнорирование мировых тенденций развития туристской индустрии может уже в ближайшее время обернуться большими финансовыми потерями, когда туристская деятельность будет немыслима без соответствующих информационных технологий.

Экологические факторы оказывают на туризм самое непосредственное воздействие, так как окружающая среда является основой и потенциалом туристской деятельности.

Непропорциональное развитие туризма может подрывать саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер (изменение естественных условий, ухудшение жизненных условий людей, животного и растительного мира и т.д.). Разрушение природной среды влечет за собой спад туристского предложения (проблема монокультуры туризма).

Сдерживающим фактором развития туризма являются зоны радиоактивного, химического и других видов загрязнений. Так, в Беларуси после аварии на Чернобыльской АЭС в 1986 г. сложилась принципиально новая экологическая ситуация, при которой значительную часть туристско-рекреационных ресурсов республики в обозримом будущем вряд ли можно будет использовать для туризма и отдыха населения.

Взаимосвязь туризма с окружающей природной средой сводится в основном к следующему:

♦ необходимым условием существования и развития туризма является природная среда (примерный перечень проблем:

качество среды обитания человека; естественные факторы туристского происхождения и их влияние на туристское предложение);

* туризм негативно влияет на окружающую среду (примерный перечень проблем: рациональное использование природных ресурсов в целях туризма; предотвращение разрушения ландшафта, загрязнения воды, воздуха и т.п.);
* туризм сохраняет окружающую среду (примерный перечень проблем: защита и сохранение природы и памятников культуры; рациональное природопользование; формирование экологического сознания у туристов и производителей туристских услуг и т.д.).

**Внутренние факторы,** воздействующие на туризм, - это ключевые явления и тенденции, проявляющиеся непосредственно в его сфере. К ним в первую очередь относятся материально-технические факторы, связанные с развитием средств размещения, транспорта, предприятий питания, бытового обслуживания, рекреационной сферы, розничной торговли и т.д. Кроме того, необходимо выделить следующие факторы, напрямую связанные со спросом и предложением туристских услуг:

* рост информированности потребителей и изменение их предпочтений, что влечет за собой переход от стандартизированного массового туризма к дифференцированному с более гибкими и разнообразными формами обслуживания;
* возрастание роли координации деятельности в сфере туризма и процессов монополизации (партнерские отношения крупных фирм со средним и малым бизнесом; создание туристских союзов на основе вертикальной интеграции; концентрация и глобализация туристского бизнеса и т.д.);
* обеспечение сферы туризма кадрами (увеличение численности работников; повышение значения их профессиональной подготовки; улучшение организации труда и т.д.);
* содействие развитию частного туристского бизнеса (создание условий, при которых обеспечивается эффективная реализация туристских услуг на основе профессионального маркетинга, что, в свою очередь, вызывает необходимость повышения квалификации персонала);

♦ повышение значимости средств массовой информации в рекламе и продвижении туристских услуг.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает сезонность, выступающая как важнейшая специфическая проблема.

Сезонность - это свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами. В странах Северного полушария с умеренным климатом основными («высокими») сезонами являются летний (июль-август) и зимний (январь-март). Кроме того, выделяются межсезонье (апрель-июнь, сентябрь) и «мертвый сезон» (октябрь-декабрь), при которых туристские потоки затухают и спрос снижается до минимума.

Особенности сезонности спроса в туризме состоят в следующем:

* она значительно различается по видам туризма. Так, познавательный туризм характеризуется менее значительными сезонными колебаниями, чем рекреационный. Более низкая сезонная неравномерность спроса характерна также для лечебного и делового туризма;
* различные туристские регионы имеют специфические формы сезонной неравномерности спроса. Поэтому можно говорить о специфике туристского спроса в определенном населенном пункте, районе, стране, в мировом масштабе. Так, согласно статистическим данным, в Европе на два летних месяца приходится до половины всех туристских поездок. В странах, где годовые колебания температуры и других элементов климата незначительны, сезонность туризма проявляется слабее (например, Марокко имеет круглогодичный туристский сезон);
* сезонность в туризме определяется главным образом факторами климатического, социального и психологического характера.

Климатические факторы связаны с тем, что в большинстве регионов мира погодные условия для путешествий, отдыха, лечения, занятий спортом различаются по месяцам года.

Социальные факторы обусловлены тем, что большая часть школьных каникул приходится на летние месяцы. Поэтому родители стремятся приурочить свой отпуск к этому времени и отдыхать вместе с детьми. Высокий уровень спроса на туристские поездки летом связан и с распространенной в европейских странах практикой остановки предприятий на профилактический ремонт в июле-августе (месяцы наименьшей производительности труда).

На сезонность спроса влияют также факторы психологического характера (традиции, подражание, мода). Пики и спады туристкой активности во многом можно объяснить консерватизмом большинства туристов, т.е. укоренившимся мнением, что лето - самое благоприятное время для проведения отпусков.

Сезонные колебания туристского спроса оказывают негативное влияние на национальную экономику. Они приводят к вынужденным простоям материально-технической базы, порождают проблемы социального плана. То обстоятельство, что большая часть предприятий туристкой индустрии и ее персонала используется лишь несколько месяцев в году, является причиной увеличения удельного веса условно-постоянных расходов в себестоимости туристских услуг. Это уменьшает возможности проведения гибкой ценовой политики, затрудняет действия туристских предприятий на рынке и снижает их конкурентоспособность.

Негативные последствия сезонной неравномерности спроса требуют изучения данного явления и принятия организационных, экономических и социальных мер по сглаживанию сезонных пиков и спадов в туризме. С этой целью туристские организации и предприятия практикуют сезонную дифференциацию цен (повышенные цены в разгар сезона, умеренные - в межсезонье и пониженные - в «мертвый сезон»; разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50 %), стимулирование развития видов туризма, не подверженных сезонным колебаниям (например, деловой, конгрессный и т.д.).

Сглаживание сезонности в туризме дает большой экономический эффект, позволяя увеличить сроки эксплуатации материально-технической базы, повысить степень использования труда персонала в течение года, увеличить поступления от туризма.

**1.3 Классификация туризма**

Туризм в современном мире проявляется в различных явлениях, связях и отношениях, что определяет необходимость его классификации, т.е. группировки по отдельным однородным признакам, зависящим от определенных практических целей.

Известно большое количество подходов к классификации туризма, различаемых по принципам построения, прикладным задачам и даже пониманию сущности туризма.

Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории, виды и формы.

Тип туризма определяется национальной принадлежностью туристов.

В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

* внутренний, т.е. путешествия жителей какой-либо страны по своей собственной стране;
* въездной, т.е. путешествия по какой-либо стране лиц, не являющихся ее жителями;
* выездной, т.е. путешествия жителей какой-либо страны в другую страну.

Указанные типы туризма по-разному сочетаются между собой, образуя следующие категории туризма:

* туризм в пределах страны, включающий внутренний и въездной туризм;
* национальный туризм, охватывающий внутренний и выездной туризм;
* международный туризм, состоящий из въездного и выездного туризма.

Указанные категории могут использоваться применительно как к отдельной стране, так и к туристскому региону. При этом термин «регион» может относиться либо к району в пределах какой-то страны, либо к группе стран.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данным признаком различают следующие виды туризма:

* рекреационный;
* лечебный;
* познавательный;
* деловой;
* религиозный;
* этнический;
* транзитный.

Рекреационный туризм является самым распространенным и осуществляется с целью отдыха, оздоровления, восстановления и развития физических, психологических и эмоциональных сил. Этот вид туризма отличается большим разнообразием и может включать зрелищно-развлекательные программы (театр, кино, фестивали, карнавалы), занятия по интересам (охота, рыбная ловля, музыкальное, художественное творчество), занятия спортом, посещение спортивных мероприятий в качестве зрителя и т.д.

Лечебный (медицинский) туризм обусловлен потребностью в лечении различных заболеваний. Он имеет несколько разновидностей, определяемых природными средствами воздействия на организм человека (климатолечение, грязелечение, бальнеолечение и др.).

Познавательный туризм включает в себя поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой стране. В основе этого вида туризма лежит богатая экскурсионная программа. Познавательные цели могут сочетаться с целью отдыха.

Для развития познавательного туризма важное значение имеет «кустовой» принцип планирования, предусматривающий создание вблизи главного объекта туристского интереса дополнительных объектов посещения - музейных экспозиций, мастерских природных промыслов, а также организаций культурных акций, зрелищных мероприятий. Это позволяет привлечь больше туристов, увеличить продолжительность их пребывания, а следовательно, повысить эффективность использования туристской инфраструктуры. Дополнительные объекты посещения должны функционально соответствовать основному объекту туристского интереса, быть доступными для туристов, не нарушать характер исторической среды.

В исторических городах - центрах туризма предусматривается формирование культурно-туристских зон, включающих объекты туристского интереса, предприятия обслуживания, предоставляющие полный комплекс услуг как туристам (проживание, питание, развлечения, справочно-информационное обслуживание и т.д.), так и местным жителям.

Формирование таких зон является комплексной задачей, включающей решение следующих вопросов:

* реставрацию и подготовку к туристско-экскурсионному показу памятников архитектуры, истории, культуры, реабилитацию исторической застройки, восстановление парков и исторического ландшафта;
* реконструкцию транспортной сети с учетом прохождения крупногабаритных туристских автобусов, развитие сети автостоянок, организацию транспортных обходов мест концентрации туристов;
* создание пешеходных зон в местах массовых посещений, увеличение плотности объектов обслуживания, благоустройство, озеленение, цветочное оформление, рекламно-информационное насыщение территории;
* развитие систем общественного обслуживания, включая медицинское;
* развитие с учетом потребностей туристов коммунального хозяйства города, общественного пассажирского транспорта, систем инженерно-технического обеспечения, телекоммуникаций;
* приспособление мест массовых посещений к потребностям пожилых людей и инвалидов;

♦ развитие объектов туристской инфраструктуры.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных семинарах и совещаниях, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. В число деловых туристов включаются водители грузовых автомобилей, коммерческие агенты, руководители туристских групп, выполняющие профессиональные обязанности за пределами своей обычной среды. Всех их можно правомерно назвать туристами на работе.

Деловой туризм часто подразделяют на собственно бизнес-поездки, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм (от англ. incentive - побудительный, поощряющий). Последний представляет собой поездки, предоставляемые администрацией фирм своим сотрудникам на исключительно льготных условиях или бесплатно в качестве поощрения за высокие показатели в работе. Такая форма стимулирования труда особенно хорошо зарекомендовала себя в страховых компаниях, банках, на торговых предприятиях, имеющих разветвленную дилерскую сеть. Инсентив-программы предусматривают, как правило, высококлассное размещение и обслуживание.

Деловой туризм отличается высокой динамичностью, обусловленной глобализацией туристского бизнеса, и доходностью. Его доля в международном туристском обмене, по экспертным оценкам, составляет от 10 до 20%. Существенным преимуществом делового туризма является возможность его организации вне зависимости от сезонных факторов. Более того, деловые поездки имеют тенденцию к сокращению именно в разгар туристского сезона. Интерес туристских предприятий к данному виду туризма объясняется еще и тем, что, например, проведение конгрессов предполагает предоставление как чисто туристских (транспорт, размещение, питание, экскурсионное обслуживание), так и специфических (организация деловых встреч, изучение информации, переводы, регистрация участников, техническое обеспечение мероприятий и т.п.) услуг. При наличии у участников конгрессов свободного времени (что может быть обеспечено, например, за счет оптимальной организации мероприятий) им может быть предложена туристская программа. Поэтому многие страны стремятся к проведению у себя подобных мероприятий. Именно для этого создаются специальные конгресс-центры, обеспечивающие полный набор услуг деловым туристам.

Глобализация мировой экономики и связанная с этим процессом интенсификация деловых, научных и культурных связей превратили деловой туризм в один из ведущих и наиболее динамично развивающихся видов туризма. За невиданно быстрые темпы роста деловой туризм признан экономическим феноменом конца XX - начала XXI в. По оценкам экспертов, к 2020 г. количество международных деловых поездок достигнет 1,6 млрд. (в 1999 г. - 564 млн.), оборот от которых составит 2 трлн. дол. США (в 1999 г. - 400 млрд.). По данным американской организации «Круглый стол делового туризма», увеличение оборота в этой сфере на 1 млрд. дол. приводит к созданию 100 тыс. новых рабочих мест. Небезынтересно отметить, что дневные расходы лиц, совершающих деловые поездки, в среднем в 3 раза превышают затраты обычного туриста.

Интенсивное развитие делового туризма привело к созданию большого количества международных и национальных организаций (Международной ассоциации делового туризма /IBTA/, Ассоциации специалистов по организации корпоративных поездок /АСТЕ/, Международного союза организаторов конгрессов и др.), объединяющих специалистов из различных областей этого поистине глобального и неподдающегося никаким кризисам вида туризма.

Религиозный туризм основан на религиозных потребностях людей различных конфессий. Путешествия с религиозными целями (паломничество) - древнейший вид туризма, имеющий глубокие исторические корни. Одними из первых туристов были, несомненно, средневековые паломники. В силу религиозных убеждений или ради любопытства люди во всем мире путешествуют к «святым местам» с целью посещения культовых сооружений. По религиозным канонам паломническая поездка должна продолжаться не менее 10 дней.

Воздействие религиозного туризма на экономику отдельных стран и районов мира, в первую очередь на сами религиозные центры, весьма существенно. Это связано с тем, что паломники оставляют там значительную часть взятых в дорогу денег и тем самым дают возможность получить доход тысячам местных жителей.

Основными центрами религиозного туризма являются Иерусалим, Мекка, Медина, Рим.

Близкие паломничеству потоки формируются познавательным туризмом религиозной тематики. Такие путешествия обычно не столь продолжительны, как странствия верующих, организуются в любое время года и не привязаны к культовым праздникам. Помимо Израиля с его раннехристианскими и мусульманскими памятниками, туристы проявляют интерес к Иордании (здесь протекает река Иордан, в водах которой крестился Иисус Христос), Греции (колыбель православия, с ее горными монастырями, монашеской республикой Афон), Ватикану (центру католичества), Франции (более 50% памятников, составляющих ее национальное достояние, представляют собой религиозные объекты) и т.д.

Получили развитие также научные поездки с религиоведческими целями.

Этнический туризм преследует цель посещения туристами мест своего рождения, проживания родственников и близких. Данный вид туризма занимает важное место в международном туристском обмене. Особое значение этнический туризм имеет для стран, часть населения которых проживает за границей. Так, у туристов из Германии пользуются популярностью поездки по Поволжью, у евреев - в Израиль и т.д. Ярким примером этнического туризма являются массовые путешествия финнов на Карельский перешеек и в другие местности вокруг Ладожского озера, которые они вынужденно покинули во время Второй мировой войны.

В связи с тем, что с каждым годом происходит естественное сокращение первого поколения выходцев из других стран, все больший удельный вес в этническом туризме начинают занимать представители третьего и четвертого поколений, у которых в большей степени мотивом поездок становится знакомство с родиной предков. Данное обстоятельство изменяет характер спроса этих туристов. В частности, повышается спрос на размещение в гостиницах, а не у родственников, а программы пребывания предусматривают широкое знакомство с посещаемой местностью.

Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО охватывает категорию «прочие цели» поездок. Транзит можно классифицировать в качестве цели посещения только с точки зрения въездного туризма. Существуют две разновидности транзита. Первая относится к авиапассажирам, которые в юридическом смысле не въезжают страну, в которой они меняют перевозчика, однако по традиции считаются ее посетителями. Вторая разновидность транзита относится к лицам, путешествующим через третью страну к месту назначения или постоянного жительства. Если соответствующая поездка является туристской, эти лица классифицируются как посетители данной страны, даже если не останавливаются на ее территории и не расходуют денег.

Следует иметь в виду, что рассмотренная классификация видов туризма, обусловленная целями поездок, не является исчерпывающей. Более того, в туристской практике обычно имеет место комбинация в одном путешествии нескольких видов туризма. Например, рекреационный и деловой туризм часто сочетается с познавательным. Тем не менее приведенная классификация представляется чрезвычайно полезной для организации и анализа туристской деятельности.

Существуют классификации туризма, основанные на иных признаках. Одни из них относятся к туристскому путешествию и позволяют описать его исходя из способа организации, продолжительности, используемых транспортных средств, интенсивности туристских потоков. Другие характеризуют туризм исходя из демографической и социально-экономической точки зрения.

В зависимости от способа организации различают организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм представляет собой путешествия одного туриста (или группы) по предварительно разработанной туристским предприятием программе. Организованные туристы приобретают туры по заранее согласованным маршруту, срокам пребывания, объему предоставляемых услуг. Туры обычно реализуются на условиях предварительной оплаты.

Неорганизованный туризм - путешествия, организованные самими туристами, без участия туристского предприятия. Туристы при этом самостоятельно разрабатывают маршрут путешествия, определяют объекты посещения, количество ночевок и оплачивают только туристские услуги (проживание, питание и т.д.) во время их приобретения. Разновидностью неорганизованного туризма является путешествие так называемым автостопом с использованием в качестве средств передвижения попутных автомобилей.

Неорганизованный туризм получил в мире широкое распространение. Так, в европейских странах на его долю приходится около 80 % от всех туристских путешествий, и эта цифра постоянно растет.

По продолжительности путешествия выделяют туризм краткосрочный («выходного дня», «конца недели») и долгосрочный (продолжительный). Краткосрочный туризм, как правило, предполагает поездки на срок до 5-7 дней.

По используемым транспортным средствам туризм подразделяют на следующие виды:

* железнодорожный (характерные черты - относительный комфорт, доступность по цене менее обеспеченным слоям населения), используемый в путешествиях на сравнительно небольшие расстояния. Его перспективы видятся в развитии скоростных магистралей;
* авиационный (основное преимущество - возможность за короткое время преодолевать большие расстояния), являющийся приоритетным для стран, удаленных от основных туристских центров;
* теплоходный (водный), получивший развитие в странах, имеющих выход к водным пространствам. Включает две разновидности: речной и морской. С каждым годом растет популярность морских и речных круизов, осуществляемых по предварительно разработанным маршрутам и программам. Во время круиза предоставление туристам транспортных услуг сочетается с услугами по размещению, питанию, развлечениям и т.п.;
* автомобильный (характерные особенности - высокая подвижность туристов, возможность посещения большого числа мест, выбора оптимального маршрута, преодоления больших расстояний). Активно развивается во второй половине XX в. и занимает ведущее место в общем туристском потоке. В Европе на его долю приходится около 75% международных туристских перевозок. Различают автомобильный туризм на собственных (принадлежащих туристам) и арендованных (взятых напрокат) автомобилях;
* автобусный, предусматривающий путешествия организованных групп туристов по разработанным маршрутам, использующих в качестве средств передвижения автобусы;
* велосипедный (мотоциклетный), получивший наибольшее распространение в странах с равнинным рельефом местности. Активно используется в ряде стран для поездок (преимущественно на небольшие расстояния) в выходные дни;
* туризм с использованием прочих средств передвижения (дирижаблей, воздушных шаров, дельтапланов, собачьих упряжек и др.). Сюда же можно отнести пешеходный туризм, получивший наибольшее распространение во внутреннем туризме.

По интенсивности туристских потоков туризм делят на постоянный и сезонный. Под постоянным туризмом понимается относительно равномерное посещение туристских регионов на протяжении всего года, а под сезонным - в определенное время года. Постоянный туризм характерен для наиболее известных туристских центров: знаменитых городов мира, курортов, располагающих уникальными лечебными ресурсами (например, минеральными водами, целебными грязями и т.п.). Сезонный туризм, в свою очередь, делится на одно- и двухсезонный. Первый распространен в регионах, посещаемых туристами в определенное время года (преимущественно летом или зимой), второй характеризуется наличием туристских потоков как летом, так и зимой.

В зависимости от возрастной категории туристов различают следующие виды туризма:

* детский;
* молодежный;
* лиц среднего возраста;
* лиц «третьего» возраста.

Каждый из перечисленных видов имеет свою специфику организации и обслуживания, которая должна учитываться туристскими предприятиями. Так, молодежь ориентирована в основном на относительно дешевые путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта, на веселый вечерний отдых (бары, диско, дискуссионные клубы, встречи по интересам и т.п.). Туристы «третьего» возраста (пенсионеры), напротив, требуют не только комфорта, но и персонального внимания со стороны обслуживающего персонала, возможности получения квалифицированной медицинской помощи, наличия в ресторанах диетического питания, размещения в гостиницах, расположенных в тихих местах. Для туристов среднего возраста характерно преобладание семейных поездок. В связи с этим необходимо предусматривать возможность использования площадок для игр, детских бассейнов и др.

По источникам финансирования выделяют туризм коммерческий и социальный.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, являющейся основным источником средств для развития и расширения производства. Стремясь максимизировать ее, фирмы ищут оптимальное сочетание между величиной издержек и ценой туристского продукта. Предлагаемые ими услуги ориентированы главным образом на лиц с высоким и средним уровнем дохода, позволяющего полностью оплачивать туристские расходы.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, ветеранам войны и труда, иным гражданам, которым государственные и негосударственные фонды и другие благотворительные организации оказывают поддержку как наименее обеспеченной части населения. Данное положение закреплено в Манильской декларации по мировому туризму, где указывается, что «социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан при использовании их прав на отдых».

Концепция социального туризма базируется на трех основополагающих принципах:

* обеспечение отдыха каждого члена общества путем вовлечения в сферу туризма людей с низким уровнем доходов;
* субсидирование туризма малоимущих;
* активное участие правительственных, муниципальных, общественных и коммерческих структур в развитии туризма.

Данная концепция реализована на практике в Швейцарии и Франции благодаря системе отпускных чеков - платежно-расчетных средств, вводимых в обращение для оказания адресной помощи туристам и обеспечения доступности отдыха всем слоям населения. Отпускные чеки могут быть использованы исключительно на оплату услуг, связанных с отдыхом, путешествиями, посещением культурных и зрелищных мероприятий.

Указанные виды туризма не исчерпывают всего его разнообразия. Так, в качестве отдельных видов туризма можно рассматривать экологический, сельский, приключенческий, спортивный, самодеятельный с активными способами передвижения и др.

Экологический туризм направлен на ознакомление с природными ценностями, экологическое воспитание и образование. Особенностью организации этого вида туризма является обеспечение минимального воздействия на природную среду, создание сети экологических гостиниц, обеспечение туристов экологически чистым питанием.

Экологический туризм включает посещение экологически чистых природных территорий (заповедников, заказников, национальных парков), не измененных или минимально измененных деятельностью человека. Основой развития экологического туризма является сеть особо сохраняемых природных территорий.

В его рамках можно выделить:

* экообразовательные туры для школьников и студентов в соответствии с учебными программами;
* фотоохоту на редких животных и птиц, обитающих в естественных условиях;

♦ туры по болотам, озерным и речным водным экосистемам на гребных и парусных лодках и т.д.

Развитие экологического туризма имеет важное воспитательное значение, особенно для школьников и молодежи, так как прививает экологическую культуру, бережное отношение к природе и ее ценностям.

Сельский туризм включает посещение туристами сельской местности, отдых и оздоровление в экологически чистых районах. Предпосылками его развития являются:

* растущий уровень урбанизации и потребность городских жителей в смене обстановки и образа жизни в период отпусков;
* дешевизна отдыха в сельской местности;
* возможность питаться экологически чистыми продуктами, собирать лесные ягоды, грибы, лекарственные травы;
* возможность приобщиться к миру природы, самобытной сельской культуре, ремеслам и обычаям, поучаствовать в местных праздниках и развлечениях, сельскохозяйственных работах.

Организация сельского туризма обеспечивается путем решения следующих задач:

* создания туристских деревень на основе существующих сельских поселений с традиционной деревянной архитектурой, расположенных в живописной местности;
* формирования «сельских» туров с проживанием и питанием туристов в деревенских домах;
* сдачи внаем домов и комнат в сельской местности в экологически чистых природных районах.

По своим характеристикам сельский туризм близок к некоторым разновидностям экологического.

Приключенческий туризм является своеобразным видом отдыха, связанным с посещением экзотических мест (вулканов, островов, водопадов, мест катастроф и т.п.), занятием экзотической деятельностью (например, сафари - поездка в целях охоты, наблюдения за животными; рафтинг - сплав по горным рекам; кладоискательство), использованием для перемещения необычных транспортных средств (собачьих упряжек, слонов, верблюдов, воздушных шаров и т.п.). Во многих случаях такой туризм связан с риском, серьезными физическими нагрузками, требует от туристов смелости и умений.

География и тематика приключенческого туризма достаточно обширны и разнообразны. Например, рядом зарубежных фирм предлагаются приключенческие туры, участников которых не знакомят заранее с их программой.

Спортивный туризм в зависимости от цели путешествия подразделяется на два вида: активный и пассивный. В первом случае основной мотивацией туриста является возможность занятия любимым видом спорта (что требует наличия необходимой базы: инвентаря, специальных трасс, подъемников, спортивных площадок, кортов, сооружений и т.п.). Во втором случае цель путешествия состоит в посещении спортивных соревнований в качестве зрителя. Зарубежные специалисты выделяют даже такую разновидность туризма, как фан-туризм (поездки фанатов той или иной спортивной команды в места спортивных соревнований, в которых она принимает участие).

Опыт проведения крупных спортивных мероприятий свидетельствует о возможности достижения высокого коммерческого успеха как за счет привлечения туристов, так и за счет торговли туристскими товарами и сувенирами с предметной символикой.

Самодеятельный туризм с активными способами передвижения осуществляется на добровольной (любительской) основе. При этом состав туристской группы, маршрут, снаряжение, обеспечение продуктами питания, способ передвижения определяются туристами самостоятельно. Такие маршруты могут быть плановыми, т.е. подготовленными добровольными туристскими объединениями (туристскими клубами, союзами, туристско-спортивными организациями).

Основными формами туристских мероприятий с активными способами передвижения являются походы, и экспедиции, туристские слеты, туристско-спортивные соревнования.

Туристский поход - это путешествия с познавательными целями или для отдыха с использованием активных способов передвижения. Походы делятся на оздоровительные, спортивные (категорийные), учебно-тренировочные, научно-познавательные, приключенческие (экзотические), а также на пешеходные, велосипедные, лыжные, горные, водные и др.

Экспедиция - путешествие в малоизученный район с конкретной целью: исследование района; испытание снаряжения; выполнение научной или методической работы.

Туристский слет - массовое туристское мероприятие, проводимое обычно по видам самодеятельного туризма (слет туристов-водников, велосипедистов, спелео-туристов, горных туристов и т.д.).

Туристско-спортивное соревнование - комплексное мероприятие по технике определенного вида самодеятельного туризма (лыжного, горного, водного, спортивного ориентирования и др.).

Следует отметить, что на международном рынке активно развивается такой вид организации отдыха, как таймшер (от англ. time - время и share - пай, акция, долевое участие) - долгосрочное владение частью недвижимости с правом ее использования для проживания на отдыхе в течение определенного временного отрезка. В юридическом отношении речь идет о праве пользования помещением раз в год в течение обусловленного договором срока (например, одной недели). Это право может быть пожизненным или предоставляться на длительный период (30, 50, 90 лет и т.д.).

Таймшер развивается в контексте с развитием сектора нетрадиционных средств размещения: не гостиниц, а так называемых вторых домов, принадлежащих частным лицам. В качестве «второго дома» может выступать дача, вилла, яхта, поместье, апартаменты и т.д.

«Второй дом» идеально подходит для семейного отдыха. Не случайно основные покупатели таймшера - именно семьи.

Важнейшим элементом системы таймшера является обмен неделями отдыха между владельцами. Понятно, что отдыхать в одно и то же время в одном и том же месте в течение многих лет захочет далеко не каждый, поэтому и возникла система обмена. Согласно ей, владелец таймшера по своему желанию может обменять собственную неделю отдыха через электронный банк данных на аналогичную, но в другой стране, на другом курорте и т.д. Такую возможность предоставляют обменные компании, крупнейшими из которых являются американские фирмы RCI и II (International). Обменный бизнес придает всей системе таймшера большую гибкость.

Классификация туризма по видам позволяет решать ряд проблем развития и территориальной организации туризма, определять спрос на отельные виды туристских услуг и на этой основе проводить активную туристскую политику.

**Форма туризма** - это тип организации туристской деятельности человека или группы людей. Практика туризма выделяет следующие формы туризма:

* индивидуальная (до 5 человек);
* групповая (от 6 человек и свыше).

Индивидуальный туризм представляет собой путешествия одного или нескольких лиц и связан с обслуживанием (как правило, по более высоким ценам), носящим персональный характер.

Групповой (коллективный) туризм представляет собой путешествия нескольких лиц по единому маршруту и на одинаковых для всех условиях. Объединение туристов в группу определяется общностью интересов и целей поездки, а также более низкими ценами на туры по сравнению с индивидуальными путешествиями в связи с предоставлением групповых скидок.

Как относительно самостоятельная форма активно развивается в последнее время семейный туризм. Этому в немалой степени способствует существующая в ряде стран система скидок для данной категории путешественников («семейный план»).

**1.4 Функции туризма**

Манильская декларация по мировому туризму гласит: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международные отношения». Тем самым подчеркнуто все большее «вторжение» туризма в различные сферы жизни общества.

Туризму свойствен ряд функций экономического, социального и гуманитарного характера.

**Экономическая функция** туризма проявляется через спрос и потребление туристов. Потребности туристов, находящихся вне места постоянного проживания, подразделяются на три группы:

* основные;
* специфические;
* дополнительные.

Основные потребности туристов - это потребности в передвижении, проживании и питании. Следовательно, услуги средств размещения, предприятий питания и транспортных организаций являются обязательными для осуществления туристской деятельности. Средства размещения (гостиницы, мотели, частные квартиры и т.д.) и предприятия питания (рестораны, кафе, бары) обеспечивают условия для нормальной жизнедеятельности туристов. Транспортные средства осуществляют их доставку к местам отдыха и обеспечивают внутримаршрутные передвижения.

Потребление основных услуг является предпосылкой для удовлетворения специфических потребностей туристов, являющихся главной целью поездки - потребностей во впечатлениях, развлечениях, деловых встречах, курортном обслуживании.

Дополнительные потребности туристов удовлетворяются услугами предприятий сервиса, торговли, культурных и развлекательных учреждений.

Специфика туристского потребления состоит в том, что не товар доставляется потребителю, а наоборот. Именно через потребление туризм стимулирует хозяйственную деятельность страны или отдельного региона. Увеличиваются доходы гостиниц, предприятий питания, транспортных предприятий, спортивных объектов, учреждений культуры и т.д., стимулируется развитие сервиса предприятий бытового обслуживания, связи, автосервиса. Повышается спрос на сувениры и изделия местных ремесел, что служит целям рекламы данного региона. Возрастает товарооборот предприятий торговли как специального, так и общего назначения-.

Таким образом, туризм развивает местную инфраструктуру, создает новые рабочие места, инициирует приток валюты в страну, обеспечивает поступления в государственный и местный бюджеты, оказывает стимулирующее воздействие на обслуживающие отрасли, осуществляющие вспомогательные и сопутствующие по отношению к туризму виды деятельности (рис. 1.2).

Следовательно, можно говорить о прямом и косвенном влиянии туризма на экономику страны (региона).

Прямое влияние туризма - результат расходов туристов на покупку услуг и товаров туризма. При этом туристские расходы определяются как общая сумма потребительских расходов, производимых посетителем или от его имени в ходе поездки и во время пребывания в месте назначения. К статьям туристских расходов в соответствии с рекомендациями ВТО относятся:

* комплексные поездки, пакет услуг на отдых и комплексные туры;
* размещение;
* питание и напитки;
* транспорт;
* рекреационные, культурные и спортивные виды деятельности;
* посещение магазинов;
* прочее (страхование путешествий, комиссионные сборы за обмен валюты и дорожных чеков, расходы по связи и т.п.).

**Основные виды туристской деятельности (100-50%):**

туристские агентства; туроператоры; гостиницы и другие средства размещения; рестораны и предприятия питания; транспортные компании;

организации досуга, курорты и санатории; тематические парки; объекты культуры и

отдыха; спортивные клубы и сооружения; туристские ассоциации; производство сувениров;

товары и оборудование для самодеятельного туризма; конференции,

конгрессы, выставки; аэропорты; страхование путешествий; глобальные системы

бронирования и резервирования; издатели и дистрибьюторы туристской литературы, путеводителей и карт; пункты обмена валюты

**Вспомогательные и сопутствующие виды деятельности (50-25%):**

железнодорожные станции; спортивные мероприятия и спортивные товары;

электротовары; производство фотоаппаратов и фототоваров; производство транспортных средств (самолетов, автомобилей, кораблей и т.д.);

медицинское обслуживание; журналисты, писатели, артисты, музыканты;

оптовая и розничная торговля; юридические компании;

рекламные агентства; издательская деятельность; информационные технологии

**Вспомогательные и сопутствующие виды деятельности (менее 25%):**

морские и речные порты;

фармакология и косметология;

легкая промышленность; машиностроение;

учебные заведения;

архитектура и строительство;

электронная инженерия;

шоу-бизнес

Прямое влияние туризма понимается как результат вклада денег, полученных от туристов, в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма, создание новых рабочих мест. Расходы туристов повышают доход страны (региона), обеспечивают пополнение бюджета за счет налогов, сборов и других платежей предприятий туристской индустрии.

Косвенное влияние туризма на экономику известно под названием эффекта мультипликации, который вступает в силу по мере циркуляции туристских расходов в стране (регионе). Расходы туристов повышают доход туристского региона, что, в свою очередь, ведет к цепной реакции: расход - доход - расход и т.д. Предприятия, к которым непосредственно поступают расходы туристов, нуждаются в покупке товаров и услуг других секторов местной экономики. Например, гостиницы пользуются услугами строительных и коммунальных организаций, банков, страховых компаний, производителей продовольственных товаров и др. Чем большая доля полученных от обслуживания туристов доходов затрачивается в стране (регионе), тем выше эффект мультипликатора.

Сочетание прямого и косвенного влияния расходов туристов определяет совокупное воздействие туризма на экономику страны (региона). Оно проявляется через воздействие туризма на платежный баланс, занятость населения и региональное развитие.

Влияние туризма на платежный баланс выражается в виде разницы между расходами иностранных туристов в стране и расходами резидентов этой же страны за рубежом.

В соответствии с рекомендациями Международного валютного фонда в актив платежного баланса по статье «туризм» включаются:

* поступления от продажи товаров и туристских услуг иностранным и внутренним туристам;
* поступления от экспорта товаров туристского спроса и оборудования для туристских предприятий;
* поступления от продажи прочих услуг (подготовка кадров, предоставление услуг специалистами страны зарубежным партнерам);
* транспортные расходы иностранных туристов на внутренний и международный транспорт в стране пребывания;
* инвестиции иностранного капитала в туристскую индустрию;
* поступления от кредитов, предоставленных другим странам (проценты и возмещение капитала) для развития туризма.

Пассив платежного баланса по статье «туризм» включает:

* расходы на приобретение туристских услуг и товаров, производимые гражданами данной страны в стране пребывания;
* расходы на импорт товаров, необходимых для обслуживания туристов;
* расходы на приобретение прочих услуг (подготовка кадров за рубежом, оплата труда иностранных специалистов, занятых в сфере туризма);
* транспортные расходы на перевозки выездных туристов зарубежными транспортными компаниями;
* инвестиции на развитие туризма в других странах;
* расходы по долгосрочным иностранным кредитам (проценты и возмещение каптала), вложенным в развитие туризма.

Платежный баланс по статье «туризм» может быть положительным (профицит) или отрицательным (дефицит).

Положительное сальдо платежного баланса по туризму обеспечивается ростом доходов страны от туризма и открывает больше возможностей для решения задач, связанных с инвестициями в развитие туристской индустрии. В случае дефицита происходит утечка денежных средств из страны.

Положительное сальдо платежного баланса с преобладанием доходов над расходами формируется главным образом под влиянием природных предпосылок, развитой инфраструктуры, политической стабильности. Положительный баланс имеют Испания, Италия, США, Турция, Франция, Греция, Тунис, Таиланд, Мексика, страны Карибского бассейна. Отрицательный платежный баланс по статье «туризм» в основном присущ индустриальным странам с высоким уровнем жизни (Германия, Япония, Великобритания, Нидерланды, Швеция, Канада, Норвегия, Дания и др.).

Туризм оказывает существенное влияние на занятость населения. По данным ВТО, в 2000 г. число рабочих мест в туристской индустрии составило 192 млн. человек, или 8% от общих показателей занятости в мире. В туристской индустрии стран Европейского союза занято 65% всего работающего населения. По прогнозам к концу 2010 г. возникнет потребность в дополнительных трудовых ресурсах от 2,2 до 2,3 млн. человек, а ежегодное увеличение числа рабочих мест в туристской индустрии составит от 1% до 1,5%.

Большую часть трудовых ресурсов в туризме поглощают гостиничное и ресторанное хозяйство, транспортные предприятия, туроператоры и турагенты. Кроме того, помимо собственно туристской деятельности по обслуживанию посетителей значительного объема труда требуют предприятия сопряженных с туризмом отраслей экономики: торговли, строительства, связи и т.д. Поэтому реальная оценка занятости в туризме затруднена в силу разнообразных связей между ним и другими секторами экономики, а также из-за специфического характера труда в туризме.

Основные особенности характера труда и структуры занятости в туризме заключаются в следующем:

* неполная занятость;
* сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки;
* значительный удельный вес неквалифицированных работников (около 80%).

Указанные особенности имеют как негативные, так и позитивные последствия. С одной стороны, они являются причиной непопулярности рабочих мест в туризме (особенно в гостиничном и ресторанном хозяйстве) среди населения высокоразвитых стран и вызывают необходимость привлечения иностранной рабочей силы, что, в свою очередь, нередко обостряет социальные и демографические противоречия. С другой стороны, сезонность и неполная занятость являются в ряде случаев положительными факторами, позволяющими включить в сферу труда и обеспечить дополнительными источниками дохода отдельные категории населения (например, студентов).

Туризм приобретает все большее значение для регионального развития. Создание туристских предприятий в удаленных, малонаселенных и индустриально слабо развитых регионах способствует выравниванию экономического развития отдельных районов страны, сокращению оттока местного населения в крупные города, созданию дополнительных рабочих мест, возрождению местных культурных ценностей, охране и восстановлению памятников истории и культуры, повышению спроса на товары местного производства.

Наряду с позитивными последствиями развития туризма в отдаленных и слабых в структурном отношении регионах необходимо учитывать и отрицательные аспекты:

* поляризацию и коммерциализацию интересов различных групп населения;
* возрастание роли неквалифицированного труда;
* рост числа отклонений от принятых в обществе норм поведения (хулиганство, алкоголизм, проституция);
* коммерциализацию культуры;
* потерю самобытности того или иного региона;

♦ конфликты между местным населением и туристами.

Характер взаимоотношений между местным населением и туристами в значительной степени определяется тем, что и те, и другие, как правило, являются носителями разных культур, а контакт между ними происходит в момент, когда туристы отдыхают, а местные жители работают. Недовольство последних может быть вызвано также разницей в материальном положении, ощущением социального неравенства и так называемой социальной дискриминацией.

Существует также опасность насаждения в регионе «монокультуры туризма», проявляющейся в том, что в конкурентной борьбе туристские предприятия теснят сельское хозяйство и другие источники доходов местного населения. Одновременно нарушается или полностью разрушается традиционный уклад жизни и природный ландшафт в центрах массового туризма. Монокультура туризма, как подчеркивают зарубежные специалисты, сама подрывает основы своего существования.

Проблема разрешения конфликта между необходимостью развития туризма как стимула к существованию отдаленных и малоразвитых в экономическом отношении регионов и опасностью насаждения монокультуры туризма может быть решена путем комплексного планирования регионального развития туризма и внедрения соответствующих методов управления этим процессом (усиление контроля за использованием территорий и ресурсов, проведение политики просвещения местного населения).

Туризм несет в себе глубокую социальную функцию. Дело в том, что научно-технический прогресс коренным образом изменил жизнь современного общества. Характерными ее особенностями являются повышение интенсификации труда, автоматизация и компьютеризация производства, увеличение стрессовых ситуаций на работе и в быту, анонимность городской жизни и изоляция от природы. Все это способствует накоплению в человеке усталости физического и психологического характера, что ведет к снижению жизненной и трудовой активности.

«Социальная значимость туризма обусловлена возможностью удовлетворения одной из важнейших потребностей человека - восстановления и пополнения его физических, духовных, эмоциональных сил», - отмечается в Манильской декларации по мировому туризму.

Туризм как многоплановая и активная форма отдыха способствует полному и всестороннему обновлению сил и внутренних ресурсов человека, затраченных на производстве и в быту. Он предоставляет возможность временно покинуть место постоянного проживания, изменить характер деятельности, привычную обстановку и образ жизни.

Жизнь человека, как известно, разделена на три фазы: работа, дом и свободное время. Ценность последнего постоянно возрастает. Не случайно, в Гаагской декларации по туризму (приложение 2) право человека «на отдых, свободное время и периодически оплачиваемый отпуск, а также право использовать это время с целью проведения отпусков, свободных поездок с образовательными или развлекательными целями и использования благ, получаемых от туризма как внутреннего, так и международного» отмечено как одно из самых необходимых. Туризм способствует рациональному использованию свободного времени, предлагая потенциальным потребителям разнообразный и привлекательный ассортимент туристских путешествий.

Гуманитарная функция туризма заключается в использовании его возможностей для формирования всесторонне развитой личности. Туризм расширяет кругозор человека, повышает его интеллект и позволяет совместить отдых с познанием окружающего мира.

Путешествия дают человеку возможность удовлетворить свои потребности в приобщении к духовным и нравственным ценностям, накоплении и углублении знаний, в том числе профессиональных. Разнообразие тематики экскурсий и туров - деловые, конгрессные, познавательные, обучающие (языковые), экологические, приключенческие и др. - позволяет человеку реализовать свои запросы в сфере туризма.

Туризм способствует удовлетворению коммуникативной потребности человека - потребности в общении и обмене информацией. Увеличивается число туристских поездок с целью посещения друзей и родственников, установления гуманитарных и деловых контактов. Туризм играет важную роль в развитии мирных и дружественных отношений между народами, расширении межнациональных контактов. «Туризм следует рассматривать прежде всего в контексте экономических отношений стран и континентов. Чем более регулярный характер имеют международные туристские связи, тем более предсказуемой оказывается мировая экономика, а мировая конъюнктура - стабильной», - к такому выводу на основе анализа современного состояния туризма пришли канадские ученые.

Существенное место туризм занимает также в воспитании подрастающего поколения: расширении объема его знаний и интересов, формировании эстетических вкусов, отношении к обществу и окружающей среде.

Социально-гуманитарный характер туризма особо подчеркивается в Глобальном кодексе этики туризма (приложение 3). Этот документ носит рекомендательный характер и адресован не только специалистам по туризму, но и государственным структурам, представителям средств массовой информации, а также непосредственно самим туристам.

туризм инфраструктура кадастр ресурс

**ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ, ИНФРАСТРУКТУРЫ И ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**2.1 Анализ туристских ресурсов России и их состояние**

Концепция устойчивого развития туризма ООН - ВТО, Глобальный этический кодекс туризма, Хартия туризма, а также рекомендации международных туристских конвенций и деклараций предполагают бережное и разумное туристское природопользование, а также сохранение и приумножение туристских ресурсов.

В силу своей специфики туризм занимает важнейшее место в группе отраслей народного хозяйства, имеющих выраженную ориентацию на использование природных ресурсов.

Если продукция других отраслей национальной экономики транспортируется к потребителю, то результатом деятельности туристской отрасли являются целевые перемещения потребителей (туристов) к местам сосредоточения рекреационных ресурсов, т.е. потребление туристских ресурсов происходит в месте их размещения. При этом в отличие от других отраслей, в туристской отрасли не происходит изъятие, «переработка» и глобальные изменения качественных и количественных характеристик туристских ресурсов.

В ряде случаев туризм служит катализатором при использовании природных ресурсов, он первый вовлекает в оборот ранее не используемые природные комплексы и объекты культурного наследия. Однако для предоставления многоцелевых туристских услуг различным социальным категориям населения необходимы самые разнообразные туристские ресурсы: уникальные природные ресурсы; природные и искусственно созданные человеком ресурсы; наличие объектов культурного наследия и т.д.

Туристская деятельность сопровождается значительным потреблением туристских ресурсов, поэтому туризм наиболее заинтересован в их сохранности, регулировании потребления и их воспроизводстве. Отсюда возникает проблема разумного природопользования, связанная с борьбой с загрязнением, восстановлением и охраной окружающей среды от негативного воздействия объектов индустрии туризма и инфраструктуры туризма.

В исследованиях динамики территориальных рекреационных систем (предназначенных для отдыха, восстановления сил) российские и зарубежные ученые - В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, А.Ю. Александрова, И.В. Зорин, Ю.С. Путрик, В.Б. Сапунова, X.В. Опашовски, Ю.А. Штюрмер и др. - акцентировали внимание на характере эволюции туристских ресурсов под действием рекреационных нагрузок и влиянии этого процесса на деятельность туристов.

Основная цель исследований - решение вопросов туристского природопользования и выработка предельно допустимых норм нагрузки для различных типов ландшафта.

На базе исследований для последующей разработки концепции экономической оценки туристских ресурсов были использованы три типа туристского природопользования:

* туристско-оздоровительный;
* туристско-спортивный;
* туристско-познавательный.

Туристско-оздоровительный тип природопользования предназначен для удовлетворения потребностей в оздоровлении и восстановлении физических и психических сил человека. Он связан с постепенными изменениями структуры и свойств потребляемых туристских ресурсов, в том числе природных комплексов, и требует значительных усилий для их последующего восстановления.

При проведении функционального зонирования территорий зоны дислокации туристско-оздоровительного комплекса должны быть удалены от зон массового рекреационного использования, а экскурсионную деятельность в этих зонах надо строго регламентировать.

Туристско-оздоровительному типу природопользования свойственна интенсивная нагрузка на туристские ресурсы, способствующая их значительным изменениям, часто приобретающим необратимый характер. Такой тип природопользования требует строгой нормативно-правовой регламентации потребления туристских ресурсов, их регулярного мониторинга и постоянного обновления.

Туристско-познавательный тип природопользования предназначен для развития интеллектуальных и духовных сил человека, его воспитания и приобщения к природным и культурным ценностям. Осуществляется это путем не вещественного потребления высокоаттрактивных (высокопривлекательных) культурных и природных туристских ресурсов в местах их размещения.

При данном типе природопользования туристским ресурсам, как в целом, так и их отдельным свойствам должны быть присущи: доступность, аттрактивность, уникальность, экзотичность, живописность, контрастность и др.

Использование туристско-познавательного типа природопользования связано со значительными, но непродолжительными по времени рекреационными нагрузками на природные комплексы и объекты культурного наследия.

Для эффективного туристско-познавательного типа природопользования необходима высоко развитая инфраструктура: разветвленная и благоустроенная дорожная сеть, инженерные коммуникации, система связи, наличие комплекса объектов жизнеобеспечения и восстановления сил и т.д.

Туристско-спортивный тип природопользования предназначен для удовлетворения потребностей человека в полном восстановлении физических сил за счет использования специального туристско-спортивного и физкультурно-оздоровительного режимов, включая тренирующий режим. Этот тип природопользования связан с уникальными, экзотическими, иногда труднодоступными природными комплексами, с преодолением естественных преград, препятствий, экстремальных природных условий. Туристско-спортивный тип природопользования включает массовое занятие: водными видами спорта (парусным, серфингом, сплавом, дайвингом, подводным кладоискательством, водомоторным спортом; горнолыжными видами спорта, а также альпинизмом, скалолазанием, мотовелосипедным туризмом и т.д.).

В широком смысле понимаются ресурсы:

* экономические;
* природные;
* культурно-исторические;
* трудовые;
* финансовые;
* социальные;
* производственные.

Под туристскими ресурсами понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта. Главную роль в формировании туристского продукта играют природные ресурсы. В соответствии с федеральным законодательством часть наиболее высокоаттрактивных ресурсов имеет статус особо охраняемых природных территорий и объектов культурного наследия.

**Особо охраняемые природные территории** - это участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, имеющие особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. Такие территории относятся к объектам общенационального достояния.

С учетом специфики использования особо охраняемых природных территорий и статуса, находящихся на них природоохранных учреждений, различают следующие категории территорий:

* государственные природные заповедники, в том числе биосферные;
* национальные парки;
* природные парки;
* государственные природные заказники;
* памятники природы;
* дендрологические парки и ботанические сады;
* лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Особо охраняемые природные территории могут иметь федеральное, региональное или местное значение.

Особо охраняемые природные территории федерального значения являются федеральной собственностью и находятся в ведении федеральных органов государственной власти.

Особо охраняемые природные территории регионального значения выступают собственностью субъектов Российской Федерации и находятся в ведении органов государственной власти субъектов Российской Федерации.

Особо охраняемые природные территории местного значения представляют собой собственность муниципальных образований и находятся в ведении органов местного самоуправления.

**Государственные природные заповедники** - природоохранные, научно-исследовательские и эколого-просветительские учреждения, целью которых служат сохранение и изучение естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного мира, отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем.

На территории государственных природных заповедников полностью изымаются из хозяйственного использования особо охраняемые природные комплексы и объекты (земля, вода, недра, растительный и животный мир), имеющие природоохранное, научное, эколого-просветительское значение как образцы естественной природной среды, типичные или редкие ландшафты, места сохранения генетического фонда растительного и животного мира.

На государственные природные заповедники возлагаются следующие задачи:

- охрана природных территорий с целью сохранения биологического разнообразия и поддержания в естественном состоянии охраняемых природных комплексов и объектов;

- организация и проведение научных исследований, включая ведение Летописи природы;

- осуществление экологического мониторинга в рамках общегосударственной системы мониторинга окружающей природной среды;

- экологическое просвещение;

- участие в государственной экологической экспертизе проектов и схем размещения хозяйственных и иных объектов;

- содействие в подготовке научных кадров и специалистов в области охраны окружающей природной среды.

**Национальные парки** - природоохранные, эколого-просветительские и научно-исследовательские учреждения, территории (акватории) которых включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность; они предназначены для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях и для регулируемого туризма.

К задачам национальных парков относятся:

сохранение природных комплексов, уникальных и эталонных природных участков и объектов;

сохранение историко-культурных объектов;

экологическое просвещение населения;

создание условий для регулируемого туризма и отдыха;

разработка и внедрение научных методов охраны природы и экологического просвещения;

осуществление экологического мониторинга;

восстановление нарушенных природных и историко-культурных комплексов и объектов.

Туризм и отдых на территориях национальных парков осуществляются в соответствии с утвержденными проектами на основании лицензий на выполнение деятельности по обеспечению регулируемого туризма и отдыха, предоставляемых дирекциями национальных парков, если предлагаемые услуги по организации обслуживания посетителей не противоречат целям деятельности национальных парков и не причиняют ущерба природным комплексам и объектам историко-культурного наследия.

Природные парки - природоохранные рекреационные учреждения, находящиеся в ведении субъектов Российской Федерации, территории (акватории) которых включают природные комплексы и объекты, имеющие значительную экологическую и эстетическую ценность; предназначены для использования в природоохранных, просветительских и рекреационных целях.

На природные парки возлагаются следующие задачи:

сохранение природной среды, природных ландшафтов;

создание условий для отдыха (в том числе массового) и сохранение рекреационных ресурсов;

разработка и внедрение эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территорий природных парков.

**Государственные природные заказники** - территории (акватории), имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов и их компонентов и поддержания экологического баланса.

Государственные природные заказники могут иметь различный профиль, и быть предназначенными:

комплексные - для сохранения и восстановления природных ландшафтов;

биологические (ботанические и зоологические) - для сохранения и восстановления редких и исчезающих видов растений и животных, в том числе ценных видов в хозяйственном, научном и культурном отношениях;

палеонтологические - для сохранения ископаемых объектов;

гидрологические (болотные, озерные, речные, морские) - для сохранения и восстановления ценных водных объектов и экологических систем;

геологические - для сохранения ценных объектов и комплексов неживой природы.

**Памятники природы** - уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения.

**Дендрологические парки и ботанические сады** - природоохранные учреждения, в задачи которых входит создание специальных коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира, а также осуществление научной, учебной и просветительской деятельности. Территории дендрологических парков и ботанических садов предназначаются только для выполнения их прямых задач, при этом земельные участки передаются в бессрочное (постоянное) пользование дендрологическим паркам, ботаническим садам, а также научно-исследовательским или образовательным учреждениям, в ведении которых находятся дендрологические парки и ботанические сады.

**Лечебно-оздоровительные местности и курорты** - территории (акватории), пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами (минеральными водами, лечебными грязями, рапами (особыми грязями) лиманов и озер, лечебным климатом, пляжами, частью акваторий и внутренних морей, другими природными объектами и условиями).

Субъектам федерации предоставлено право дополнять и изменять приведенную классификацию с учетом местных условий.

В Москве принята следующая классификация природных территорий:

* национальный парк;
* природный парк;
* природно-исторический парк;
* экологический парк;
* природный заказник;
* памятник природы;
* заповедный участок;
* ботанический сад;
* городской лес.

Кроме природных ресурсов, в туристской деятельности используются искусственно созданные человеком ресурсы и объекты показа. Такие ресурсы составляют культурное наследие и культурное достояние государства.

Культурное наследие народов Российской Федерации - это материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также памятники и историко-культурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности Российской Федерации и ее народов, их вклада в мировую цивилизацию.

Культурное достояние народов Российской Федерации - это совокупность культурных ценностей, а также организации, учреждения, предприятия культуры, которые имеют общенациональное (общероссийское) значение и в силу этого безраздельно принадлежат Российской Федерации и ее субъектам без права их передачи иным государствам и союзам государств с участием Российской Федерации.

В соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132 ФЗ (ст. 1) под туристскими ресурсами понимаются природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Как правило, туристские ресурсы определяют формирование видов туристского бизнеса в том или ином регионе.

Туристские ресурсы имеют следующие основные свойства:

* аттрактивность (привлекательность);
* климатические условия;
* доступность;
* степень изученности;
* экскурсионная значимость;
* пейзажные и видеоэкологические характеристики;
* социально-демографические характеристики;
* потенциальный запас;
* способ использования и др.

Туристские ресурсы используются в оздоровительных, туристских, спортивных и познавательных целях. Условно их можно подразделить на две группы:

* природные (природно-рекреационные);
* инфраструктурные (рекреационно-познавательные). Развитие туристского бизнеса требует наличия обоих групп.

Даже при высоких аттрактивных свойствах природных ресурсов без наличия коммуникаций, средств связи, коммунальной инфраструктуры, просветительных учреждений, памятников культуры, искусства и др. туристский бизнес для широкого круга потребителей невозможен.

Туристский бизнес в условиях рынка может быть осуществлен при наличии:

* капитала;
* технологии;
* кадров;
* туристских ресурсов.

Это означает, что недостаточно, имея капитал, приобрести технологию, сформировать кадровую команду и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются туристско-рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфики туристского бизнеса в условиях рынка. Четвертая составляющая бизнеса - туристские ресурсы - является наиболее дешевой (в России пока нет федерального налога на туристские ресурсы), поэтому и достигается высокая рентабельность предпринимательской деятельности в сфере туризма. Если туризм связан с созданием туристского ресурса (а не потреблением имеющегося), то себестоимость туристского продукта резко возрастает.

Существует изначальное преимущество в части туристского бизнеса тех стран или регионов, где туристские ресурсы, созданные природой и человеком, наиболее привлекательны как по климатическим условиям, так и по отличительным ресурсным факторам.

В этом случае актуальна теория шотландского экономиста и философа А. Смита об абсолютном изначальном преимуществе стран, обладающих тем или иным уникальным ресурсным потенциалом, изложенная в его книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.). Это один из тех примеров, где такой потенциал, имеющийся в одной или нескольких странах, не «тиражируется» по желанию человека в другую страну, т. е. если в стране нет богатых нефтяных или иных месторождений, то она не может стать вторым Кувейтом или Брунеем.

Для туризма такое утверждение также справедливо, хотя некоторые туристские ресурсы можно искусственно создать человеком или по крайней мере улучшить их качественные показатели. Однако, как отмечалось ранее, многократно увеличивается их стоимость и снижается конкурентоспособность туристских услуг в таком регионе (стране).

Пользуясь теорией сравнительного преимущества английского экономиста Д. Рикардо, а также используя теорию соотношения факторов Хекшера-Олина (шведские экономисты), можно утверждать, что страны, обладающие большим капиталом, выступают экспортерами капиталоемких товаров и услуг и импортерами трудоемких товаров и услуг. Это означает, что пока в России не будет создана высококапиталоемкая туристская индустрия, фактор туристского «невидимого экспорта» при наличии внутреннего спроса на туристские услуги будет направлен из России, т.е. в структуре туризма будет преобладать выездной туризм.

Для изменения данной ситуации при ограничении капитала следует выработать такую государственную политику в области туризма, при которой национальный туризм должен стать привлекательной инвестиционной отраслью, как для внутренних, так и зарубежных инвесторов.

Развитие индустрии туризма возможно только при наличии в конкретном регионе привлекательных природных или иных туристских ресурсов, представляющих собой основу планирования.

До сих пор так и нет однозначного ответа на вопрос: Какими же туристскими ресурсами обладает Россия и ее регионы на сегодняшний день?

Утверждения о том, что Россия обладает «колоссальными» (дословно) туристскими ресурсами, имеющиеся в Концепции реорганизации и развития туризма в Российской Федерации, одобренной Указом Президента РФ от 22 декабря 1995 г. № 1284, несостоятельны.

Во-первых, такие «колоссальные» ресурсы не подтверждаются никакими количественными и качественными параметрами, ибо не существует к настоящему времени концепции их учета, паспортизации, сохранения и воспроизводства.

Во-вторых, не принята в России единая терминология, соответствующая международной, и не унифицированы количественные и качественные показатели туристских ресурсов.

В-третьих, после распада СССР Россия потеряла как минимум Уз высокоаттрактивных и ранее доступных туристских ресурсов: часть Балтийского побережья с наиболее развитой туристской инфраструктурой и туристской индустрией (Рига, Юрмала, Паланга и т.д.), Черноморское побережье Грузии, всю туристскую и санаторно-курортную инфраструктуру Крыма и часть Азовско-Черноморского побережья Украины, уникальные природно-ландшафтные туристские центры Карпат, часть Каспийского побережья, центры альпинизма и горнолыжного туризма в зоне Памира, Тянь-Шаня, Кавказского хребта, уникальные туристские зоны озер Севана, Иссык-Куля, а также центры туризма и отдыха в республиках Молдова, Казахстан, Азербайджан и др. В перечисленные регионы вкладывалось ежегодно от 50 до 65% всех инвестиционных ресурсов, направляемых на развитие туризма.

В-четвертых, часть привлекательных туристских ресурсов, находящихся в зоне межнациональных конфликтов Кавказского региона, выключена из единого туристского пространства России, а инфраструктура туризма и предприятия туристской индустрии данного региона пришли в полный упадок.

Если продолжить объективную оценку туристских ресурсов России, то следует отметить, что многие из них, обладая выигрышными атрибутами экзотики или уникальности, проигрывают зарубежным аналогам по доступности, уровню сервиса, безопасности, экологическим параметрам и цене. Это означает, что данные ресурсы не отвечают требованиям Глобального этического кодекса туризма и Эстерсундской (1995 г.) декларации по безопасности туризма и уменьшении риска путешествий.

С учетом экономической теории подобия стран, теории жизненного цикла товаров и услуг и мотивации туристских путешествий, можно было бы предположить, что страны с подобными природными и климатическими условиями могли бы частично стать нашими туристскими «донорами». Однако этому препятствует наша не гибкая ценовая политика (или ее отсутствие).

Стоимость аналогичных туристских услуг в России не ниже, а в ряде случаев значительно выше по сравнению со стоимостью услуг в странах с подобными характеристиками услуг, при более низком уровне сервиса. Туристско-гостиничный сервис Черноморского побережья Краснодарского края и побережья Азовского моря неконкурентоспособен с сервисом аналогичных предприятий индустрии туризма зарубежных стран в данном бассейне. Поэтому граждане России с невысокими и средними доходами и стран, наших потенциальных туристских доноров (в том числе восточноевропейских), выбирают для своего путешествия Кипр, Турцию, Грецию, Китай и т.д., усугубляя платежный баланс своих стран.

Россия, обладая громадной территорией (первое место в мире), имеет большие возможности по количеству и разнообразию туристских ресурсов, по сравнению с другими странами. Однако основная составляющая туристских ресурсов - природно-климатические ресурсы - проигрывает странам Западной Европы, США, а также странам, расположенным в зоне тихоокеанского и атлантического побережий.

Значительная часть нашей территории находится в зоне мало комфортного климата. Средняя температура января по России - 25° по Цельсию, июля - +12,5°.

Из 13 омывающих Россию морей 6 морей (Баренцево, Белое, Карское, Лаптевых, Восточно-Сибирское, Чукотское) находятся в зоне Северного Ледовитого океана, 3 моря (Берингово, Охотское и Японское) - в северо-восточной и восточной части Тихого океана и только 4 моря (с частичной акваторией) - Балтийское, Черное, Азовское и Каспийское - могут быть включены в прогноз устойчивого туристского потока.

Из 17045,4 тыс. кв м2 территории России 45% занимают леса в таежной и северной зонах, 19% - оленьи пастбища в северных и северо-восточных территориях, 13% - сельскохозяйственные угодия, т.е. 77% территории России практически не могут рассматриваться в качестве основного ресурсного потенциала туризма. По данным экспертов, удельный вес туристского потока на этой территории при всех благоприятных экономических, экологических и иных факторах не превысит 10%.

Наиболее протяженные и мощные речные и озерные бассейны России (реки Лена, Иртыш, Енисей, Обь, Амур, Печора, Северная Двина и др.; озера - Ладожское, Онежское, Байкал и др.) также расположены в неблагоприятных климатических зонах и имеют короткий период навигации. Водные ресурсы Европейской части России - реки Волга, Кама, Ока, Дон, Нева и др., а также Беломорско-Балтийский, Волго-Балтийский и Волго-Донский каналы и ряд крупных озер - более привлекательны в части продолжительности навигации, климатических условий, но загрязнены. Объем сброса загрязненных сточных вод по бассейнам отдельных морей и рек в 2001 г. составлял около 20 млрд. м3 в год. В целом крайне неблагоприятна экологическая обстановка в крупных и средних городах - центрах туризма. Совокупные выбросы вредных веществ в атмосферу только от стационарных источников (без транспорта) составляли в 2001 г., по данным Госкомстата России, около 19 млн. т в год.

Число заповедников и национальных природных парков составляет в сумме 100 (в США около 900). Площадь заповедников, заповедно-охотничьих хозяйств и природных национальных парков достигает всего 1,9% территории России.

Несмотря на огромную территорию страны, емкость благоприятных, доступных, экологически чистых туристских ресурсов весьма скромная. Они расположены в основном в Европейской части Российской Федерации (в Центральном, Центрально-Черноземном, Северо-Западном, Северо-Кавказском и Поволжском экономических районах).

В России благоприятные туристско-рекреационные ресурсы занимают лишь 8-11% ее территории, при этом ресурсы Европейской части России значительно истощены и требуют много лет для их воспроизводства.

Туристское природопользование связано с рекреационной системой, состоящей из ряда подсистем: турист, природный комплекс, инфраструктура, персонал предприятий, органы управления и др.

Таким образом, обладая значительным территориальным пространством, Россия является действительно обладателем огромного туристского ресурсного потенциала. Однако для развития массового туризма используется пока лишь 1/10 часть ее территории, где туристские ресурсы доступны, в меру комфортны, высокоаттрактивны, но истощены и в ряде случаев загрязнены.

Расширение территориальных зон туристских ресурсов обусловлено проведением специальных исследований их значимости, доступности, аттрактивности, инвестиционной привлекательности. Необходимо также создание Единого кадастра туристских ресурсов и их паспортизации. Кроме того, для этих целей нужна и экономическая оценка туристских ресурсов по соответствующим критериям.

Развитие национального туризма за счет имеющихся доступных локальных туристских зон и территорий требует разработки эффективных программ рационального туристского природопользования, сохранения и воспроизводства туристских ресурсов.

Эти направления связаны со значительными финансовыми затратами с привлечением большого числа трудовых ресурсов.

**2.2 Экономические районы и зоны развития туризма. Кадастр туристских ресурсов**

В 70-80-х гг. в бывшем СССР была предпринята попытка районирования туристских территорий с выделением зон приоритетного развития туризма с привязкой к экономическим районам и административным границам. На основании данных работ была создана карта туристских районов СССР.

В России с тех пор комплексная «инвентаризация» туристских ресурсов на федеральном и региональном уровнях практически не проводилась, хотя произошли радикальные территориальные, структурные, экономические и административные изменения границ бывшего единого туристского пространства.

Локальная «инвентаризация» туристских территорий и туристских ресурсов была осуществлена только в нескольких субъектах федерации: Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Ярославле и др., что было положено в основу разработки целевых комплексных программ развития туризма в данных регионах. В других же регионах Российской Федерации аналогичные программы были разработаны без комплексного учета качественных и количественных параметров туристских ресурсов, а также без их должной экономической оценки.

В Федеральной целевой программе «Развитие туризма в Российской Федерации» (утвержденной Постановлением Правительства РФ от 26 февраля 1996 г. № 177) была заложена Концепция ООН - ВТО устойчивого развития туризма как экологически безопасной формы использования природных и культурных ресурсов. В рамках этой Программы в разделе «Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы» было предусмотрено выполнение некоторых разделов, связанных с Концепцией ООН - ВТО, а именно:

* «Разработка Генеральной схемы развития и размещения зон и объектов туризма на территории Российской Федерации»;
* «Разработка методических рекомендаций по определению предельно-допустимых нагрузок на территории при формировании туристских потоков».

Отсутствие финансирования первого этапа (1996-1997 гг.) данной Программы явилось причиной невыполнения в должном объеме этих работ.

В перечне мероприятий по выполнению задач второго этапа (1998- 2005 гг.) Программы, утвержденных Распоряжением Правительства РФ от 17 декабря 1999 г. № 2090-р, также предусмотрено несколько аналогичных проектов:

* «Создание банка данных туристских объектов всероссийского значения» (период разработки 2000-2005 гг., целевое финансирование не предусмотрено);
* «Разработка схем перспективного размещения туристских объектов и развития туристской инфраструктуры на территории Российской Федерации» (перенесена невыполненная на первом этапе работа и частично изменено ее название, срок выполнения 2000-2005 гг.);

• «Разработка стандартного туристского паспорта территории» (без целевого финансирования, срок выполнения 1999-2000 гг.).

Разработки перечисленных основополагающих проектов развития туризма в рамках принятой Концепции ООН - ВТО либо не были выполнены на первом этапе реализации Программы, либо перенесены сроки их выполнения на более поздний период. Отсутствие целевого финансирования ряда работ и перевод их в статус инициативного финансирования за счет средств Министерства по физической культуре, спорту и туризму РФ ставит под сомнение их выполнение в указанные сроки. Это означает, что на ближайшую перспективу не будет сформирована научная и методическая база федеральной и региональных программ развития туризма в стране.

Возможность выполнения данной работы в рамках создания Единого земельного кадастра Российской Федерации (Постановление Правительства РФ «Об утверждении Федеральной целевой программы «Создание автоматизированной системы ведения государственного земельного кадастра» от 3 августа 1996 г. № 932) в качестве самостоятельной подпрограммы была упущена из-за слабой координации министерств и ведомств. Учитывая, что сроки разработки Единого земельного кадастра РФ были намечены на 2000-2001 гг., а данная работа была профинансирована из бюджета, это могло быть значительно дешевле и быстрее.

В соответствии с действующим законодательством, кроме Единого земельного кадастра РФ, предусмотрены разработка и ведение Государственного кадастра особо охраняемых природных территорий.

Государственный кадастр особо охраняемых природных территорий включает сведения о статусе территорий, об их географическом положении и границах, режиме особой охраны территорий, природопользователях, эколого-просветительской, научной, экономической, исторической и культурной ценности.

Государственный кадастр особо охраняемых природных территорий ведется в целях оценки состояния природно-заповедного фонда, определения перспектив развития сети данных территорий, повышения эффективности государственного контроля за соблюдением соответствующего режима, учета территорий при планировании социально-экономического развития регионов.

Порядок разработки и ведения Государственного кадастра особо охраняемых природных территорий устанавливается Правительством РФ и соответствующими ведомствами (Постановление Правительства РФ «О порядке ведения государственного кадастра особо охраняемых территорий» от 19 октября 1996 г. № 1249 и Приказ Государственного комитета РФ по охране окружающей среды «Об утверждении правил ведения государственного кадастра особо охраняемых природных территорий» от 4 июля 1997 г. №312).

В реальной ситуации разработчики региональных программ вынуждены использовать устаревшие данные по качественной и количественной оценкам туристских ресурсов, выполненные в 70-80-е гг. в СССР, данные Единого земельного кадастра, Государственного кадастра особо охраняемых природных территорий, устаревшие топографические материалы и др., что отражается на их точности и достоверности.

Разработка инвестиционных проектов развития туризма и программ инвестиционной привлекательности туристских районов невозможна без использования «свежих», оперативных и мониторинговых показателей и экономической оценки туристских ресурсов. Основой разработки федеральных и региональных программ развития туризма должен стать Единый кадастр туристских ресурсов РФ.

Для создания Единого кадастра туристских ресурсов РФ предлагается следующая концептуальная модель.

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. Оценка 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 баз размещения и питания;
* мощность предприятий транспортной индустрии;
* мощность предприятий бытового обслуживания и туристского сервиса;
* количественная и качественная оценки трудовых ресурсов.

9.Экономическая и социокультурная оценка туристских территорий.

1. Рейтинговая оценка туристских территорий и их классификация на зоны федерального, регионального (межрегионального) и муниципального значений.
2. Паспортизация туристских территорий и совокупных туристских ресурсов.
3. Разработка стандартов потребления туристских ресурсов по выделенным зонам с учетом предельно-допустимых антропогенных нагрузок на территорию.

13. Разработка Единого кадастра туристских ресурсов.

1. Разработка Генеральной схемы размещения туристских ресурсов, туристских зон и объектов инфраструктуры и индустрии туризма.
2. Разработка федеральных и региональных каталогов и топографических карт туристского районирования и размещения туристских ресурсов.
3. Разработка системы оперативного мониторинга и контроля потребления туристских ресурсов.
4. Создание федерального реестра паспортизированных туристских территорий и туристских маршрутов.
5. Разработка федеральных и региональных программ развития туризма на среднесрочную и долгосрочную перспективы.

Программы развития туризма являются заключительным этапом выполнения научно-исследовательских, методических, изыскательских, организационных и иных мероприятий. Включение таких мероприятий в качестве составных частей программ целесообразно в изложенной ранее пространственной и временной последовательности.

Предлагаемая концептуальная модель должна учитывать также следующее:

1. Туристские ресурсы в соответствии с Концепцией ООН-ВТО должны рассматриваться комплексно с учетом санаторно-курортных и спортивно-оздоровительных факторов.
2. Туристское районирование должно быть осуществлено на основании четких научно обоснованных признаков (показателей).
3. Туристское районирование должно учитывать экономический и социально-культурный прогнозы развития административной территории.
4. Туристское районирование должно быть системным и иерархическим: федеральная схема размещения туристских территорий - туристские региональные территории - туристские муниципальные (районная) территории - туристские маршруты.
5. Туристское районирование и зонирование целесообразно увязывать с жесткой системой оценочных критериев (баллов); чем больше баллов набирает туристская территория по утвержденным критериям, тем выше ее статус в принятой туристской иерархии: туристская зона федерального значения, регионального (межрегионального) и местного значения.

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.

Проведение комплекса предлагаемых мероприятий рассчитано на период от пяти до десяти лет и потребует значительных инвестиционных (в том числе бюджетных и внебюджетных) ресурсов. Эти мероприятия могут быть выполнены также с привлечением консолидированных межпрограммных ресурсов, выделяемых на охрану окружающей среды, охрану и воспроизводство водных, лесных, биологических и иных ресурсов, охрану объектов культурного наследия, специальных фондов, налогов и сборов.

Для работы целесообразно привлечь ученых и специалистов соответствующего профиля, туристские администрации субъектов федерации, туристские общественные организации и фонды, студентов и аспирантов в рамках технологических практик и стажировок, школьников в период каникул, туристов самодеятельного, походного и спортивного направлений и др.

Одним из вариантов решения данной проблемы могло бы стать использование общественных работ (по примеру ряда зарубежных стран), на базе программ содействия занятости населения (Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения об организации общественных работ» от 14 июля 1997 г. № 875 (с изменениями от 12 ноября 1999 г.).

Под общественными работами понимается общедоступная трудовая деятельность, имеющая социально полезную направленноств и организуемая в качестве дополнительной социальной поддержки граждан, ищущих работу.

Общественные работы призваны обеспечивать потребности территорий и организаций в выполнении работ, носящих временный или сезонный характер, и работ, предусмотренных в федеральных целевых и региональных программах социально-экономического развития, исходя из необходимости и целесообразности их организации.

Общественные работы могут быть организованы по следующим направлениям:

* строительство автомобильных дорог, их ремонт и содержание, прокладка водопроводных, газовых, канализационных и других коммуникаций;
* проведение сельскохозяйственных мелиоративных (ирригационных) работ, работ в лесном хозяйстве;
* строительство жилья, реконструкция жилого фонда, объектов социально-культурного назначения, восстановление историко-архитектурных памятников, комплексов, заповедных зон;
* обслуживание пассажирского транспорта, работа организаций связи;
* озеленение и благоустройство территорий, развитие лесопаркового хозяйства, зон отдыха и туризма;
* обеспечение оздоровления и отдыха детей в период каникул, обслуживание санаторно-курортных зон;
* проведение мероприятий общественно-культурного назначения (перепись населения, спортивных соревнований, фестивалей и т.д.);
* другие доступные виды трудовой деятельности.

Исходя из приведенного перечня общественных работ, регламентируемых Постановлением, следует, что временно не задействованные трудовые ресурсы (безработные) могли бы принять активное участие не только в паспортизации туристских ресурсов своих регионов с целью создания их кадастра, но и в выполнении различных работ по строительству и реконструкции объектов инфраструктуры туризма и предприятий индустрии туризма.

Заказчиком и координатором выполнения данных работ должны выступить туристские администрации субъектов федерации, Министерство по физической культуре, спорту и туризму РФ и Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации.

Финансирование данных работ - долевое: из бюджета региональных центров занятости и туристских администраций субъектов федерации.

С учетом материальной базы и, в частности, обеспеченности средствами размещения, все эти регионы можно разделить на три категории: с относительно высоким, средним и низким уровнями развития туристской инфраструктуры по сравнению с общим уровнем ее развития в РФ.

К первому уровню относятся часть Северо-Западного региона, Москва и Московская область, Черноморское и Азовское побережья, Кавказские Минеральные воды. Второй уровень охватывает часть Северо-Западного региона, Балтийское побережье, Золотое кольцо древних русских городов, Поволжье и Северный Кавказ. Третий уровень включает Север, Горный Алтай, Горную Шорию, Байкал, Якутию, Приморье, Сахалин, Курилы, Камчатку.

Таким образом, туристские ресурсы рассматриваются как один из факторов развития туризма и исходный базис для планирования производства туристского продукта.

Туристский потенциал России формируется из двух составляющих: рекреационно-познавательных и природно-рекреационных ресурсов и выражается в миллионах человеко-дней пребывания туристов в конкретном регионе в год.

Зоны развития туризма федерального значения специализированы по видам туризма, а также городам, районам и регионам, рекомендуемым для развития как туристские центры соответствующих уровней.

Согласно размещению туристских ресурсов можно производить подробную паспортизацию зон перспективного развития туризма. Конечный результат зонирования территорий и их паспортизации - определение предельно допустимой туристской нагрузки на данную территорию с учетом ее полного воспроизводства и экологической защиты.

Диаграмма нагрузки (человек/км2), как правило, определяется для каждой зоны по месяцам (в ряде случаев по сезонам). На основании полученных данных подготавливаю предложения по временному ограничению, запрещению или использованию туристских ресурсов данной зоны без ограничений. В России такая оценка ввиду высокой дороговизны очень слабо развита, однако лишь она способна дать наиболее достоверную картину ситуации, которая сложилась в регионах страны.

Туристская статистика в России не позволяет пока определить точные значения показателей туристской нагрузки по регионам. В целом по России по данным прибытий с туристской целью на 2000 г. такой показатель составлял величину около 1,3 человек/км2. Данные по туристской нагрузке закладываются в основу при планировании туристской деятельности и разработке туристских маршрутов, а также при разработке мероприятий по защите и воспроизводству природных туристских ресурсов.

ВТО рекомендует государствам проводить регулярную оценку туристской нагрузки. Только с помощью этого вида оценки можно выявить страны и регионы-лидеры по туристской нагрузке на территории. Туристская нагрузка считается, исходя из отношения количества туристских прибытий за определенный срок (обычно за календарный год) к площади страны.

Анализируя приведенные данные, можно констатировать, что среди европейских стран большие показатели туристской нагрузки приходятся на Италию, Испанию, а наименьшие - на страны Скандинавского полуострова: Финляндию, Швецию, Норвегию. Максимальная туристская нагрузка приходится на Австрию - 208 человек/км2. Это объясняется сравнительно небольшой площадью страны и большим круглогодичным туристским потоком.

Туристская нагрузка в других регионах мира определяется в основном количеством прибытий.

Ограничения или запрещения по использованию туристско-рекреационных ресурсов действуют для уникальных природных заповедников, заказников, природно-ландшафтных комплексов и др. Аналогичная практика существует во всех развитых странах, в том числе, где туризм является основной статьей национального дохода.

Следует особо остановиться на оценке туристских ресурсов Московского региона (Москвы и Московской области). Основой туристского ресурсного потенциала данного региона служат особо охраняемые природные территории и объекты природного и историко-культурного наследия.

Московский регион (Москва и Московская область) имеет самый большой в стране историко-культурный потенциал. Количество объектов показа составляет 38% от общероссийского показа (для сравнения: Санкт-Петербург, Новгородская и Псковская область в совокупности - только 16%). В структуре туристских ресурсов региона более 200 объектов внесены в реестр ООН.

Порядок создания, сохранения и использования туристских ресурсов в Москве регулируется «Комплексной программой развития туризма в Москве на период до 2010 г.» (Постановление Правительства Москвы «Об основных положениях Программы развития туризма в г. Москве на период до 2010 г.» от 8 августа 2000 г. № 602), распоряжением Мэра Москвы «О формировании архитектурного комплекса туристско-рекреационной зоны «Золотое кольцо Москвы» от 3 июня 1998 г. 557-РМ и другими нормативными документами.

Туризм для Москвы представляет собой такую отрасль экономики, которая позволяет при сравнительно небольших капиталовложениях обеспечить экономически рентабельное использование местных ресурсов - историко-культурного наследия, традиций, природы. Поэтому для условий Москвы правомерен выбор туристского развития города в качестве приоритетного направления по отношению к его промышленному развитию.

При этом предусмотрено максимальное освобождение основных туристских зон (особенно Центра города) от промышленных предприятий и коммунально-складских сооружений. Учитывая общее состояние российской экономики и, в частности, ситуацию в Москве, «экспорт достоинств» города является, по крайней мере, в ближайшие годы более простой и эффективной формой участия в экономическом разделении труда, чем участие в промышленной конкуренции, где наша продукция пока не соответствует стандартам мирового рынка.

Москва, обладая богатыми рекреационными ресурсами и многовековым культурно-историческим наследием, занимает особое место на туристском рынке и вызывает интерес у иностранцев. Большинство туристов из дальнего зарубежья выбирают Москву основной целью путешествия. Более 70 % иностранцев, прибывающих в Россию, посещают Москву.

В Москве и Московской области находится множество объектов показа. Уникальная архитектура, музеи, театры, церкви и соборы, современные и исторические здания и другие объекты привлекают в Москву туристов практически из всех стран мира.

Анализ ресурсов Москвы в соответствии с перечисленными факторами свидетельствует о том, что город обладает достаточно широким потенциалом туристского предложения.

Привлекательность Москвы как объекта туризма определяется следующими факторами.

1. Огромное историческое и культурное наследие города, неразрывно связанное с историей и культурой России.
2. Крупный гостинично-туристский комплекс (свыше 72 тыс. гостиничных мест, 4500 туристических фирм, 13 страховых обществ, 16 автотранспортных предприятий и др.).
3. Транспортная обеспеченность определяет Москву как отправную точку туристских маршрутов по историческим и культурным объектам Подмосковья и городам Золотого кольца.
4. Место проведения международных конгрессов, симпозиумов, семинаров, выставок, ярмарок, фестивалей - это база развития в столице делового и конгрессного туризма.
5. Международный культурный центр, где сосредоточено более 60 музеев и 40 театров, 2 цирка и др.

6.Крупнейший центр Русской Православной церкви (в городе более 130 храмов) - предпосылка для развития религиозного туризма.

7.В Москве проводятся международные соревнования по различным видам спорта.

1. Мероприятия, связанные с историей и культурой России.
2. Поездки туристов в столицу совмещаются с речными и морскими круизами.

10.Всемирная известность российской медицины и довольно низкие, по сравнению с мировыми цены привлекают иностранцев возможностью проведения в Москве курсов лечения.

Развитию туризма благоприятствует и удобное географическое положение Москвы, связанной с другими историко-культурными памятниками и городами прямым водным, автомобильным и железнодорожным сообщением.

В целях дальнейшего развития туризма и создания специальной туристско-рекреационной зоны в столице Российской Федерации предполагается создание туристско-рекреационной зоны «Золотое кольцо Москвы», включающей Кремль, Красную площадь, Александровский сад, торговый комплекс «Охотный ряд», Манежную площадь, выставочный зал «Манеж», Боровицкую площадь, Российскую государственную библиотеку, Государственный музей изобразительных искусств им. А.С.Пушкина, Храм Христа Спасителя, пешеходный мост через Москву-реку на «Стрелку», комплекс Третьяковской галереи в Лаврушинском переулке, Большой Москворецкий мост, Васильевский спуск, Китайгородскую стену на Москворецкой набережной, Старый гостиный двор, ГУМ, Красную площадь.

**2.3 Туризм и экология**

Несмотря на свою социально-гуманную роль, туризм видоизменяет экологию.

Реагируя на это, Греческая Православная церковь рекомендует для своих прихожан следующую новую молитву: «Господи Иисус Христос, сын Божий, будь милостив к большим городам, островам и деревням нашего православного Отечества, как и к святым монастырям, для которых мирская волна туристов сущее наказание».

Интенсивное неконтролируемое посещение туристами уникальных термальных источников (теплые или горячие источники и подземные воды) на Камчатке привели к изменению их водно-температурного баланса, в ряде же случаев - прекращению фонтанирования некоторых из них.

Снижение нанесения ущерба экологии индустрией туризма регулируется на государственном и международном уровнях за счет:

* экологического просвещения;
* ограничения туристско-рекреационной нагрузки на природные ресурсы;
* правового регулирования;
* экономического регулирования;
* налогового регулирования и т.д.

Информационная, просветительская и воспитательная деятельность предполагает использование имеющегося арсенала средств: экологического воспитания на всех уровнях предоставления образовательных услуг; беседы с туристами и памятки для туристов, отправляющихся в путешествие; использование средств массовой информации (радио, телевидение, печатные издания, конкурсы и т.д.).

Правовое регулирование является основой для любых действий по защите и воспроизводству туристских ресурсов в любом цивилизованном государстве. За последнее десятилетие в мире возникла потребность в создании туристского экологического права на базе уже ранее созданного общего экологического права, основные принципы которого таковы:

* бережное и рациональное использование природных ресурсов;
* регулирование потребления туристских ресурсов на основе мониторинга туристских нагрузок на территории;
* международное сотрудничество и координация деятельности по охране окружающей среды и использованию природных ресурсов;
* платность природопользования;
* приоритет охраны жизни и здоровья человека, создание благоприятных экологических условий для жизни, труда и отдыха населения;
* научно обоснованное сочетание экологических и экономических интересов, обеспечивающих устойчивое развитие общества;
* соблюдение экологических требований законодательства и др.

Данные принципы использованы в международном экологическом законодательстве, связанном с ограничением воздействия туризма на окружающую среду. Они заложены также в национальном туристском и экологическом праве, в общих нормативно-правовых актах РФ.

Согласно Конституции РФ в совместном ведении РФ и субъектов РФ находятся: природопользование, охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности, особо охраняемые территории, охрана памятников истории и культуры.

В федеральном законодательстве определены цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности. Основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются: обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествия; охрана окружающей природной среды; создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов; рациональное использование природного и культурного наследия.

Вопросы рационального и бережного природопользования, в том числе туристскими ресурсами, рассматриваются в Законе РФ «Об охране окружающей среды» от 19 декабря 1991 г. № 2060-1 (с изменениями и дополнениями).

В России приняты специальные законодательные акты, посвященные как правилам регулирования туристской деятельности на территории нашей страны, так и регулированию природользования и воздействия туризма на окружающую природную еду. К числу таких документов относится Федеральный закон Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 1996 г.), в котором декларируется обязанность туриста во время путешествия сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры в месте (стране) временного пребывания. Принят также Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14 марта 1995 г. № 33-ФЗ и Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23 февраля 1995 г. № 26-ФЗ.

В Федерального законе «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» отмечено, что «…использование минеральных вод, лечебных грязей, а также других полезных ископаемых, отнесенных к категории природных лечебных ресурсов, должно гарантировать защиту месторождения от преждевременного истощения и загрязнения и защиту полезных ископаемых от утраты лечебных свойств».

Принят ряд других законодательных актов об охране уникальных природных комплексов: озера Байкал (Федеральный закон )б охране озера Байкал» от 1 мая 1999 г. № 94-ФЗ), природных парков, заповедников, заказников и др. (Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о порядке предоставления и аннулирования лицензий на осуществление деятельности по обеспечению регулируемого туризма и отдыха на территориях национальных парков» от 3 августа 1996 г. № 916), а также охране объектов культурного наследия.

Правовой режим потребления отдельных видов туристских ресурсов регулируется природоохранным законодательством, законодательством о музейных учреждениях, законодательством об охране исторических памятников, санитарно-эпидемиологическим законодательством и др.

Кроме приведенных национальных законодательных актов, вопросы туристского природопользования регулируются различными международными декларациями и конвенциями, принимаемыми ООН, ВТО, а также различными международными организациями.

**ГЛАВА 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

**3.1 Общие принципы составления экономического и социального прогнозов**

Экономический и социальный прогнозы развития туризма являются частью прогноза развития экономики и социальной сферы страны.

Развитие экономики способствует повышению жизненного уровня населения, а это в свою очередь стимулирует туристскую подвижность и интенсивность туризма. Развитие туризма определяется еще следующими факторами:

* политической и социальной стабильностью в стране;
* национальной политикой и межнациональными отношениями;
* конъюнктурой международного туристского рынка;
* степенью государственной поддержки туризма;
* состоянием материальной базы туризма;
* инвестиционной привлекательностью туристской отрасли;
* разумной ценовой политикой;
* интеграцией отечественного туризма в международный туристский рынок;
* демографической и социальной структурами населения;
* безопасностью туристских путешествий;
* наличием высококвалифицированных кадров;
* национальными традициями и др.

Развитие туризма зависит также не только от перечисленных факторов, но и различных форс-мажорных обстоятельств непреодолимой силы, природных и техногенных катаклизм, прогнозирование которых затруднено или практически невозможно.

В соответствии с теорией вероятностей, чем больше число вероятностных факторов, определяющих данное событие, тем ниже надежность прогноза возникновения данного события:

P=plp2-Py...pn,

где Р - вероятностная надежность прогноза;

Pv Р2, Р3,..., Рn - вероятность возникновения прогнозируемых событий (показателей) для каждого из факторов, определяющих прогноз.

Таким образом, сама природа туристской многофакторной модели прогнозирования предопределяет недостаточную надежность таких прогнозов.

Научно обоснованный прогноз развития туризма можно составить, пользуясь известными методами математического моделирования процессов, а также методами вероятностей и математической статистики.

Перечисленные теоретические инструменты прогнозирования развития туризма предполагают следующие этапы.

1. Выбор типа прогноза: оперативный, краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный.
2. Выбор вида прогноза по административно-территориальному принципу (федеральный, региональный, муниципальный и др.).

3. Выбор прогнозных показателей развития:

* интенсивность туризма;
* туристская подвижность;
* численное значение туристского потока по направлениям (въезд, выезд, транзит и др.);
* численное значение туристского потока по странам и регионам;
* распределение туристского потока по видам транспорта;
* объем обслуживания по видам туризма (внутренний, въездной, выездной, социальный, детско-юношеский и др.);
* объем дохода (прибыли);
* уровень рентабельности;
* мощность материальной базы индустрии туризма;
* численность работающих в туристской отрасли;
* другие показатели.

1. Определение тенденции изменения каждого из показателей во времени и пространстве.
2. Расчет темпов роста (снижения) данных показателей.

6. Выбор факторов, оказывающих влияние на развитие туризма.

1. Расчет численного значения влияния каждого фактора на параметры прогноза.
2. Учет факторов риска и неопределенностей по каждому параметру.
3. Определение степени вероятности (надежности) прогноза.
4. Определение численных значений параметров прогноза.
5. Социально-экономическая оценка реализации прогноза развития:

* коммерческая эффективность;
* бюджетная эффективность;
* экономическая эффективность;
* социальная эффективность и др.

Прогноз развития туристской отрасли на перспективу связан с вероятностным бизнес-планированием ее показателей развития и оценкой эффективности отрасли в условиях многочисленных рисков и неопределенностей.

**3.2 Особенности разработки прогнозов развития туристской отрасли с учетом факторов риска и неопределенности**

Специфика прогнозов с высокой степенью рисков и неопределенностей учитывается в следующем порядке.

1. Рассматриваются источники неопределенностей и способы их учета при оценке эффективности прогноза;
2. Определяются способы оценки учета неопределенностей путем:

• проверки устойчивости прогноза;

* корректировки параметров прогноза и его экономических нормативов;
* формализованного описания неопределенности.

3. Вводится понятие предельных значений выбранных параметров, в том числе точки безубыточности.

Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях выполнения прогноза, в том числе о связанных с ними затратах и результатах. Неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе выполнения прогноза неблагоприятных ситуаций и последствий, характеризуется понятием «риск».

Факторы неопределенности и риска подлежат учету в расчетах эффективности, если при разных возможных условиях осуществления прогноза затраты и результаты по прогнозу различны.

При оценке прогноза наиболее существенными представляются следующие виды неопределенности и инвестиционных рисков:

* риск, связанный с нестабильностью экономического законодательства и текущей экономической ситуации, условий инвестирования и использования прибыли;
* внешнеэкономический риск (возможность введения ограничений на экспорт услуг, торговлю и поставки, закрытия границ и т.п.);
* неопределенность политической ситуации, риск неблагоприятных социально-политических изменений в стране или регионе;
* неполнота или неточность информации о динамике выбранных технико-экономических показателей, параметрах новой техники и технологии;
* колебания рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов и т.п.;
* неопределенность природно-климатических условий, возможность стихийных бедствий;
* производственно-технологический риск;
* неопределенность целей, интересов и поведения участников рынка туристских услуг;
* неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации партнеров (возможность неплатежей, банкротств, срывов договорных обязательств).

Организационно-экономический механизм реализации проекта прогнозирования, сопряженного с риском, должен включать специфические элементы, позволяющие снизить риск или уменьшить связанные с ним неблагоприятные последствия.

В этих целях используются:

• разработанные заранее правила поведения участников в определенных «нештатных» ситуациях (например, сценарии, предусматривающие соответствующие действия участников при тех или иных изменениях условий реализации прогноза);

• управляющий (координационный) центр, осуществляющий синхронизацию действий участников при значительных изменениях условий реализации прогноза.

В проектах прогнозирования могут предусматриваться также специфические механизмы стабилизации, обеспечивающие защиту интересов участников рынка при неблагоприятном изменении условий реализации прогноза (в том числе в случаях, когда цели прогноза будут достигнуты не полностью или не достигнуты вообще) и предотвращающие возможные действия участников, ставящие под угрозу его успешную реализацию.

В одном случае может быть снижена степень самого риска (за счет дополнительных затрат на создание финансовых резервов и запасов, совершенствование технологий, страхование рисков); в другом - риск перераспределяется между участниками рынка (индексирование цен, предоставление гарантий, специальные формы страхования, система взаимных санкций).

Как правило, применение в прогнозе стабилизационных механизмов требует от участников рынка дополнительных затрат, размер которых зависит от условий реализации мероприятия, ожиданий и интересов участников, их оценок степени возможного риска. Такие затраты подлежат обязательному учету при определении эффективности проекта прогноза.

Значительное число рисков и неопределенностей «заложено» при реализации инвестиционных проектов в туризме, которые во многом определяют параметры его развития в целом.

Неопределенность условий реализации инвестиционных проектов сама по себе не является заданной. По мере осуществления проекта участникам поступает дополнительная информация об условиях реализации и ранее существовавшая неопределенность может «сниматься».

С учетом этого система управления реализацией инвестиционных проектов должна предусматривать сбор и обработку информации о меняющихся условиях его внедрения и соответствующую корректировку проекта, графиков совместных действий участников, условий договоров между ними.

Для учета факторов неопределенности и риска при оценке эффективности проекта используется вся имеющаяся информация об условиях его реализации, в том числе и не выражающаяся в форме каких-либо вероятностных законов распределения.

При этом могут использоваться следующие три метода (в порядке повышения точности):

* проверка устойчивости;
* корректировка параметров проекта и экономических нормативов;
* формализованное описание неопределенности.

Метод проверки устойчивости предусматривает разработку сценариев реализации проекта в наиболее вероятных или наиболее «опасных» для каких-либо участников условиях. По каждому сценарию исследуется, как будет действовать в соответствующих условиях организационно-экономический механизм реализации проекта, каковы будут при этом доходы, потери и показатели эффективности у отдельных участников, государства и населения. Влияние факторов риска на норму дисконта при этом не учитывается.

Проект считается устойчивым и эффективным, если во всех рассмотренных ситуациях интересы участников соблюдаются, а возможные неблагоприятные последствия устраняются за счет созданных запасов и резервов или возмещаются страховыми выплатами.

Степень устойчивости проекта по отношению к возможным изменениям условий реализации может быть охарактеризована показателями предельного уровня объемов производства, цен на соответствующие услуги и других параметров проекта.

Предельное значение параметра проекта для некоторого /-го года его реализации определяется как такое значение этого параметра в t-м году, при котором чистая прибыль участника в этом году становится нулевой.

Одним из наиболее важных показателей этого типа является точка безубыточности, характеризующая объем продаж, при котором выручка от реализации продукции или услуг совпадает с издержками производства.

Точка безубыточности определяется по формуле:



где Зс - условно-постоянные издержки на производство продукции или предоставление услуг, не изменяющиеся при изменении объема производства; Ц - цена единицы продукции (услуг); 3V - условно-переменные издержки, изменяющиеся прямо пропорционально объему производства.

Для подтверждения работоспособности данного варианта прогноза (на данном шаге расчета) необходимо, чтобы значение точки безубыточности было меньше значений номинальных объемов производства и продаж на этом шаге. Чем дальше от них значение точки безубыточности (в процентном отношении), тем устойчивее данный прогноз.

Метод расчета усложняется, если при изменении объемов предоставления услуг или при изменении уровня использования новых технологических решений величина издержек изменяется нелинейно, хотя алгоритм остается прежним.

Возможная неопределенность условий реализации инвестиционного проекта может учитываться также путем корректировки параметров проекта и применяемых в расчете экономических нормативов, замены их проектных значений на ожидаемые. В этих целях сроки реализации проектов корректируются с учетом поступления новой информации и увязываются со средней величиной возможных задержек.

В случае, если проектом не предусмотрено страхование участника от определенного вида инвестиционного риска, в состав его затрат включаются ожидаемые потери от этого риска.

Аналогично в составе косвенных финансовых результатов учитывается влияние инвестиционных рисков на экономические и социальные параметры прогноза.

Наиболее точным (но и наиболее сложным технически) является метод формализованного описания неопределенности. Применительно к видам неопределенности, наиболее часто встречающимся при оценке инвестиционных проектов, этот метод включает следующие этапы:

* описание всего множества возможных условий реализации проекта (либо в форме соответствующих сценариев, либо в виде системы ограничений на значения основных технических, экономических и других параметров проекта) и отвечающих этим условиям затрат (включая возможные санкции и затраты, связанные со страхованием и резервированием), результатов и показателей эффективности;
* преобразование исходной информации о факторах неопределенности в информацию о вероятностях отдельных условий реализации и соответствующих показателях эффективности или об интервалах их изменения;

• определение показателей эффективности проекта в целом с учетом неопределенности условий его реализации - показателей ожидаемой эффективности.

Основными показателями, используемыми для сравнения различных инвестиционных проектов (вариантов проекта) и выбора лучшего из них, являются показатели ожидаемого интегрального эффекта (экономического - на уровне народного хозяйства, коммерческого - на уровне отдельного участника). Эти же показатели используются для обоснования рациональных размеров и форм резервирования и страхования.

Если вероятности различных условий реализации проекта известны точно, ожидаемый интегральный эффект рассчитывается по формуле математического ожидания:

Эож = Σ ЭiРi

где Эож - ожидаемый интегральный эффект проекта; Эi - интегральный эффект при i-м условии реализации; Рi, - вероятность реализации этого условия.

В общем случае расчет ожидаемого интегрального эффекта рекомендуется производить по формуле:

Эож = k Эmax + (1-k) Эmin,

гдеk - специальный норматив для учета неопределенности эффекта, отражающий систему предпочтений соответствующего хозяйствующего субъекта в условиях неопределенности; Эmax и Эmin, - наибольшее и наименьшее из математических ожиданий интегрального эффекта по допустимым вероятностным распределениям.

При определении ожидаемого интегрального экономического эффекта норматив k рекомендуется принимать на уровне 0,3.

Отечественными и зарубежными учеными - В.Фрейером, X. Клементом, С. Каспаром, X. Опашовски, Ф. Котлером, Г. Ган, X. Рюттером, Ю. Блохиным, Ю. Кузнецовым, Г. Карповой, В. Сапуновой, Г. Папиряном и др. - разработаны методические основы прогнозирования развития туристской отрасли и соответствующий математический аппарат.

Математические модели прогнозирования развития отечественного туризма, в том числе развития в условиях кризиса, разработаны профессором Ю. И. Блохиным.

Концепция социально-экономического развития туризма в крупном городе или регионе Ю.И. Блохина основывается на принципе сравнения затрат и полученных доходов (прибыли), т.е.

ΣSr = {[S1 + (1 - а)S2] - Sr },

где ΣSr - суммарная прибыль от туристской деятельности в городе или регионе; S1 - доходы, получаемые от въездного туризма; а - коэффициент передачи; S2 - доходы, получаемые от выездного туризма; **Sr** - расходы города или региона на развитие туристской деятельности.

В представленном виде математическая модель развития туризма в крупном городе или регионе не учитывает ряд перечисленных факторов: экономических, социальных, демографических, экологических и пр., а также не распространяется на внутренний туризм. Тем не менее, она может быть использована при научно обоснованном прогнозировании развития туризма.

Сложность научно обоснованного прогнозирования развития туристской отрасли предопределяет наличие в ее структуре соответствующих подразделений: научно-исследовательских институтов, лабораторий, социально-экономических центров прогнозирования и др.

В настоящее время в отрасли такие структуры отсутствуют, а малочисленные подразделения федеральных органов управления туризмом в Минспорте России и Минэкономразвития России не могут такие прогнозы выполнить на достаточно высоком уровне.

Такая ситуация возможно стала причиной невысокого качества разработки Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации» на период 1999-2005 гг.». К этому следует также добавить и отсутствие на тот период исходного документа для разработки прогнозов и программы - концепции развития туризма в Российской Федерации на перспективу (она была утверждена только в июне 2002 г.).

**3.3 Основные направления развития туризма на перспективу**

Основные направления развития туризма на перспективу будут определяться факторами социального, экономического, политического и экологического характера. Большое влияние на развитие отечественного туризма будет оказываться конъюнктурой мирового туристского рынка.

Эти две группы факторов включают экзогенные и структурные переменные.

К экзогенным переменным факторам можно отнести: социальные, политические, экологические, демографические факторы, а также степень научно-технического прогресса, торговли, транспорта, связи и др.

К структурным переменным можно отнести факторы, определяющие структуру туристского рынка: спрос на туристские услуги, предложение данных услуг, распределение туристских рынков и др. Данные переменные имеют разную динамику изменения во времени и пространстве и разный уровень влияния на развитие туризма.

Наиболее весомым фактором развития международного туризма является политический фактор. Он выступает как стабилизирующий и стимулирующий, так и усугубляющий. Например, создание безвизового туристского и экономического пространства в рамках Европейского Союза способствует свободному перемещению людей, товаров и капитала, что служит основой развития туризма. И, наоборот, ухудшение политической ситуации, рост международного экстремизма, фундаментализма и терроризма пагубно влияет на интенсивность туризма и туристскую подвижность.

Стимулирующая и дестимулирующая роль социально-демографического фактора была подробно рассмотрена в предыдущих параграфах главы.

Технологический фактор способствует быстрой индустриализации туристской отрасли и доступу к туристским услугам широких слоев населения. В ряде случае данный фактор способствует формированию новых видов туризма: космического, подводного, трансконтинентального, виртуального и др. Технологический фактор способствует также структурной перестройке туристской отрасли и снижению занятости.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Можно сделать ряд важных выводов относительно потенциала роста мирового рынка туризма. Новые технологии в туризме и сопредельных областях экономики будут способствовать резкому рывку в развитии сферы путешествий. Недаром 21 век объявлен веком сферы обслуживания. Политическая, социальная и финансовая интеграция многих стран создаст оптимальные условия для развития и совершенствования гостиничной, транспортной, торговой инфраструктуры и других ресурсов туристского рынка, а также обеспечения безопасности туристов во время путешествий, охраны и бережного использования в целях туризма окружающей среды не только в развитых, но и в развивающихся странах. Есть основания утверждать, что мирровой туризм имеет огромный потенциал и, следовательно, можно оценивать перспективы его развитие на первые десятилетия ХХI века.

Социальные и экономические тенденции в развитых странах позволяют предположить рост спроса как на внутренний, так и на международный туризм.

Увеличение оплачиваемого отпуска, рост личного располагаемого дохода, повышение уровня образования, стремление к познанию другой культуры - важные факторы, влияющие на развитие мирового туристского рынка.

Туризм оказывает положительное влияние на сохранение мира во всем мире. Повышение интереса одного народа к культуре другого ведет к взаимопониманию.

Однако многое еще предстоит сделать для совершенствования индустрии туризма. Международный туризм является относительно молодой отраслью в мире и практически новой, значительно изменившейся с распадом СССР, в нашей стране. Перед российскими профессионалами туризма и туристами встает много проблем. Предстоит возрождение внутреннего и социального туризма, реставрация старых и открытие не известных пока памятников культуры, истории и природы, расширение материальной и совершенствование законодательной базы туризма, в том числе и в такой сфере взаимоотношений турфирмы и туриста, как защита прав и интересов потребителя в туризме.

Во многих странах объединения и ассоциации туроператоров и турагентов составляют объединенные стандарты по ведению туристского бизнеса, соблюдение которых является важным условием членства в этих объединениях или ассоциациях. Многие члены объединений и ассоциаций действуют за пределами своей ответственности, разъясняя потребителю в туризме его права и обязанности. В Российской Федерации также существуют объединения туроператоров и турагентов, но их деятельность в основном направлена на лоббирование собственных интересов, выработку органами государственной власти РФ правовой, экономической и социальной политики, а также противодействие монополизму.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Аспект Пресс, 2001.

2. Алексеев А. Миллионы в гости и в бюджет // Отель, 2002. - № 2. - С.65-72.

. Дурович А.П. Реклама в туризме. - Минск: БГЭУ, 2001.

. Исмаев Д.К. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок. - М.: Луч, 1996.

. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. - Минск: БГЭУ, 1999.

. Квартальнов В.А. Туризм. - М.: Финансы и статистика, 2001.

. Колесник Н.В. Введение в специализацию: Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота. - М.: Сов. спорт, 1999.

. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2001.

. Менеджмент туризма: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2001.

. Моспанова И. Деловой туризм - что это такое? // Отель. - 2001. - № 2. - С. 18-22.

. Некоторые аспекты функционирования индустрии туризма / Под ред. А.Л. Лесника. - М.: Вестник, 1998.

. Организация туризма. - Минск: БГЭУ, 1999.

. Основы туристской деятельности / Г.И. Зорина, Е.Н. Ильина, Е.В. Мошняга и др.; Сост. Е.Н. Ильина - М.: Сов. спорт, 2000.

14. Основы туристской деятельности: Учебник РМАТ для туристских лицеев и колледжей. - М.: МРАТ, 1992.

. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве. - Минск: Белгосуниверситет, 1996.

. Понятие и термины художественной культуры / Сост. Н.М. Зозум. - М.: РМАТ, 1998.

17. Пугиев В.Г. Профсоюзы и туризм: Доклады и выступления. - М.: Советский спорт, 1998.

. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. - М.: ПРИОР, 2001.

. Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествие. - Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2001.

. Рекомендации ВТО по созданию единой системы в статистике туризма // Мосинтур. - 1993. - № 5 (7).

. Рекомендации по статистике туризма // 5 звезд. - 1996. - № 3.

. Розанова Т.П. Российский туризм в условиях рынка. - М.: РЭА, 1999.

. Российская туристская газета. - 1999, 2000 гг.

. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. - М., 1999; 2000.

. Савина Н.В. Сущность понятия экскурсионного продукта. Туризм: практика, проблемы, перспективы: Материалы Междунар. научно-практич. конференции. Минск. 11-13 апреля 2001 г. - Минск: БГЭУ, 2001.

26. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2000.

27. Смирнова М. Тот, кто не умеет улыбаться, не должен открывать турфирму // Пять звезд, 1997. Дек. С. 22-23, 28.

. Тавгень Н.А. Трудовое и хозяйственное право. - Минск: БГЭУ, 1999.

. Туризм и гостиничное хозяйство. / Под ред. А.Д. Чудновского. - М.: ЭКМОС, 2000.

. Туризм: нормативно-правовые акты / Сост. Н.И. Волошин. - М.: Финансы и статистика. 1998.

. Управление организацией / Под ред. А.Г. Поршнева. - М.: ИНФРА-М, 1999.

. Хвилер Я. Связанные одной цепью // Турбизнес. - 2001. - № 16-17. - С. 8-9.

. Шреплер Х.А. Международные экономические организации. - Международные отношения, 1998.

. Энциклопедия офиса: Практическое руководство для секретаря / Сост. И.В. Самыкина. - М.: БИНОМ, 1995.

. Энциклопедия туризма: Справочник / Авт.-сост. И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2001.

. Янкевич В., Безрукова Н. Туристический бум на рубеже тысячелетия // Туризм: практика, проблемы, перспективы. - 2001. - № 5. - С. 20-21.