

Экономический рост России

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
муниципального образования г. Нягань «Гимназия»
Municipal budget comprehensive enterprise of municipal formation
Nyagan "Gymnasium"

Конкурсная работа
Маркетинговое изучение рынка
туристических услуг.
The research of tourist service market.

Автор: К.Б. Еременко
К.В. Eremenko
МБОУ МО г. Нягань «Гимназия»,
МБОУ МО Nyagan "Gymnasium".
9а класс Form 9A
2012 г.

Руководитель: Кирюшина Елена
Владимировна
экономики
категории.
учитель географии и
МБОУ МО г. Нягань «Гимназия»,
высшей квалификационной

Аннотация.

Цель работы: Выявить причины диспропорций на рынке туризма и определить пути «оздоровления» экономики этой отрасли.

Методология исследований:

- ✓ Эмпирические (наблюдение, опросные методы, интервьюирование, рейтинг, самооценка)
- ✓ Теоретические (сравнительный анализ, причинно-следственный анализ)
- ✓ Количественные (математические) методы

На совещании в городе Угличе Дмитрий Медведев отметил, что Россия имеет все возможности стать ведущей туристической державой. В туризме заложена одна из точек роста многих российских регионов.

Следствием того, что россияне выезжают за границу, государство теряет деньги, которые могли бы пойти на расширение и модернизацию туристической инфраструктуры. На одного отправляющегося по российскому маршруту приходится 15 граждан, отбывающих в туристские поездки за рубеж - **негативное расхождение в 60 раз!**

Анализ теоретических источников, статистических данных полностью подтвердил выдвинутую гипотезу. Действительно, **самой важной причиной оттока туристов в зарубежные турне является очень высокая стоимость отечественного отдыха.**

Для решения этой задачи мы ранжировали пути решения:

- ✓ **Внедрение программы социального туризма.** Он должен быть доступен для всех. При увеличении спроса прибыль возрастет и все будут довольны!
- ✓ **Повышение конкуренции** среди туристических агентств. Чем выше конкуренция, тем ниже цены и выше качество услуг.
- ✓ **Мощная информационная поддержка** развития туристического бизнеса, рекламы. Для информации учеников МОУ «Гимназия» города Нягани **разработан каталог рекреационных ресурсов России**, который был успешно представлен на уроках географии в 9 – 10 классах при изучении курсов нашей страны.
- ✓ **Развитие нетрадиционных форм туризма.** По данным Ростуризма каждому региону рекомендованы основные виды деятельности.
- ✓ **Включение туризма в список приоритетных национальных проектов развития.**

Изменение отношения к туризму со стороны государства, общества и его различных институтов позволит туризму занять соответствующее место во всей общественной структуре и решать многообразные задачи по дальнейшему эффективному развитию современной России.

Synopsis.

The purpose of the work: To discover the reasons of disproportion at the tourists' market and find the ways of this branch economy improvement

Methodology of the research:

- ✓ Empirical (observation, opinion polls, interweaving, rating, self – esteem)
- ✓ Theoretical (comparison analysis, the analysis of reasons and consequences)
- ✓ Quantity (mathematics) methods

At the meeting in Uglich Dmitriy Medvedev said that Russia had all the opportunities to become a leading world tourist state. Tourist is one of the points of the development of many Russian regions.

The consequence of Russian people tourist abroad departure is the loss of state money which could be put into expansion and modernization of our tourist infrastructure. One person travelling around Russia is to 15 people travelling abroad - the 60 times negative balance!

The analysis of theoretical resources and statistics fully proved our hypothesis. Really, **the most important reason of tourist abroad departure is very high prices of the rest in our country.**

We offer the following ways of solving of the problem:

- ✓ ***The adoption of social tourism program.*** It should be available for everyone. If the demand increases, the profit will rise and everybody will be satisfied.
- ✓ ***The rise of the market competition*** among the tourists' agencies. The higher is the market competition level, the lower are prices and the higher is service level.
- ✓ ***Powerful information support*** to the development of tourist business, advertisement. *The catalogue of Russian recreation recourses was worked out for the information of the students of our school. This catalogue was presented to the students at the lessons of Geography in the 9 – 10th forms during the study of the course.*
- ✓ ***The development of non-traditional forms of tourism.*** According to the Rostourism information every region has a recommendation of main activities.
- ✓ ***Tourism should be included to the list of prior national projects of Russian development.***
- ✓ ***The change of the attitude*** of our state, our society and different institutions lets our tourism take the proper place in social structure and decide different tasks for further effective development of modern Russia

Ключевые слова.

Маркетинг (marketing) - процесс выявления, предугадывания потребностей клиентов, организации соответствующей ожиданиям рекламы и производства с целью повышения количества продаж и максимизации прибыли.

Маркетинговое исследование (marketing research) — форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике.

Туризм (tourism) – это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Турист (tourist) - человек, совершающий путешествие.

Туристические агенты (travel agents) – посредники между операторами и туристами. К ним стекается информация о различных турах.

Туристические операторы (tour operators) - организуют поездки и предлагают агентам готовые маршруты со скидкой.

Туристические ресурсы (travel resources) — природные, исторические, социально - культурные объекты, способные удовлетворить духовные потребности людей, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Туристические приоритеты (travel priorities) – места, которые больше всего хотят посещать люди.

Внутренний туризм (domestic tourism) – туризм внутри страны.

Конкуренция (competition) - борьба, соперничество в какой-либо области.

Оглавление.

<i>Введение</i>	2
<i>Глава 1.</i> Общая характеристика туризма в России	
1.1. Организация туристической деятельности	5
1.2. Классификация туристов и видов туризма	7
<i>Глава 2.</i> Основные туристические приоритеты россиян.....	10
<i>Глава 3.</i> Маркетинговое исследование рынка туризма	
3.1. Сравнительный анализ цен на «внутренних» и «внешних» туристических потоков	12
3.2. Предложения по решению проблемы	15
<i>Заключение</i>	18
<i>Список использованной литературы</i>	20
<i>Приложения</i>	21

Введение.

В послании Президента России Д. А. Медведева Федеральному Собранию сформулированы основные приоритеты социально-экономической политики государства, которые определяют качество жизни граждан. Среди направлений большое внимание уделено туризму как важнейшей из сфер деятельности современной экономики, нацеленной на удовлетворение потребностей людей. *«Россия с ее уникальным природным и этнокультурным многообразием обладает большими возможностями для развития туризма. По своей емкости, туристический рынок измеряется миллиардами. И он должен у нас заработать в полной мере.»* - отметил В.В. Путин.

Летом 2010 года я отдыхала в санатории «Виктория» в городе Ессентуки. Неизгладимое впечатление на меня произвела природа Кавказа. Я прошла курс оздоравливающих процедур, получила эстетическое наслаждение, узнала много нового, попутешествовала. Мне теперь хорошо знакомы Терский конезавод, Новоафонская пещера, горы Эльбрус и Домбай. Когда я поделилась своими впечатлениями с одноклассниками, то не увидела интереса к познанию природы и истории своей Родины, тогда как курорты Египта, Турции и Греции составляют приоритеты сверстников. *«По итогам 2010 года, внутренний туристический поток вырос на 6%, в то время как динамика спроса на выездной туризм - на 24%»* - сообщил глава Федерального агентства по туризму (Ростуризм) Анатолий Ярочкин. ***В 4 раза больше!*** *«Количество россиян, выехавших за рубеж, выросло более чем на 44%!»* - заявил министр спорта, туризма и молодежной политики Виталий Мутко.

Меня заинтересовали причины, которые определяют направления отдыха людей. В результате проведенного анкетирования было выяснено, что 76% гимназистов желали бы провести летние каникулы за пределами России. Интересно, что эти данные совпали со статистикой турагентств города Нягани за 2010 год («Эталон-Тур», «Акварель-Н»):



«Отрасль, которая может существенно пополнить государственную казну, стала одним из основных каналов легального вывоза капитала из России» - считает ректор Академии туризма Валерий Квартальнов. В 1985 году в СССР на одного туриста, отправляющегося за рубеж, приходилось 15 "внутренних" туристов, а сейчас на 10

выезжающих - один "внутренний". И то и другое плохо. Для сбалансированного туристского рынка (по данным Всемирной туристской организации) оптимальная пропорция: 1 въездной - 1 выездной - 4 "внутренних" туриста.

Из России по каналам туризма вывозится более 20 миллиардов долларов в год, поступления от иностранного туризма составляют примерно 2 миллиарда долларов (сальдо – 18 млрд долларов), а от внутренних передвижений вливаний в 2 раза меньше.

Этот факт обусловил актуальность выбранной проблемы - маркетинговое исследование рынка туризма в России. *«Маркетинг — это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании»* - по определению профессора международного маркетинга Высшей школы менеджмента при Северо-Западном университете США Филиппа Котлера.

Цель работы: Выявить причины диспропорций на рынке туризма и определить пути «оздоровления» экономики этой отрасли.

Задачи:

1. Собрать и исследовать информацию о развитии туристического бизнеса в России, основных направлениях туристических потоков.
2. Проанализировать основные туристические приоритеты россиян.
3. Провести сравнительный анализ цен на туристические услуги в России и в зарубежных странах.
4. Изучить ситуацию на примере рынок туристических услуг города Нягани;
5. Предложить пути «оздоровления» туристической сферы.

Объект исследования: Туристический рынок России.

Предмет исследования: Основные причины диспропорций рынка туристических услуг.

Гипотеза: Главной причиной невысокой популярности отечественного отдыха является высокая стоимость предлагаемых услуг.

Методология исследований:

- ✓ Эмпирические (наблюдение, опросные методы, интервьюирование, рейтинг, самооценка)
- ✓ Теоретические (сравнительный анализ, причинно-следственный анализ)
- ✓ Количественные (математические) методы

На совещании в городе Угличе Дмитрий Медведев отметил, что Россия имеет все возможности стать ведущей туристической державой. Именно в туризме заложена одна из так называемых точек роста для многих российских регионов.

Глава 1. Общая характеристика туризма в России.

1.1. Организация туристической деятельности.

Во все времена нашу планету пересекали многочисленные путешественники и первопроходцы. Маршруты путешествий определялись различными целями (торговля и образование, паломничество и лечение), которые изменялись в пространстве и времени. Например:

- ✓ В Древней Греции зародились спортивные поездки на Олимпийские игры.
- ✓ Римская аристократия активно участвовала в рекреационных путешествиях — на виллы, к морю, в горы.
- ✓ На востоке в древности путешествовали караванами на верблюдах. Ночевали в шатрах или караван-сараях.
- ✓ В средние века огромные массы людей устремлялись к христианским и мусульманским святыням.
- ✓ Молодые люди нередко отправлялись в тур по Европе, прежде чем заняться профессией.

Интересны факты развития туризма в нашей стране:

- ✓ В СССР развивалась сеть профсоюзных лечебно-профилактических и курортных учреждений, детский сезонный туризм.
- ✓ Выездной туризм за пределы страны был доступен только узкой группе лиц. Путешествия за границу семьями не допускались.

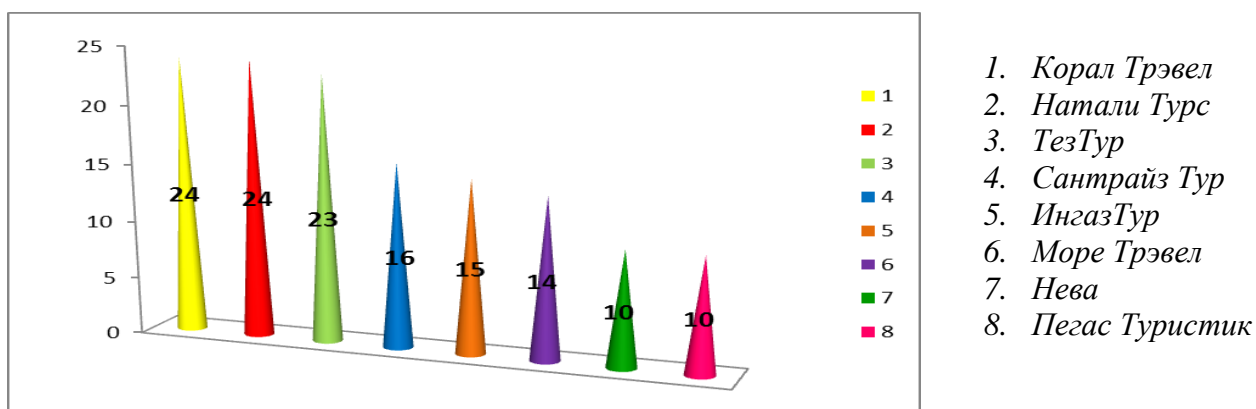
Каждый из нас представляет себе туризм как отрасль, более или менее известную, поскольку все мы куда-то ездили и проводили отпуска вдали от дома. Это сравнительно молодая форма деятельности людей, имеющая корни, уходящие в древние времена. Туризм – это система предприятий, которая объединяет туристических организаторов и посредников. Схема организации отдыха для туриста выглядит следующим образом:



Отличие деятельности операторов и агентов в следующем:

<p><u>Агенты</u> – посредники между операторами и туристами. К ним стекается информация о различных турах</p>	<p><u>Операторы</u> – организуют поездки и предлагают агентам готовые маршруты со скидкой.</p>
--	---

Деятельность туроператоров вправе осуществлять только зарегистрированные на территории Российской Федерации юридические лица, имеющие финансовое обеспечение, и сведения о которых внесены в Единый федеральный реестр туроператоров (статья 41 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"). Рейтинг популярных туроператоров представлен на диаграмме (данные Федерального агентства по туризму РФ):



Сегодня число туристических компаний сильно увеличилось, жесткая конкуренция заставляет их занимать свои ниши на рынке. Агенты, которые не создают собственный туристический продукт, определяют круг операторов по каждому направлению. По данным анализа сайтов Интернет (4 сайта) лучшими туроператорами являются:

<p>ТУРЦИЯ : 1. ТЕZ TOUR 2. Пегас Туристик 3. Аринна туризм 4. Мостравел</p>	<p>ЕГИПЕТ 1. Пегас Туристик 2. ВКО Тревел 3. Скайвэй 4. ТЕZтур</p>
<p>ГРЕЦИЯ 1. Музенидис Тур 2. Амботис-Турс 3. Афон 4. Пантеон</p>	<p>ИСПАНИЯ 1. ВКО Тревел 2. Натали Турс 3. Время-тур 4. Сольмар</p>

Многие туристические операторы специализируются только в определенных направлениях. Это хорошо показывает схема. Например, основной оператор по Греции - Музенидис Тур. Интервью с директором туристической фирмы города Нягани «Акварель

– Н» Мандреску Галиной Владимировной, которая успешно работает на рынке туристических услуг города в течение 4 лет, помогло понять и ранжировать основные критерии отбора операторов для агентов нашего города:

1. *Регистрация туристического оператора в «Едином федеральном реестре туристических операторов» (Приложение 1)*
2. *Надежность, которая определяется длительностью существования фирмы оператора.*
3. *Профессионализм работников (оперативность, информированность, знание законодательной базы и т.д.)*
4. *Предлагаемые финансовые гарантии и условия оплаты путевок*

Туристические агенты города Нягани наиболее часто пользуются услугами следующих операторов (по данным социологического опроса – **Приложение 2**). Информация об операторах легко находится через Интернет, например:

- ✓ ООО "Компания ТЕЗ ТУР" (№ МТ 1 001661)
- ✓ ООО "НАТАЛИ ТУРС" (№ МТ 1 000867)
- ✓ ООО "Корал тревел" (№ МТ 1 001376)

Таким образом, можно сделать вывод, что выбор агентов города Нягани соответствует предпочтениям всего российского общества и туристы пользуются услугами профессиональных операторов.

Можно ли однозначно ответить на вопрос, что такое «туризм»? Этот вопрос мы задали пользователям сайта «В Контакте», а также моим одноклассникам. Мнения разделились (**Приложение 3**), поскольку туризм чрезвычайно разнообразен. Особую значимость в определении туризма имеют следующие критерии:

- ✓ Изменение места (исключая «маятниковые» миграции).
- ✓ Место не должно быть связано с трудовой деятельностью (поведение человека, занятого трудовой деятельностью, отличается от поведения туриста)
- ✓ Туристы не должны находиться в посещаемом месте 12 месяцев подряд и более.

Таким образом, **туризм** – это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью (*определение принято в 1993 году на заседании Статистической комиссии ООН*).

1.2. Классификация туристов и видов туризма.

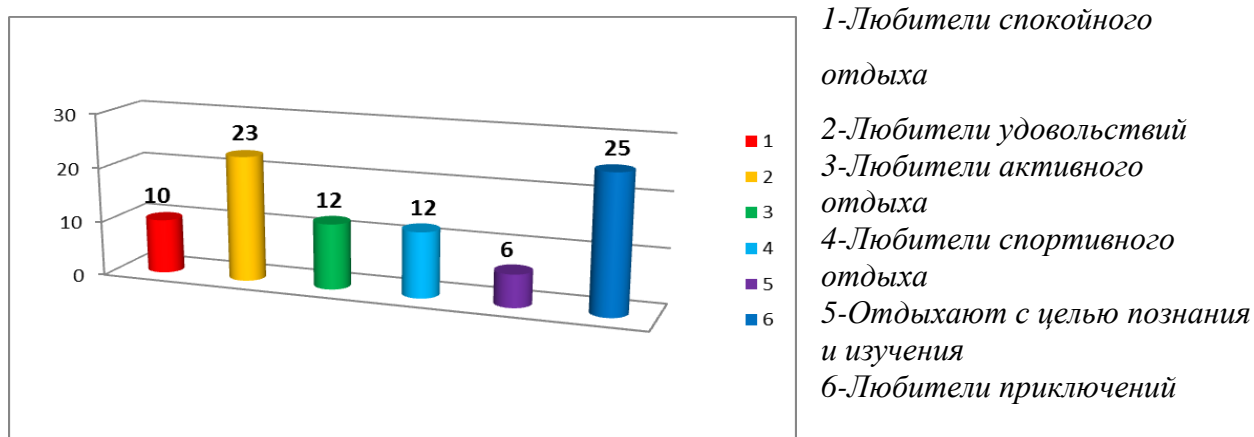
Туризм - динамично развивающаяся экономическая отрасль, которая, для некоторых государств, стала основой существования (Таиланд, Кипр, Малайзия и др.). Каждое государство обладает определенным набором **туристических ресурсов** — природных,

исторических, социально - культурных объектов, способных удовлетворить духовные потребности людей, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Всех туристов можно классифицировать в зависимости от их активности:

- ✓ **Любители спокойного отдыха** отправляются в отпуск, чтобы освободиться от повседневных стрессов, отдохнуть. Их привлекают солнце, песок и море.
- ✓ **Любители удовольствий.** Это тип предприимчивых туристов, которые заняты поиском разнообразных удовольствий (гурманы).
- ✓ **Любители активного отдыха стараются** отпуск совместить с лечением.
- ✓ **Любители спортивного отдыха.** Все внимание сконцентрировано на соревнованиях.
- ✓ **Отдыхающие с целью познания, изучения.** Данный тип туристов заинтересован в повышении своего образовательного уровня, познании нового.
- ✓ **Любители приключений, острых ощущений.** Подвергают себя осознанному риску.

По данным проведенного опроса среди молодого поколения гимназии выявлены явные предпочтения в сторону туризма приключений и удовольствий, а отдыхать с целью познания и изучения хотят всего 7% опрошенных:



В федеральном законе «Об основах туристической деятельности в РФ» от 24 ноября 1996 года определены основные виды туризма по направленности потоков:

- ✓ внутренний — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- ✓ выездной — выезд постоянно проживающих в России в другую страну;
- ✓ самодеятельный — туризм, организуемый туристами самостоятельно

В изученных источниках предлагается большое разнообразие классификаций, в основу которых положены разные принципы.

Глава 2. Основные туристические приоритеты россиян.

В 2010 году наиболее посещаемой страной среди российских граждан стала Финляндия. Ее россияне посетили 3 388 712 раз. На втором месте оказалась Турция - 3 011 678 раз.

Третье по популярности место занял Egynet - 2 539 771 раз. **Китай** уступил по количеству туристов Египту, переместившись на четвертую позицию, главным образом, за счёт уменьшения шопинг-туристов ввиду ужесточения таможенных правил ввоза товаров в Россию (данные сайта Федерального агентства по туризму РФ). Большинство туристов выезжают по программе безвизового обмена, действующей в рамках Межправительственного соглашения между Россией и КНР.

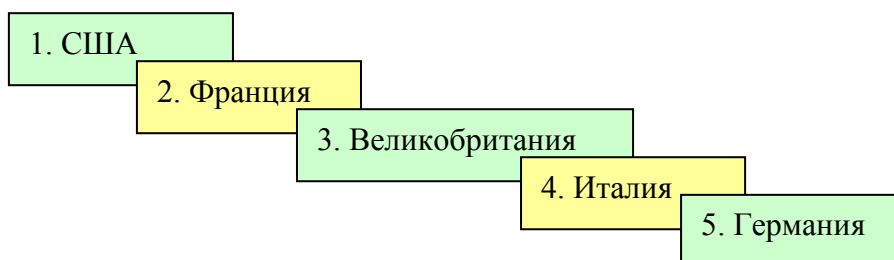
По статистике Министерства спорта и туризма РФ в рейтинг стран по популярности в 2010 году вошли также следующие государства (в основу положен критерий прироста туристов):

1. **Израиль**: поток в эту страну увеличился на 36,5% - стабилизация политической ситуации в стране и введение безвизового режима для российских граждан.
2. **Доминиканская Республика**: +29%
3. **США** - +28,88% понижение курса американской валюты по отношению к рублю, а также многочисленные спецпредложения авиакомпаний и гостиниц.
4. **Швейцарию**, 28,2%.
5. Выезд в **Черногорию** оказался выше, чем в **Хорватию**, в 1,5 раза. Взвешенная ценовая политика и как результат - +28% прироста по Черногории
6. На 10% вырос поток россиян в **Германию** благодаря, прежде всего, деловым поездкам в эту страну. На такую же величину увеличился поток туристов в **Великобританию**. Из-за сложности в оформлении виз уменьшается количество людей, путешествующих в эти страны с познавательной целью.

Анализ выездного потока показывает, что расширяются туристские предпочтения российских граждан: наряду с традиционным интересом к тёплыми морям (38% российских туристов предпочитают отдых у воды), у россиян всё более популярными становятся страны, где пляжный отдых можно совместить с интересной культурной программой. Укрепление рубля приводит к тому, что отдых за рубежом, особенно в «долларовых странах», становится все более доступными для наших граждан.



По проведенному анкетированию выявлены наиболее желаемые для посещения страны мира у гимназистов. Лидерами являются:



До сих пор внутренний туризм России, потенциал которого, по оценкам многих экспертов, чрезвычайно велик, демонстрирует крайне низкие темпы развития - доля туризма в ВВП страны составляет всего около 2%, в развитых странах от 5 до 15 % (в некоторых достигает 50 %).

Учитывая неравномерность распределения туристских ресурсов на территории страны, а также различный уровень развития инфраструктуры и кадрового потенциала, районы России могут быть распределены по следующим уровням развития туристического продукта («Стратегия развития туризма в РФ на период до 2015 года»):

- ✓ **высокий уровень** – Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край (Сочи, Геленджик), Калининградская область, регионы Золотого Кольца;
- ✓ **средний уровень** – Псковская, Новгородская, Тверская область; Татарстан, Поволжье (речные круизы), Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария, Ростовская, Иркутская область, Приморский край, Камчатка, Мурманская область, Ханты-Мансийский автономный округ;
- ✓ **недостаточный уровень, но значительный потенциал для перспективного развития**: прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, районы Крайнего Севера (Арктика, Земля Франца-Иосифа), Дальневосточный регион (Курилы, Командорские острова, Якутия, Хабаровский край, Чукотка, Магаданская область), Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.), Тува (п.Кунгуртут, озеро Терехоль, крепость Пор-Бажын), Бурятия, Урал.

Глава 3. Маркетинговое исследование рынка туризма.

3.1. Сравнительный анализ цен «внутренних» и «внешних» туристических потоков.

Огромный потенциал России до конца не используется. Природное и климатическое разнообразие нашей страны позволяет развивать практически все виды туризма. По оценкам Всемирной туристической организации (UNWTO), Россия может принимать до 40 млн иностранных туристов в год (в 2010 году нас посетили 2,3 млн. зарубежных граждан), а поток отдыхающих за рубеж вырос на 40%!

В ходе опроса населения города Нягани (на улицах, знакомых, через Интернет) была выявлена главная причина – в России очень «дорогой» отдых! На вопрос корреспондента газеты «Комсомольская правда» («Почему россияне в качестве места отдыха все чаще выбирают «берег турецкий» и мало путешествуют по своей стране?») отвечает знаменитый депутат Государственной Думы РФ Александр Хинштейн: «Если на день-два, то у меня получается отдохнуть и в нашей стране. Если же говорить о полноценном отпуске, то ехать на известные российские курорты я точно не готов, потому что по деньгам выходит в несколько раз дороже, чем за границей, а по сервису - в несколько раз хуже». Если дорого для депутата, то для сельского жителя отдых с выездом за пределы субъекта – просто мечта! А вот ответ **Василия К., читателя сайта KP.RU, Пенза:** «С удовольствием бы рванул к берегам турецким, но у меня, как представителя рабочего класса, на это денег нет... Так что в отличие от звезд, приходится быть патриотом: отдыхать в России: в руке лопата, а до горизонта - грядки...»

По данным инициативного всероссийского опроса ВЦИОМ (18-19 сентября 2010 года, опрошено 1600 человек в 140 пунктах в 42 областях, краях и республиках России, статистическая погрешность не превышает 3,4%) **главная причина, по которой россияне** недовольны своим летним отдыхом - это отсутствие возможностей поехать туда, куда хочется (42%).

"Если мы будем сравнивать цены и качество, например, в Греции и в Сочи, то в Греции в целом отдых окажется дешевле и качественней, - говорит Евгений Судьбин, заместитель директора компании "АсентГрэвел". - Конечно, турист выберет Грецию". Приведем сравнительный анализ цен российских курортов и зарубежных:

Россия	цена	цена	Зарубежные страны 3*, 3*+
«Надежда» (г. Геленджик)	27720	25181	Турция (Билдиби)
«Сосновый бор» (Подмосковье)	29400	23026	ОАЭ Дубай (4*)
«Увильды» (Челябинская обл.)	28200	30240	Таиланд (Паттайя)
«Усть-Качка» (Пермский край)	28560	29404	Египет
«Сибирь» (Тюменская обл.)	35116	38798	Испания Costa Brava (4*)

А сколько россияне готовы потратить на отдых? Исследование проводилось в марте 2010 года по всероссийской репрезентативной выборке взрослого населения (18+). Телефонные интервью 1200 респондентов, в 7-ми федеральных округах. Ошибка выборки - 2,8%. Результаты:

✓ В 2010 году 13,8% соотечественников не планируют отдыхать.

- ✓ Те, кто хочет хорошо провести отпуск, чаще всего рассчитывают потратить на него до **40 тысяч рублей**.
- ✓ 4,9% россиян не могут себе позволить потратить даже 10 тысяч рублей!

Не будем забывать о такой важной составляющей как дорожные расходы. **Билеты по цене самолёта!** Самый дешёвый детский билет на самолёт до Анапы в оба конца — 6500 рублей, взрослый — 13 000. Чтобы стандартной российской семье из четырёх человек — двое взрослых плюс двое детей — съездить на российский курорт, нужно потратить минимум 40 тысяч рублей (*где-то 1500 долларов*)!!! Это из Москвы. **А если из Екатеринбурга** в санаторий «Надежда» — средняя цена авиабилета на самолет Екатеринбург – Краснодар туда и обратно 16850 рублей на 1 человека – прибавим стоимость путевки и получим следующие результаты: **27 720 + 16 850 = 44 570**

В стране нет внутренних чартерных перевозок. Долететь на Байкал дороже, чем до Нью-Йорка! Ради интереса мы сравнили цены на перелет Москва - Владивосток отечественной компании и Москва - Сеул иностранной. В первом случае перелет экономическим классом обходится в 37,5 тыс. рублей в один конец. Во втором - примерно столько же, **но в оба конца**.

Еще один интересный факт! Когда покупаешь путевку в туристическом агентстве за границу, то авиаперелет уже включен в стоимость. Например, путевка с перелетом из Екатеринбурга в Дубай на двух человек: **23026 * 2 = 46 052 рублей**

Расчеты показывают, что цена отдыха двух человек в ОАЭ практически такая же, как одного в Геленджике (РФ)! А если отпуск льготный (у северян), то Вам вернут деньги до границы и стоимость путевки значительно снизится! Стоимость же российской путевки останется неизменной. **23 026 - 16 850 = 6 176 рублей**

Билеты на поезд — тоже не самые дешёвые. Купе — от 3300 рублей за человека, а про плацкарт (от 1600 руб.) думать не хочется (кондиционеры в поездах практически не работают).

Кроме этого существует реальная проблема сравнения **цены и качества**. Министр В. Мутко признал, что они «друг другу явно не соответствуют». *«Политика государства должна быть направлена на развитие туризма, - говорит Мария Малышева, эксперт компании "Пак Групп". - Пока этого не произойдет, наши подмосковные горнолыжные центры так и будут предлагать гражданам отдых по цене альпийских курортов, не имея на то никаких оснований».*

3.2. Предложения по решению проблемы.

Целенаправленная работа, продуманная государственная политика в поддержке отечественного туристского бизнеса способны творить чудеса. За короткое время в

Португалии создана настоящая индустрия отдыха, дающая работу сотням тысяч человек и огромные средства в государственный бюджет. В России условия для отдыха прекрасные. Что же надо сделать, чтобы Россия заняла достойное место в туристическом мире? Предлагаем решения:

1. Необходимо сделать упор на общедоступность туризма внутри страны для ее граждан. Везде в мире приняты **программы социального туризма**, в каждом туристском районе есть объекты и услуги для клиентов с самым разным уровнем благосостояния. Если у клиента много денег, его селят на берегу моря в пятизвездочном отеле. Доходы не велики - все равно найдется возможность поселить на берегу этого же моря. Каждый человек имеет возможность побывать в любом городе, посмотреть архитектурные памятники или музеи. Туризм доступен и для социально незащищенных детей, стариков, инвалидов. И дело вовсе не в государственных субсидиях, а в мудрой политике, когда турфирмам выгодно работать не только с немногочисленными миллионерами, но и с самым широким кругом обычных людей. Благодаря квалифицированной политике предпринимателю выгодно создавать дешевые туристские услуги, доступные каждому. При увеличении спроса прибыль возрастет и все будут довольны!
2. **Повышение конкуренции** среди туристических агентств. Чем выше конкуренция, тем ниже цены и выше качество услуг. Это верный путь переориентации российского потребителя и роста спроса на внутренний продукт. В городе Нягани конкуренция на рынке туристических услуг за последние годы выросла многократно - действует 11 туристических агентств. **(Приложение 4)**
3. Как можно любить родину, не зная ее? У нас растет поколение детей, нигде не бывавших. Эта ситуация не может быть терпима, если мы думаем о будущем страны. Необходима **мощная информационная поддержка** развития туристического бизнеса, рекламы. В последние годы в России выросло поколение, которое прекрасно ориентируется в отелях и ценах на курортах Турции, Испании, Греции, но совершенно не представляет, где можно отдохнуть в собственной стране. Для информации учеников МОУ «Гимназия» города Нягани нами **был разработан каталог рекреационных ресурсов России**, который был успешно представлен на уроках географии в 9 – 10 классах при изучении курсов нашей страны. Например, в каталог включен новый инвестиционный проект туристского центра на Байкале, котрый получил очень высокую оценку на выставках России и за рубежом. Цель – создать в Иркутской области всесезонный туристский и деловой комплекс с высоким стандартом услуг и инфраструктурой. Специалисты считают, что проект окупится в

ближайшие 10–15 лет и принесет свыше 100 миллиардов рублей прибыли, рентабельность составит не менее 25–35%. Известно, что в Египет люди приезжали и до появления там 5-звездочных отелей. Жили в палатках, общались с бедуинами. Но реально туризм стал развиваться там лишь тогда, когда правительство страны решило построить два курортных города в пустыне - Хургаду и Шарм-эль-Шейх. Как итог - сейчас туризм приносит им только в бюджет по \$10 - 15 млрд. в год. Плюс огромное количество рабочих мест. Вложенные инвестиции уже давно окупились!

Уже сейчас необходимо разяснить, что подготовка к зимней Олимпиаде дает старт комплексному развитию всего черноморского побережья России, где будет создана современная инфраструктура отдыха для миллионов наших граждан и прекрасная база для тренировок спортсменов. Сочи должен стать пилотным проектом, на котором будут отработаны все приемы модернизации бизнеса туризма. Должна работать профессиональная служба рекламодателей, способствующая повышению имиджа туристических зон страны в создании новых конкурентных брендов.

4. Согласно прогнозам ВТО, Россия может занять 5-е место среди самых популярных у туристов европейских стран, уступая только Франции, Испании, Великобритании и Италии. К развитию въездного и внутреннего туризма в стране существуют объективные предпосылки как внешнего, так и внутреннего характера (политическая стабильность, динамика развития отрасли и т.д.). Быстро растущий спрос на услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах. Особо следует отметить успехи последних лет в развитии курортно-туристического комплекса Краснодарского края, которые закономерно привели к выбору нашей страны при определении Сочи местом проведения зимней Олимпиады – 2014.
5. России с ее огромной территорией туризм может приносить даже больше, чем нефть. И не беда, что у нас почти нет теплых морей. По данным Всемирной организации по туризму, на 5-м месте в мире по доходам от этой отрасли экономики стоит Канада. А у них такой же климат, как у нас, а зимний туризм имеет огромное количество поклонников. Испания с ее теплым климатом на 7-м месте, мы - на 53-м! В России **необходимо развивать нетрадиционные формы туризма**. Пример - Великий Устюг. Проект стал раскручиваться 10 лет назад, а сейчас туда по 200 тысяч туристов каждый год приезжают. При этом место находится на севере и туда нет хороших дорог, а едут с детьми в гости к Деду Морозу.

В России нужно развивать экологический, экстремальный, паломнический и исторический туризм. Посещение мест с относительно нетронутой природой и

хорошо сохранившимся культурно-историческим наследием, национальных парков, заповедников и т. д. Или еще один нетрадиционный вид туризма – сеть сельских мини-гостиниц. Уик-энд или отпуск в деревне – это отдых без забот на лоне природы: баня с веником, рыбалка, сбор ягод, грибов, лекарственных трав, краеведческие походы, познавательные экскурсии, сплав на байдарках или плотах и многое другое. Российские сельские усадьбы уникальны и неповторимы, всегда колоритны.

По данным Ростуризма каждому региону рекомендованы основные виды деятельности, которые несомненно сделают туризм привлекательным для различных групп населения:



В России осуществляются **национальные проекты** по приоритетным направлениям развития государства: сельское хозяйство, образование, ЖКХ, здравоохранение. Туризм один из важнейших факторов экономики, поэтому, возможно, очень скоро он займет достойное место в этом перечислении.

Заключение.

Сегодня мы воспринимаем туризм как самый массовый феномен XX столетия, как одно из самых ярких явлений нашего времени, которое реально проникает во все сферы нашей жизни и изменяет окружающий мир и ландшафт. Становление и развитие туристского рынка в условиях современной России напрямую связано с изменением

понимания в обществе социальной роли, функции и предназначения туризма во всей жизни общества.

Впоследствии того, что российские граждане выезжают за границу, государство теряет деньги, которые могли бы пойти на реконструкцию архитектурных памятников, постройку различных монументов, расширение и модернизацию туристической инфраструктуры и т.д. Тем не менее жители страны все реже предпочитают проводить отпуск на родине. На одного отправляющегося по российскому маршруту приходится 15 граждан, отбывающих в туристские поездки за рубеж - **негативное расхождение в 60 раз!**

Анализ теоретических источников, статистических данных полностью подтвердил выдвинутую гипотезу. Действительно, **самой важной причиной оттока туристов в зарубежные турне является очень высокая стоимость отечественного отдыха.**

Одним из основополагающих документов развития отрасли является «Стратегия развития туризма в РФ на период до 2015 года», который ставит задачу довести внутренний туристический поток до 48 млн человек.

Целевые показатели реализации «Стратегии туризма в РФ на период до 2015 года»

Источник: Федеральное агентство по туризму РФ



Для решения этой задачи мы ранжировали пути решения:

- ✓ **Внедрение программы социального туризма.** Он должен быть доступен для всех. Необходимо создать условия, когда турфирмам выгодно будет работать с самым широким кругом людей. При увеличении спроса прибыль возрастет и все будут довольны!
- ✓ **Повышение конкуренции** среди туристических агентств. Чем выше конкуренция, тем ниже цены и выше качество услуг.
- ✓ **Мощная информационная поддержка** развития туристического бизнеса, рекламы. Должна работать профессиональная служба рекламодателей, способствующая повышению имиджа туристических зон страны в создании новых конкурентных

брендов, узнаваемых по всему миру. Для информации учеников МОУ «Гимназия» города Нягани **разработан каталог рекреационных ресурсов России**, который был успешно представлен на уроках географии в 9 – 10 классах при изучении курсов нашей страны.

- ✓ **Развитие нетрадиционных форм туризма:** экологический, экстремальный, паломнический и исторический. По данным Ростуризма каждому региону рекомендованы основные виды деятельности, которые несомненно сделают его привлекательным для различных групп населения.
- ✓ **Включение туризма в список приоритетных национальных проектов развития России.**

Изменение отношения к туризму со стороны государства, общества и его различных институтов позволит туризму занять соответствующее место во всей общественной структуре и решать многообразные задачи по дальнейшему эффективному развитию современной России.

Библиографический список.

1. Закон ХМАО - Югры от 10.11.2008 N 129-оз "О долгосрочной целевой программе "Развитие туризма в ХМАО – Югре" на 2008 - 2013 годы" (принят Думой Ханты-Мансийского автономного округа - Югры 24.10.2008)
2. Федеральное агентство по туризму. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года ([avtotravel.com > tabid/65/aft/27814/Default.aspx](http://avtotravel.com/tabid/65/aft/27814/Default.aspx)).
3. Филатова И.Н. «Социальные проблемы развития индустрии туризма в России: основные тенденции и перспективы» [www.sgu.ru > files/nodes/9769/020.pdf](http://www.sgu.ru/files/nodes/9769/020.pdf).
4. gazeta.ru»Бизнес»2010/07/26/3401617.shtml (статья «Концепция федеральной целевой программы (ФЦП) "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2016 годы"»).
5. www.dp.ru > a/2010/10/06/Socopros_rossijane_porpe (Интернет-журнал «Деловой Петербург» статья «Соцопрос: у 40% россиян не хватает денег на отпуск »)
6. www.TOURBUS.RU (статья «Сколько россияне готовы потратить на отдых?»)
7. "Российская газета" - Экономика №4869 – 2009 год. Статья «Стимул для отрасли»
8. ИноСМИ.Ru. Независимая газета (статья Михаила Петрачева « Блеск и нищета постсоветского туризма»)
9. www.ru.wikipedia.org
10. www.adrenalinetour.ru
11. www.teztour.com
12. www.Sunrise-tour.ru
13. www.travel.ru
14. www.turotziv.com
15. www.uptalk.ru
16. www.ru.wikipedia.org
17. www.fstar.ru > page/page27.html
18. www.ladvesti.ru > news/sled/1112006tour/

ЕДИНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РЕЕСТР ТУРОПЕРАТОРОВ

	Наименование
MT1 002021	"АТЛАС"
MT1 000862	ЗАО "Клуб Русский экспресс"
MT1 000861	ЗАО "ЛАНТА-ТУР ВОЯЖ"
MT1 000498	ЗАО "ФИРМА "НЕВА"
MT1 000499	ЗАО Агентство "ПАКТУР"
MT1 001376	ООО "Корал трэвел"
MT1 000501	ООО "Интрэвел Столешники"
MT1 001661	ООО "Компания ТЕЗ ТУР"
MT1 001662	ООО "Море Трэвел"
MT1 001381	ООО "Пакс-интер"
MT1 000870	ООО "САНМАР ТУР"
MT1 000864	ООО "Туристическое бюро "СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ"
MT1 001384	ООО "Агентство ПУТЕШЕСТВУЙ!"
MT1 002020	ООО "Америкэн Экспресс Международные Услуги"
MT1 000500	ООО "ВАНД ИНТЕРНЭШНЛ ТУР"
MT1 002194	ООО "Верса"
MT1 001382	ООО "ДАНКО Трэвел Компани"
MT1 005792	ООО "Изис-Трэвел"
MT1 005100	ООО "Интурист"
MT1 001380	ООО "КАПИТАЛ ТУР"
MT1 000869	ООО "Компания Би-Эс-Ай"
MT1 005791	ООО "КонстантЛайн"
MT1 002022	ООО "Мегаполис Группа"
MT1 000867	ООО "НАТАЛИ ТУРС"
MT1 002890	ООО "Санрайз тур"
MT1 004036	ООО "ТТ-ВКО"

Интерактивный опрос.

1. Где вы предпочитаете отдыхать (Указать где)

1) За рубежом; 2) в России.

2. Вы планируете отдых 1) Заранее; 2) В последний» момент

3. Какие регионы РФ вас привлекают?

1) Санкт-Петербург; 2) Байкал; 3) Краснодарский край; 4) Урал;

5) Кавказские минеральные воды; 6) г. Домбай (г. Эльбрус);

Другое.

4. Какие три страны вы бы посетили?

5. К какому типу туристов вы себя относите?

1) Любители спокойного отдыха. 2) Любители удовольствий.

3) Любители активного отдыха. 4) Любители спортивного отдыха.

5) Отдыхающие с целью познания и изучения. 6)Любители приключений.

1. **Настя З.** «Нью-Йорк - город мечты»
2. **Юлия А.** «юг Франции»
3. **Катя Е.** Мммм...в Англию, обожаю эту страну.....а потом в Бразилию, всегда мечтала погулять по лесам Амазонки:))
4. **Анюта П.** New-York - там клёво..красиво.. и дорого..поэтому бесплатная путевка не помешала бы)
5. **Даша К.** А я бы поехала в Европу в деревню. Я там была и чудесней мест не видела.
6. **Таня Д.** Des Moines туда бы поехала, потому что там живёт Кори Тейлор
7. **Вера Г** Всё равно куда, главное с друзьями, чтобы было весело
8. **Виктория Т.** А я бы поехала туда где много красивых парней)) так что я бы поехала наверное в Париж)) потому что хочу очень там побывать))
9. **Ville Jean** Куда-нибудь к побережью океана с друзьями и любимым человеком)
10. **Аня М.** в Испанию)
11. **Юлия П** я бы наверно на море поехала бы)) отдохнула бы, загорела))))
12. **Света С** в Грецию...
13. **Катюха К.** Венеция:)

14. **Евгения Б.** нью еерк всегда мечтаю туда съездить магазины классные и пофоткаться там круто можно)
15. **Настя У.** В Голандию))) всегда мечтала в этой стране побывать) ну или в Париже весной)
16. **Екатерина Г.** Австралия, Сидней либо Франция, Париж

Приложение 4.

<i>№</i>	<i>Название агентства</i>	<i>Адрес</i>	<i>Телефон</i>
1	«Эталон-Тур»	мкрн. 2-й, д.13.	(34672) 55-9-88
2	«Желтый чемодан»	ТЦ «Континент», 2-й этаж.	(34672) 6-20-65
3	«Другие берега»	г. Нягань, мик-он 4, д.10, пом.1	(34672) 6-03-45
4	«Пилигрим»	г. Нягань, мик-он 3, ТЦ Пассаж	(34672) 655-00
5	«Лагуна»	Ленина 3, ТЦ «Континент» оф. 1	(34672) 98-400
6	«Акварель-Н»	1 мкр., д. 34, кв. 39.	(34672) 6-74-94
7	«5 звезд»	ТЦ Пирамида, 1-ый этаж.	(34672) 55-255
8	«Восход»	ТЦ Пассаж, 2 этаж.	(34672) 6-26-70
9	ТИС	мкрн. 2-й, д.14, офис73	(34672)60077
10	«Планета Трэвел»	мкрн. 1-й, 29Г	(34672) 5-61-52
11	«Скай тур»	ул. Уральская, д.27, пом. 3	(34672) 569-47