


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма  
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры  
«Туризм и индустрия гостеприимства»  
«27» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 И.Ю. Пономарева

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
**К самостоятельной работе студента**  
**по дисциплине (модулю)**

**«ЭКОНОМИКА ТУРИСТКОГО РЫНКА»**

**основной профессиональной образовательной программы**  
**высшего образования – программы магистратуры**

по направлению подготовки  
**43.04.02 Туризм**

с направленностью (профилем)  
**Проектирование экскурсионных услуг**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 430402-02-22

Тула 2022 г.

**Разработчик(и) методических указаний**

Королев А.В., доцент каф. ТИГ, к.т.н, доцент  
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



\_\_\_\_\_  
(подпись)

**Цель** данной работы – формирование у студентов целостной системы знаний о хозяйственном механизме в туризме, отраслевой экономике туризма и экономике туристского предприятия.

К **задачам** дисциплины следует отнести следующие: научить студентов экономически правильно оценивать особенности туристского бизнеса, использовать инструменты коммерческого механизма, привить навыки планово-экономических и коммерческих расчетов всех показателей производственно-обслуживающей деятельности туристского предприятия.

### **3.4 Влияние туристских ресурсов на размер и развитие предприятий туризма.**

#### **3.4.1 Виды туристских ресурсов.**

Организация развития туризма в стране должна основываться на преимущественном развитии видов и форм туризма, позволяющих максимально и комплексно использовать имеющиеся туристские ресурсы. Высокий потенциал развития туризма, который характеризуется объемом и разнообразием таких ресурсов как природные условия, особенности географического положения, историческое наследие, уровень развития материально-технической базы туризма, насыщенность достопримечательностями, их взаимосочетанием и положением по отношению к основным зонам и центрам туризма, степень привлекательности для основной части туристов. Кроме того, развитие туризма зависит от доступности туристских центров с точки зрения существующих и развивающихся коммуникаций современных и перспективных видов транспорта в международном и внутреннем туризме, а также уровня необходимых затрат времени и. средств туристов для совершения путешествия по данному региону. Степень развития туризма определяется в значительной мере оснащенностью территории материальными возможностями для проживания туристов, торгово-ресторанной сетью и т.п., то есть всем тем, что принято включать в понятие туристской инфраструктуры и уровня сервиса, емкости территории для приема туристов, экологического состояния территории, уровня общеэкономического развития,

обеспеченности трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями страны, принимающей туристов.

Первоначальной основой развития являются, бесспорно, природные и географические условия. Не случайно туризм на ранней стадии получил развитие в странах с благоприятным климатом и целебными источниками. Эти страны и в наши дни являются лидерами в мировом туризме, несмотря на развитие в наши дни таких видов туризма как экологический, нуждающийся в девственной природе (которая сохранилась, главным образом либо в местах с неблагоприятным климатом, либо в труднодоступных местах).

Историко-культурные ресурсы приобретают все большее значение с ростом уровня образования и познавательной потребности населения.

Трудовые ресурсы создают возможности обеспечения туристских потребностей обслуживающим персоналом.

Однако без наличия развитой материально-технической базы туризма нормальное функционирование сферы туризма неосуществимо. В состав материально-технических ресурсов входят средства размещения, транспорт, предприятия общественного питания, сферы рекреации, розничной торговли и т.д.

#### **3.4.2 Материальная база, предназначенная для размещения туристов.**

Материальная база, предназначенная для размещения туристов, занимает одно из первых мест при формировании туристской инфраструктуры. Спецификой гостиничного хозяйства является то, что здесь создаются услуги нематериального характера, которые предоставляются непосредственно потребителям. По этой причине в процессе обслуживания сравнительно малое участие принимают предметы труда, зато решающую роль играют средства труда и живой труд. При анализе средств труда выясняется, что здесь преобладают постройки, помещения, оснащение, санитарно-техническое оборудование, т.е. "пассивные" фонды. Здесь ограничены возможности механизации процесса обслуживания. Более благоприятные условия для механизации операций существуют при резервировании мест и учете услуг, а также в некоторых вспомогательных видах деятельности. В то же время строения, здания, составляющие основную часть

материально-технической базы средств размещения, сравнительно медленно морально и физически изнашиваются и в течение продолжительного периода обслуживают процесс размещения.

Широкое развитие гостиничных цепей с их сетью собственных и франшизных членов породило новую систему централизованного бронирования, в результате которой большая часть гостиничной квоты (60-70%) находится под контролем централизованной системы бронирования компаний. Остающееся число номеров может бронироваться непосредственно гостиницей. Такая система предоставляет большие преимущества гостинице, страхуя ее от спада и повышая доходность номерного фонда в неблагоприятные периоды года. При этом она предъявляет требования к технической оснащенности системы бронирования, введения системы компьютерного бронирования мест размещения.

### **3.4.3 Организация питания туристов.**

Не менее важную роль во время туристских путешествий, чем условия ночлега, играет организация питания туристов, т.е. необходимо обеспечение достаточного количества посадочных мест, условий для хранения и приготовления пищи. В процессе развития предприятия общественного питания перенесли свое внимание с меню и планирования рационов на планирование прибыльности в целом, что способствовало расширению использования автоматизированных систем управления в общественном питании.

В наше время применяется пять различных систем общественного питания:

- 1) традиционная система общественного питания;
- 2) полутрадиционная система общественного питания;
- 3) система общественного питания готовыми к употреблению продуктами;
- 4) централизованное приготовление готовых к потреблению продуктов для предприятий, продающих эти продукты (система фабрики-кухни);
- 5) система общественного питания полностью готовыми к потреблению продуктами (система быстрого обслуживания).

Эти тенденции в общественном питании вызвали значительные изменения в потребности в помещениях для приготовления пищи и в оборудовании.

Традиционная система отличается тем, что пища приготавливается непосредственно на предприятии, в котором она потребляется, практически сразу после ее приготовления, в то время как в остальных четырех системах время между приготовлением и потреблением соответствующего продукта может быть значительно длиннее (от одной недели до одного месяца). Соотношение между рабочей зоной и зоной обслуживания на этих предприятиях составляет 1:3, в то время как на традиционных 1:1.

Процесс эволюции систем общественного питания привел к более эффективному использованию площадей, увеличению производительности, созданию специфического, в некотором роде уникального оборудования, таким образом, внес значительные изменения в материально-техническую базу системы общественного питания многих стран.

#### **3.4.4 Роль транспорта в туризме.**

Материальной основой расширения туристского движения является транспорт. Специфическая черта транспортных связей - их интеграционный характер, поскольку они объединяют отдельные страны и регионы в одно целое. Для международного туризма особенно важно обеспечение связей между местными, национальными и международными средствами передвижения, чтобы туристское путешествие не имело разрывов в транспортном сообщении. Наряду с этими требованиями усиливается значение и качественных показателей - скорости, технической безопасности транспортных средств, которые превращаются в факторы, имеющие решающее значение в выборе туристами того или иного средства передвижения. Качественный показатель - регулярность перевозок, характерная для различных транспортных средств (поезда, суда, автобусы, самолеты), создает условия для экономии времени путешественников.

Развитие транспорта в туризме осуществляется в трех направлениях: развитие материально-технической базы транспорта, совершенствование организации и управления, системы транспортного обслуживания и проведение соответствующей политики транспортных тарифов.

Транспортные затраты при туристских путешествиях по некоторым данным составляют около 1/4 общих расходов туриста, а в некоторых случаях (при межконтинентальных путешествиях) почти половину этих расходов.

Количественное развитие материально-технической базы транспорта, обусловленное растущим числом туристских путешествий, сводится главным образом к следующему:

- 1) росту общей мощности транспорта путем увеличения пассажиров, вместимости отдельных транспортных средств почти по всем видам транспорта;
- 2) увеличению числа транспортных средств на всех видах транспорта;
- 3) улучшению качества и увеличению пропускной способности стационарных транспортно-технических сооружений. В этом направлении особое значение имеет как строительство новых путей, так и реконструкция и модернизация уже существующих.

Вследствие интенсивного развития автотуризма во многих странах значительно увеличилась протяженность шоссейных дорог. Показателен тот факт, что страны с развитым внутренним и международным туризмом располагают благоустроенной дорожной сетью и придорожными сооружениями, и соответственно, только располагая этими условиями можно рассчитывать на развитие автомобильного туризма.

Главным направлением учета на транспорте требований туристского спроса является проведение различных мероприятий в тарифной политике. Главная цель - привлечение туристов к тому или иному виду транспорта, формирование новых пассажиропотоков.

Сравнительно низкие тарифы служат предпосылкой для использования железнодорожного транспорта в массовом туризме. Преимущество морских путей состоит в том, что они созданы природой. В продолжительных морских путешествиях участвуют, как правило, платежеспособные туристы. Морские круизы прекрасно сочетают, отдых и знакомство с посещаемыми странами, городами, историческими, культурно-туристскими объектами. Все это относится также и к речному транспорту. Автомобильный транспорт со своей

маневренностью, способностью к прямым связям значительно увеличивает возможности туристских путешествий. Например, в автобусе один экскурсовод может обслужить 30-50 туристов.

Развитие материально-технической базы транспорта выдвигает новые требования к совершенствованию в количественном и качественном отношении информационной системы на транспорте, улучшению обслуживания клиентов-туристов в период, предшествующий началу их путешествия. Чтобы удовлетворить эти требования, на транспорте вводится новая техника для служб информации и резервирования мест, автоматические кассовые аппараты и т.д.

### **3.4.5 Влияние ресурсов на развитие туризма в различных странах.**

Выступая на симпозиуме по вопросам планирования и развития индустрии туризма в районе ЕЭК ООН, польский экономист А.Козма предложил в целях повышения эффективности капиталовложений и оптимального использования туристских ресурсов при принятии решений о выделении средств на строительство материально-технической базы туризма проводить классификацию всех туристских районов, сгруппировав их в три категории:

- 1) районы, располагающие огромными туристскими ресурсами, в которых туризм должен быть доминирующей отраслью региональной экономики;
- 2) районы, располагающие богатыми туристскими ресурсами, но в которых туризм должен получить развитие наравне с другими отраслями;
- 3) районы, располагающие туристскими ресурсами, но в которых развитие туризма будет зависеть от развития других отраслей. Данную классификацию предлагалось использовать при планировании строительства материальной базы туризма.

Наличие мощного туристского потенциала, включающего в себя как туристские ресурсы, так и факторы, благоприятствующие его развитию, определяют лидерство Европы в мировом туризме. Западная Европа в 90-е годы привлекает туристов больше, чем какой-либо иной регион мира. Еще с 1970 года



туристский поток в Западную Европу составлял от 60 до 75% международного туризма.

Территориальная близость стран Западной Европы, совместное решение информационных проблем, свободное перемещение товаров и людей через границы, многонациональная культура, национальная туристская инфраструктура, широкая реклама о странах и их туристских ресурсах, включающих многообразие форм рельефа, климатические различия и этнические особенности, привлекает туристов из многих регионов.

Лидирующее положение в мире по количеству туристских прибытий занимает Франция. Испания вытеснила США со второго места в рейтинге туристской популярности. По годовым доходам от туризма Италия приблизилась к Франции, которая занимает второе место в мире, на первом - США. Следует отметить, что в первую десятку стран по приему туристов и по доходам от туризма вошел Китай.

Если особенности туристских ресурсов Австрии, в первую очередь благоприятные природно-климатические условия и географическое положение, способствовали развитию международного туризма, то специфика развития туризма в США заключается в преобладающем развитии внутреннего туризма. В выручке предприятий и организаций сферы туризма удельный вес расходов американского туриста составляет 3/4.

Материально-техническая база туризма стала ускоренно формироваться в США после второй мировой войны, создается широкая сеть moteley, спортивных лагерей, туристских баз и т.д. Рост массовости туризма, расширение автопарка диктовали новые требования в отношении разветвленности дорог и состояния дорожной сети, автосервиса, средств размещения и обслуживания туристов. В середине 70-х годов в США уже насчитывалось около 14 тысяч отелей, более 65 тыс. moteley и кемпингов, свыше 200 тысяч бензозаправочных станций. Характерной чертой расширения материально-технической базы туризма явились крупные масштабы строительства новых гостиничных предприятий (moteley, мотоотелей, трейлерных парков).

С середины 50-х годов капитальные вложения в создание новых видов гостиничных предприятий возросли более, чем в 20 раз. Изменилась структура гостиничных предприятий: число отелей относительно мотелей и мотоотелей сократилось вдвое.

С 60-х годов все большую популярность в США получают мотоотели. Этот тип гостиничных предприятий сочетает услуги мотеля с комфортом и высшим уровнем обслуживания, характерным для отеля.

Финансовый успех этого вида учреждений автотуризма способствовал переоборудованию многих отелей в мотоотели. Основной корпус, сохраняющий традиционные гостиничные формы, стали дополнять стоянками для автомобилей, гаражами, станциями техобслуживания. Это привело к абсолютному и относительному уменьшению числа отелей, за 20 лет оно сократилось вдвое.

В целях улучшения своих позиций на рынке услуг владельцы гостиниц, расширяя свою материальную базу, создают при отелях клубы здоровья и спортивные комплексы. В гостиницах расположенных вблизи городов, а иногда и в городах вводится система обслуживания "курортного типа".

Одной из существенных тенденций развития материально-технической базы туризма является сооружение "дешевых" отелей. Так называемые дешевые отели, площадь номера в котором составляет обычно 18 кв. метров и цена вдвое ниже, чем в традиционном отеле, успешно конкурируют с ними и даже с мотелями. "Дешевые" отели предлагают стандартные услуги по относительно низким ценам путем снижения строительных и эксплуатационных расходов и уменьшения набора услуг.

В гостиничном секторе США, также как и других промышленно развитых стран особенно ярко выражена концентрация производства в сфере туризма. В целом по сектору крупные и средние гостиничные предприятия сосредотачивают в среднем 80% всей отрасли и около 90% численности занятых.

Строительство крупными фирмами фешенебельных отелей ведется главным образом в популярных туристских местах, причем часто они нацелены на использование главным образом только в курортный сезон.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная литература

1. Драчева Я.В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Драчева Я.В., Лазовская С.В.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012.— 78 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9766>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Черевичко Т.В. Экономика туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Черевичко Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6003>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

### Дополнительная литература

1. Боголюбов, В. С. Экономика туризма : учеб. пособие для вузов / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская .— 3-е изд., стер. — М. : Академия, 2008 .— 191 с. 31 экз.
2. Драчева, Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм: учеб. пособие для вузов / Е.Л.Драчева [и др.]; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой; Моск. академия турист. и гостин.-ресторан. бизнеса .— 2-е изд., стер. — М.: Кнорус, 2006 .— 576 с. 1 экз.
3. Сорокина, Т. Д. Экономика предприятия отрасли. Экономика организации : метод. пособие / Т. Д. Сорокина ; БНТУ, Каф. менеджмента .— Минск : БНТУ, 2011.
4. Поздняков, В. Я. Экономика отрасли : учеб. пособие для вузов / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков .— М. : ИНФРА-М, 2010 .— 309 с. 3 шт.