Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Горно-Алтайский государственный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для обучающихся по освоению дисциплины: **Туристско-рекреационное проектирование**
Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**
Рекомендуется для направления подготовки **43.03.02 «Туризм»**
профиль подготовки «Технология и организация экскурсионных услуг»

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (утвержден 14 декабря 2015 г. № 1463) и учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 Туризм
(профиль «Технология и организация экскурсионных услуг»),
утверждённого Учёным советом ГАГУ (от 28.01.2016 г., протокол №1).

Методические указания утверждены на заседании кафедры менеджмента, туризма и экономической теории 12 февраля 2016 года, протокол № 7

Содержание

1. **Методические указания по самостоятельной работе**Ошибка! Закладка не определена.
2. **Формы и задания для самостоятельной работы.....3**
3. **Приложения…….34**

1. Методические указания по самостоятельной работе

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической литературой и документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы студентов являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Туристско-рекреационное проектировании» обеспечивает»:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической литературой и документацией;

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

1. Формы и задания для самостоятельной работы

п\п	Темы	Содержание работы	Количество часов	Формы отчетности	Сроки контроля
1	Основные положения туристско-рекреационного проектирования	Подготовка к занятию Выполнение самостоятельной работы №2	2 4	Опрос, выполнения задания Письменный отчет о выполненном задании	Занятие №1
2	Нормативно-правовая база ТРП	Выполнение самостоятельной работы №3	6	Письменный отчет о выполненном задании	Занятие №2-3
3	Этапы проектирования и создания туристско-рекреационных проектов на уровне регионов	Работа над проектом	23	проект	Занятие №3-5
4	Маркетинговый подход в проектировании туристско-рекреационных проектов и зон	Подготовка к занятию Работа над проектом	2 2	Письменный отчет о выполненном задании проект	Занятие №6
5	Первая промежуточная аттестация	Подготовка к занятию	2	Тестирование колоквиум	Занятие №7
6.	Туристские продукты и услуги: основы	Выполнение самостоятельных работ №7,8	14	Выполнение заданий	К занятиям № 8

	проектирования.	Подготовка второй части проекта	13		
7.	Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения	Подготовка к практическому занятию	2	Выполнение заданий	К занятиям № 9
8.	Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования.	Подготовка к практическому занятию	2	Выполнение заданий	К занятиям № 10
9.	Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности	Подготовка к практическому занятию	2	Проект Выполнение заданий	К занятиям № 11-13
10.	Проектирование бизнес-процессов туристской организации	Подготовка бизнес плана	14	Проект Выполнение заданий	К занятиям № 13
11.	Вторая промежуточная программа	Подготовка к аттестации	6	Тестирование колоквиум	К занятиям №14
12.	Экзамен	Подготовка к экзамену	36	Опрос на экзамене	К экзамену

Самостоятельная работа №2.
«Сравнительный анализ развития туристско-рекреационных зон РФ»

Задание 1. Зайти на сайт http://www.russez.ru/oez, дать общую характеристику проекту «Особые экономические зоны». Определить основную идею и цель проекта.
Задание 2. Схематично изобразить структуру проекта (из чего состоит)
Задание 3. Дать общую характеристику туристическому типу ОЭЗ
Задание 4. Провести сравнительный анализ особых экономических зон туристко-рекреационного типа по следующей схеме

ОЭЗ ТРТ	**Параметры сравнения**							
	Дата создания	Площадь ОЭЗ	Объем гос. инвестиций	Кол-во резидентов	Приоритетные направления развития	Земельные участки	Срок ввода в эксплуатацию	Реальность проекта
Долина								

Алтая								
Байкальская гавань								
Бирюзовая Катунь								
Ворота Байкала								

Как вы думаете почему в качестве ОЭЗ ТРП типа выбраны именно эти площадки?

Сделать вывод, ответив на следующие вопросы:

1. Какое общее количество ОЭЗ ТРТ?
2. Почему у всех ОЭЗ одна и таже дата создания?
3. Определите общий объем инвестиций во все проекты.
4. В какой из проектов направленно самое большое количество инвестиций, почему? В какой меньше, почему?
5. Отличаются ли ОЭЗ ТРТ своими направлениями развития, почему?
6. Какова площадь земельных участков выделенных под рассматриваемые проекты? Под какой проект большая площадь, под какой меньшая, почему?
7. Как определены сроки ввода в эксплуатацию и реалистичны ли они?
8. Как можно определить перспективы развития рассмотренных проектов ОЭЗ ТРТ?
9.

Самостоятельная работа №3 «Нормативно-правовая база туристско-рекреационного проектирования»

Задание 1. В системе «Гарант» найти закон «Об основах туристской деятельности в РФ» №132-ФЗ от 24.11.1996 года.

Задание 2. Схематично изобразить структуру закона «Об основах туристской деятельности в РФ» №132-ФЗ от 24.11.1996 года.

Задание 3. Что, согласно закона «Об основах туристской деятельности в РФ», является приоритетным направлением государственного регулирования туристской деятельности?

Задание 4. Опишите основные условия осуществления туроператорской деятельности, согласно закона «Об основах туристской деятельности в РФ».

Задание 5. В системе «Гарант» найти ГОСТ Р 50690-2000. «Туристские услуги. Общие требования». Схематично изобразить структуру документа.

Задание 6. Каким образом ГОСТ Р 50690-2000. «Туристские услуги. Общие требования» регламентирует деятельность по туристско-рекреационному проектированию**?**

Задание 7. В системе «Гарант» найти ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». Схематично изобразить его структуру. Каким образом данный закон регламентирует деятельность связанную с туристско-рекреационным проектированием?

Задание 8. На сайте федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru в разделе государственная поддержка туризма, познакомиться с основными программами поддержки развития туризма в РФ, перечислить их, дать краткую характеристику.

Задание 9. Представьте структуру ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018)» в виде схемы.

Задание 10. Какие мероприятия по развитию туризма в Республики Алтай включены в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018)».

Задание 11. Перечислите инвестиционные проекты реализуемые в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018)».
Задание 12. Дайте краткую характеристику проекту «Туристско-рекреационный кластер «Белакуриха» и «Автотуристский кластер «золотые ворота»
Задание 13. Дайте краткую характеристику проекту «ТРК кластер «Всесезонный горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс «Манжерок»
Задание 14. Зайти на сайт министерства туризма и предпринимательства республики Алтай **www.**mtpi.altai-repablic.ru. В разделе «инвестиционные проекты в туризме» познакомиться с основными инвестиционными проектами реализуемыми на территории Республики Алтай, дать их краткую характеристику.
Задание 15. На сайте министерства туризма и предпринимательства Республики Алтай, в разделе «нормативно-правовые акты»-«постановления», познакомиться с республиканской целевой программой «Перспективная территориальная организация и развитие внутреннего и въездного туризма в Ра на 2011-2016 годы». Схематично изобразить ее структуру. Определить перспективные направления развития туризма в РА до 2016 года

Разработка проекта

Задания:

1. Охарактеризовать туристско-рекерационный коплекс Респулики Алтай.
2. Определить парамерты развития туризма в регионе.
3. Проанализировать туристскую индустрию, выявить основные проблемы развития ТРК Республики Алтай

4. Предложить комплекс мероприятий по решению выявленных проблем. Результаты оформить в виде отчета по первой части. Отчет должен быть написан и грамотно оформлен. Образец титульного листа отчета представлен в Приложении 1. Отчет должен быть набран на компьютере и распечатан на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210х297 мм). Отчет сдается в электронном виде. Размер шрифта 14 интервал полуторный. Левое поле 30 мм, правое 15 мм, верхнее и нижнее 20мм. Заголовки структурных элементов: «**СОДЕРЖАНИЕ**», «**ВВЕДЕНИЕ**», «**НАЗВАНИЕ РАЗДЕЛОВ», «ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**», «**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**» отчета следует располагать жирным шрифтом прописными буквами в середине строки без точки в конце.

5. Сделать презентацию по первой части проекта. Рекомендации к составлению презентаций можно посмотреть здесь

http://86mmc-konda.edusite.ru/p10aa1.html
http://grafika.stu.ru/html/003/uml/Other/prezentaciy%20zashiti%20kursovoi%20i%20diplomniy%20proekt.pdf
http://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2013/09/18/trebovaniya-k-prezentatsii

Структура отчета по первой части проекта:

Анализ развития туристского рекреационного комплекса Республики Алтай

1. **Характеристика туристско-рекреационного комплекса Республики Алтай**.

1.1.Географическое положение региона.

1.2.Природные условия (общая физико-географическая структура региона):

- Рельеф.
- Климатические особенности и ресурсы.
- Растительный и животный мир.
- Ландшафтная структура. Уникальные природные особенности территории.
- Особо охраняемые природные территории и памятники природы. Необычные явления природы и стихийные бедствия.

1.3.Историко-архитектурные и культурные памятники. Музеи. Основные культурные центры региона.

1.4.Объекты всемирного природного и культурного наследия.

1.5.Туристско-рекреационные ресурсы. Виды рекреации и туризма.

1.6.Материально-техническая база рекреации и туризма.

1.7.Основные туристские центры региона: их профиль и специфика.

1.8.Основные направления туристских потоков в регионе.

2. **Анализ туристско-рекреационного комплекса Республики Алтай**.

На основе данных приведенных в приложении 1 провести SWOT-анализ развития туристско-рекреационного комплекса региона. Результаты оформить в таблице

Модель SWOT-анализа Республики Алтай как региона с туристской специализацией

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Сильные стороны и возможности	Сильные стороны и угрозы
Слабые стороны	Слабые стороны и возможности	Слабые стороны и угрозы

На основе проведенного анализа выявить проблемы и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса Республики Алтай.

3. На основе полученных выводов определить цель проекта и задачи

4. Определить основные направления для решения поставленной проблемы и достижения поставленной задачи

5. Определение ключевых параметров для оценки результативности проекта

На основе предложенных данных, определить на какой стадии находиться в настоящее время ТРК РА, опираясь на таблицу «Количественные характеристики развития ТРК региона на разных стадиях», сопоставить полученные результат с анализом качественных показателей развития ТРК РА по таблице «Качественные характеристики развития ТРК региона на разных стадиях »

6. Составить анкету для туристских предприятий и туристов с целью сбора данных для мониторинга развития ТРК РА

7. Определить основных исполнителей проекта и их взаимосвязь.

8. Имидж Республики Алтай, как туристского региона (на основе самостоятельной работы №4)

Информация для анализа.

В настоящее время туризм выделяется среди других отраслей хозяйства высокой эффективностью и устойчивыми тенденциями развития. Как одна из главных составляющих региональной экономики туризм является фактором активизации всего регионального хозяйства. Правильно организованный туризм генерирует в регионе страны рабочие места для местного населения, развивает смежные с туризмом отрасли, а также обеспечивает приток в регион денежной массы и инвестиционных средств и, как следствие, пополнение бюджета региона за счет налогов.

Наличие в Республике Алтай туристских ресурсов предполагает, что у региона имеются предпосылки для становления туризма не просто как декларативно приоритетной отрасли экономики, а как межотраслевого комплекса, реально дающего региону социально-экономические выгоды и определяющего его конкурентоспособность.

Применительно к Республике Алтай выделяются следующие составляющие ТРК, выступающие источниками конкурентоспособности региона:

- наличие привлекательных туристских объектов;

- природно-климатические условия;

- виды туризма, которые имеют предпосылки для развития в регионе.

Первая группа источников конкурентоспособности Республики Алтай как региона с туристской специализацией характеризуется следующим:

- на территории Республики Алтай находиться объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Алтай – Золотые горы», включающий в себя пять наиболее уникальных в природном отношении территорий Горного Алтая (Телецкое озеро, гору Белуху, Алтайский государственный природный заповедник, Катунский государственный природный биосферный заповедник, природный парк «Зона покоя Укок»);

- водные ресурсы представлены примерно семью тысячами озер общей площадью более 600 квадратных метров, среди них одно из глубочайших озер России – Телецкое озеро (325 метров, площадь – 230,8 квадратных километров), множеством горных озер, самыми популярными из которых являются Шавлинские озера, Мультинские озера, Кучерлинское озера, Ак-Кемское озеро;

- особо охраняемые территории занимают 23 процента территории республики. Здесь находятся два заповедника федерального значения (Катунский и Алтайский), Шавлинский и Сумультинский заказники, шесть региональных природных парков и 43 памятника природы. В стадии проектирования находятся государственный природный заповедник «Сайлюгемский» и природный парк «Ак-Чолушпа»;

- культурно-исторические объекты представлены археологическими памятниками, наскальными рисунками, этническими праздниками (Эл-Ойын и др.). Территория Республики Алтай богата памятниками истории и культуры, обладает уникальным наследием материальной и духовной культуры, выраженной в древних обычаях и обрядах местного населения. Десятки тысяч археологических памятников разных эпох: стоянки каменного века, курганы, изваяния, наскальные рисунки (петроглифы), оросительные системы и др.,- делают территорию Горного Алтая весьма привлекательной для организации разнообразных форм познавательного, просветительного и научного туризма. При этом значительная часть из наиболее известных и интересных памятников прекрасно сохранилась и расположена в легкодоступных, очень живописных местах: Улалинский рыхлый вал, Майминский археологический комплекс, Усть-Канская пещера, Денисова пещера, Пазырыкские курганы, плато Укок, Калбак-Таш. Все это способствует развитию на территории Горного Алтая научного и экскурсионного туризма.

Горный Алтай интересен и перспективен как объект религиозного туризма и паломничества. Объектом паломничества могут быть «Святой источник» в окрестностях с. Кызыл-Озек; «Макарьевские чтения», которые проводятся в г. Горно-Алтайске и посвящены рассмотрению различных аспектов миссии Преподобного Макария. Сегодня ведется работа по выявлению всех построек и мест, связанных с деятельностью отца Макария и миссией в целом. Завершение этой работы может дать заметный толчок в развитии различных форм религиозного и интеллектуального туризма и паломничества.

Природно-климатические условия как источник конкурентоспособности Республики Алтай на туристском рынке определяются исторически сложившимся брендом республики. Горный Алтай подразумевает, в первую очередь, рекреационный потенциал экологически чистой территории и включает в себя следующие составляющие:

- Горный Алтай – самая высокая горная область Сибири. Многие горные массивы поднимаются на высоту 3000-4000 метров над уровнем моря, их вершины круглый год покрыты льдом, со склонов спускаются ледники (Южно-Чуйский, Катунский, Северо-Чуйский хребты и другие). Высочайшая вершина Алтая – гора Белуха в восточной части Катунского хребта (4506 метров над уровнем моря). Для Горного Алтая характерны межгорные котловины (Чуйская, Курайская, Каннская, Абайская, Уймонская) и приподнятые холмистые плоскогорья (Чулушманское нагорье, плоскогорье Укок, Улаганское плоскогорье), расположенные на высоте 1500-2300 метров;

- разнообразие природных ландшафтов республики (высокогорные степи, каменно-лишайниковые пустыни, тайга, альпийские луга, нетающие ледники и снега);

- географическое расположение на юге западной Сибири предопределяет более мягкий климат. Умеренно-континентальный климат региона характеризуется относительно коротким жарким летом (июнь-август) и продолжительной (ноябрь-март), но не очень холодной зимой. Среднегодовая температура составляет от +1°С до -6,7°С.

Последним источником конкурентоспособности Республики Алтай как региона с туристской специализацией является возможность развивать разнообразные виды туризма, способные удовлетворить спрос большого количества потребителей. Так, наличие бальнеологических и грязевых ресурсов в сочетании с климатическими условиями обеспечивает основание для развития санаторно-курортного лечения. Еще одним направлением развития является активный туризм, так как Горный Алтай - единственный в России регион, на территории которого можно провести спортивные путешествия по любому классификационному виду туризма от первой до шестой категории сложности. Так же возможно развитие следующих видов туризма: горно-лыжный туризм (в настоящее время он рассматривается как один из факторов снижения высокой сезонности туризма); экологический туризм; этнотуризм; эвент-туризм, предполагающий принятие участия в значительных событиях, мероприятиях различного характера и уровня, проводимых на территории региона.

Кроме этого с позиций формирования конкурентоспособности Республики Алтай параметры ТРК региона как источники конкурентоспособности можно разделить на две группы: параметры ТРК естественного типа и параметры ТРК антропогенного характера (рис. 5). Такая классификация параметров ТРК позволяет реализовать избирательный подход к осуществлению регулирующих воздействий на них для обеспечения конкурентоспособности Республики Алтай как туристского региона.

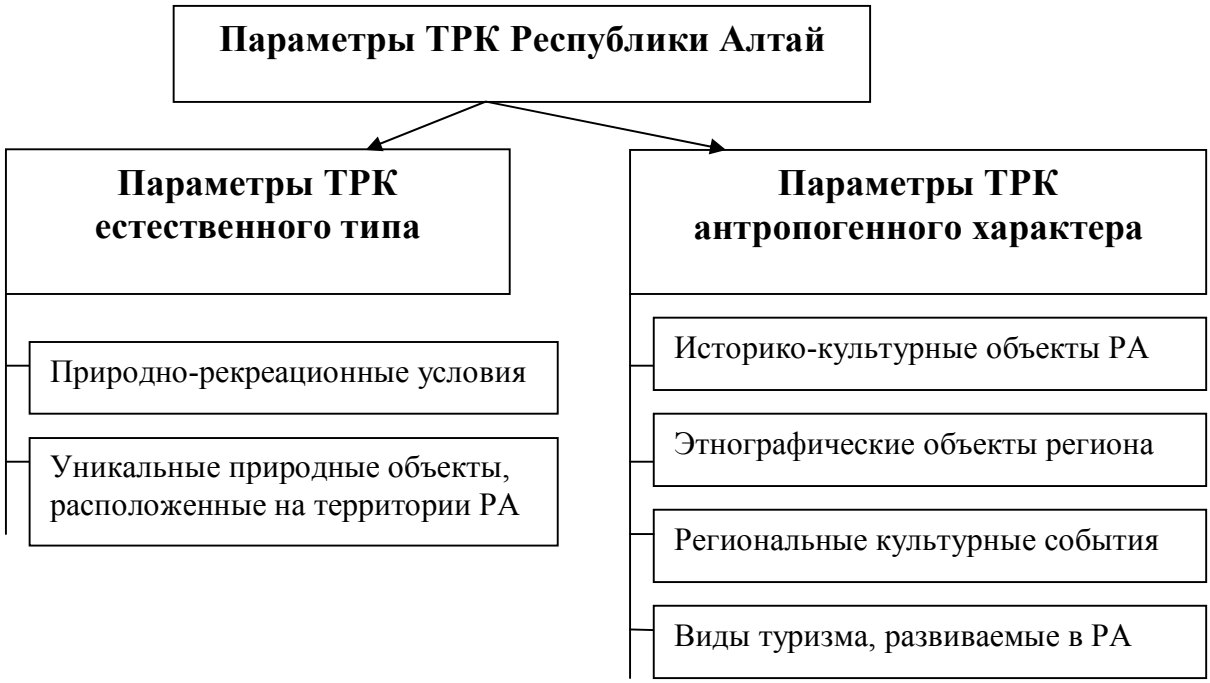

Рис. 5. Классификация параметров ТРК по предметно-сущностному подходу

Для оценки влияния параметров ТРК на уровень конкурентоспособности региона с туристской специализацией все имеющиеся условия существования ТРК были разделены на параметры положительные и негативные. (табл. 5)

Таблица 5

Классификация параметров ТРК в зависимости от их влияния на развития туризма в регионе

Позитивные параметры ТРК	**Негативные параметры ТРК**

ЕСТЕСТВЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ТРК	
Природно-рекреационные условия	
Разнообразные природные ландшафты	Потеря рекреационной привлекательности наиболее посещаемых природных объектов
Богатые водные ресурсы	На большей части территории республики малоснежные зимы
Умеренно-континентальный климат	Периодически холодные летние месяцы
Наличие бальнеологических и грязевых ресурсов	Загрязнение атмосферы
Богатая флора и фауна	Истребление редких растений и животных (или браконьерство)
Чистый воздух	
Уникальные природные объекты	
Наличие объектов всемирного природного наследия Юнеско	Отсутствие реестра природных объектов
Двадцать два процента территории РА занимают особо охраняемые природные территории	Обеспечение экологической безопасности
АНТРОПОГЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ТРК	
Историко-культурные объекты	
Памятники археологии	Отсутствует целостная система архитектурно-ландшафтных и культурных комплексов
Памятники ландшафтной архитектуры	
Музеи, театры, выставочные залы и др	Отсутствие системной охраны и восстановления памятников культуры и истории рукотворного, природного и традиционного ландшафтов
Этнографические объекты	
Объекты этнографии	Слабая информированность туристов об имеющихся этнографических объектах
Народные промыслы и ремесла	
Центры прикладного искусства	
Культурные события	
Национальные праздники	Слабая информированность туристов о проводимых мероприятиях
Спортивные праздники	
Фестивали	
Другие события привлекающие туристов	
Виды туризма	
Активный туризм	Неполное использование имеющегося потенциала для создания регионального туристского продукта
Рекреационный туризм	
Спортивный туризм	
Этнотуризм	
Научный туризм	
Религиозный туризм	
Сельский туризм	
Горно-лыжный туризм	
Саноторно-курортный туризм	
Эвент-туризм	

Важными условиями, определяющими развитие туризма в регионе, являются экономические факторы, к которым относятся предпринимательский климат, инвестиционная политика и кадровая политика.

Характеристика предпринимательского климата складывается из определения количества действующих на территории региона туристских предприятий и вклада

бизнеса, работающего в туризме, в экономику региона, общей суммой товарно-денежного оборота, наличием родственных и поддерживающих отраслей и их влиянием на повышение конкурентоспособности региона.

Общее количество зарегистрированных в регионе коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей, занимающихся туристской и санаторно-курортной деятельностью, с каждым годом растет. Так, по данным налоговых органов Республики Алтай, в 2011 году их количество составило 615 организации, что на 5,1% больше по сравнению с 2010 годом. Динамика изменения количества предприятий, работающих в сфере туризма, за последние 5 лет представлена на рисунке 6.

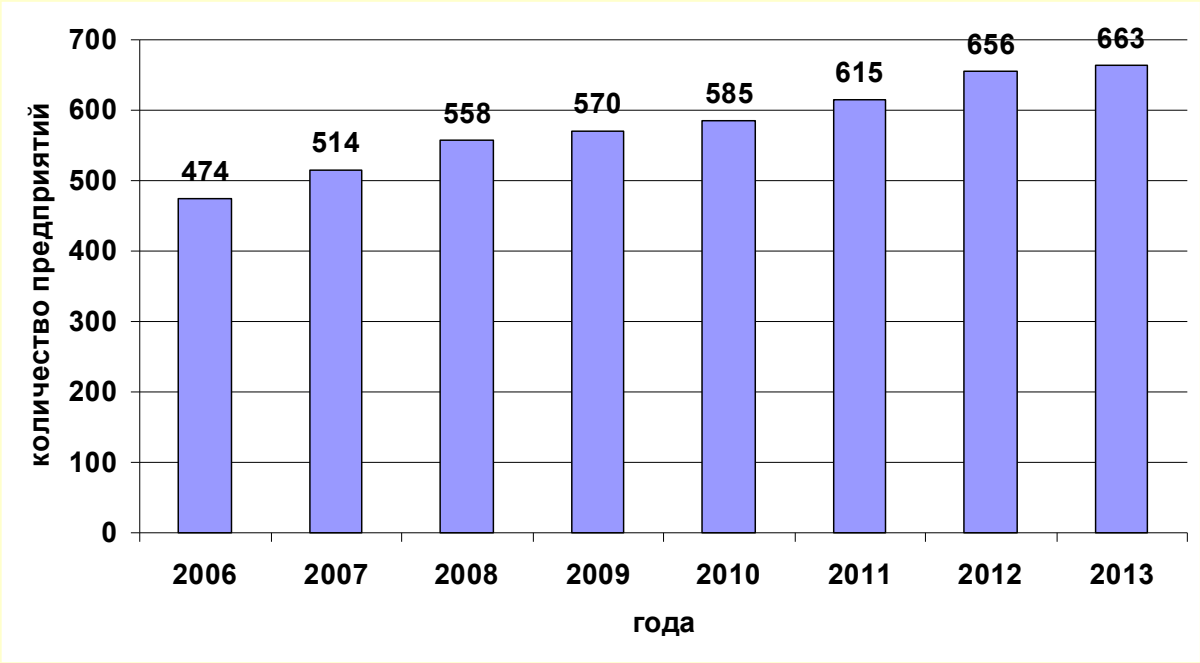

Рис. 6. Динамика изменения количества туристских предприятий РА за 2007 по 2013 годы

Еще одной характеристикой туристско-рекреационного комплекса с позиции предпринимательского климата является предложение туристских услуг в разрезе районов Республики Алтай, которое характеризуется крайней неравномерностью.

Как видно из рисунка 7, наибольшее количество туристских баз сосредоточено в Чемальском, Майминском и Турочакском районах, причем Чемальский район занимает лидирующее положение. Такое распределение предприятий определяется целым рядом обстоятельств. Во-первых, благоприятные климатические условия, во-вторых, хорошая транспортная доступность и наибольшая приближенность к потребителям услуг, в-третьих, разнообразием видов услуг, предоставляемых предприятиями. Между тем, по мере развития туризма в регионе, со стороны туристов проявляется интерес к другим районам республики, тем более что они обладают значительным туристско-рекреационным потенциалом. Например, Усть-Коксинский район, благодаря своему близкому расположению по отношению к горе Белуха, озерам Тайменье, Мультинские, Ак-Кемское является началом многих туристских маршрутов, привлекающих любителей активного отдыха.

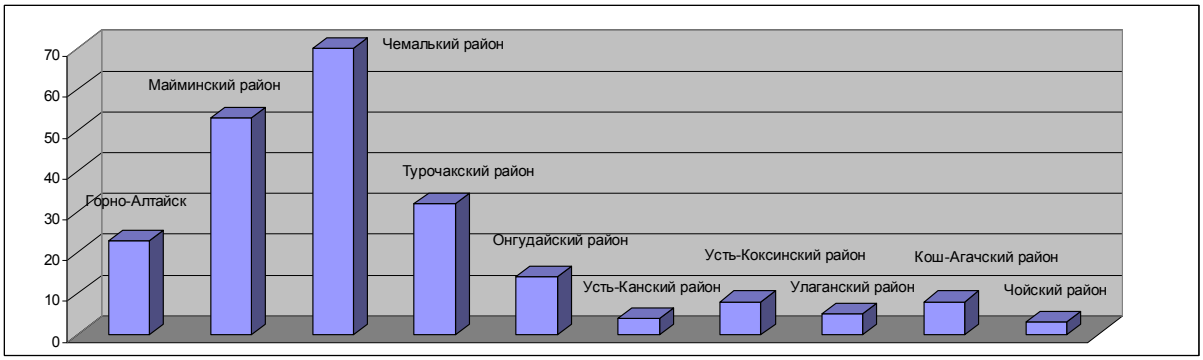

Рис. 7. Количество туристских предприятий по административным районам Республики Алтай.

Остальные районы республик характеризуются крайне слабым развитием туризма. Предложение туристских услуг не значительно и представлено несколькими туристским базами.

Таким образом, состояние предпринимательского климата в регионе можно оценить как удовлетворительное, что подтверждается увеличением количества организаций, работающих в туристской сфере региона. В дальнейшем при условии формирования соответствующей туристской инфраструктуры и строительства новых крупных туристских объектов предполагается его улучшение.

Важным фактором формирования конкурентных преимуществ является инвестиционный климат, сложившийся в регионе с туристской специализацией. Финансовое обеспечение экономического развития республики характеризуется тем, что бюджет является дефицитным, зависимым от дотаций из федерального бюджета, и республика относиться к числу наиболее высоко дотационных субъектов Российской Федерации. Доходная часть бюджета в основном формируется за счет финансовой помощи из федерального бюджета (70%) и налоговых поступлений (30%). Финансовое состояние предприятий также оставляет желать лучшего. Данные обстоятельства определяли на протяжении последних лет ситуацию в инвестиционной сфере республики.

В настоящее время увеличение потока отдыхающих способствовало привлечению инвестиций в туристскую сферу, в том числе в индустрию развлечений, гостиничный, ресторанный бизнес, автосервис. Так, по оценкам Министерства туризма и предпринимательства Республики Алтай, объем инвестиций в основной капитал организации сферы туризма к 2013 году достиг уровня 1,04 млрд. рублей[1], причем 80% этих средств были инвестированы за последние три года. Крупные инвестиционные проекты ориентированы в основном на создание высоко комфортабельных средств размещения. Это строительство таких комплексов, как горнолыжный курорт «Алтай – Ski Travel», туркомплекс «Долина Алтая», оздоровительный комплекс «Алтай village» и некоторые другие[2] (приложение 3). Еще одним направлением инвестиционной деятельности является развитие туристской инфраструктуры за счет бюджетных средств, например, осуществляется реконструкция и расширение аэропорта.

Государственная поддержка инвестиционной деятельности в сфере туризма осуществляется в рамках реализации республиканской целевой программы ««Перспективная территориальная организация и развитие внутреннего и въездного туризма Республика Алтай на 2011-2016 годы»[3]. По мероприятию «субсидирование части процентной ставки по кредитам, полученным в российских кредитных организациях»

[1] http://www.mtpi.altai-republic.ru

[2] Полный перечень крупных инвестиционных проектов представлен в приложении 4

[3] Об утверждении республиканской целевой программы «Перспективная территориальная организация и развитие внутреннего и въездного туризма Республика Алтай на 2011-2016 годы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РА от 19 августа 2010 №2010 №182. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

оказана поддержка 14 турпредприятиям на сумму 1,5 млн. руб., благодаря этому в туриндустрию Республики Алтай привлечено около 25 млн. руб. кредитных ресурсов. По мероприятию «предоставление субсидий на грантовую поддержку проектов, направленных на развитие предпринимательской деятельности» оказана поддержка 12 турпредприятиям на сумму 3,25 млн. руб.

В рамках утвержденной указом Главы РА, Председателем Правительства РА от 09.06.2003 N 71-У (ред. от 06.07.2005) «Концепции развития всесезонного горнолыжного курорта международного уровня «Манжерок» на горе Синюха Майминского района Республики Алтай», а также включения проекта в Перечень инвестиционных проектов регионального значения Республики Алтай (Распоряжение Правительства РА №613-р от 05.12.2007г.) осуществлялась государственная поддержка реализации инвестиционного проекта, направленная на строительство объектов обеспечивающей инженерной инфраструктуры и субсидирование процентной ставки по привлеченным кредитам. Строительство объектов обеспечивающей инженерной инфраструктуры в 2010 году профинансировано в сумме 135 млн. рублей. В рамках мероприятия по субсидированию процентной ставки по привлеченным кредитам в Российских кредитных организациях на реализацию инвестиционных проектов, включенных в Перечень инвестиционных проектов регионального значения Республики Алтай, ЗАО «ГЛК «Манжерок» предоставлено субсидий в 2011 году в сумме 31 млн. рублей.

Так же для повышения инвестиционной активности со стороны региональных органов власти осуществляется ряд мер по поддержке малого бизнеса: возмещение 2/3 процентной ставки по кредитам; предоставление на конкурсной основе грантов на развитие перспективных видов деятельности в сфере туризма; сформирован залоговый фонд, который может использоваться предприятиями, работающими в сфере туризма для обеспечения кредитов. Таким образом, в настоящий период времени республика находится на стадии активного инвестирования в региональную инфраструктуру туризма.

Немаловажное значение для формирования конкурентных преимуществ туристского региона имеет достаточность трудовых ресурсов региона для обеспечения предприятий туристкой индустрии необходимыми кадрами. Республика занимает последнее место в Сибирском федеральном округе (СФО) по общей численности населения (0,2 млн. человек) и первое место по удельному весу сельскохозяйственного населения (74%). По данным территориального органа статистики [4] в период с 1992 года по 2013 численность населения республики стабильно растет. Сложившаяся структура населения республики такова: численность населения моложе трудоспособного возраста - 49,5 тыс. чел. (24,3%); трудоспособного возраста – 121,7 тыс. чел. (62,3%); пенсионного возраста – 27,4 тыс. чел. (13,4%). Уровень общей безработицы выше, чем в России и СФО, но прослеживается тенденция снижения общего уровня безработицы с 19% до 10% за последние пять лет. Среднегодовая численность экономически активного населения в 2013 году составила 46 % от всей численности населения.

Характерной особенностью Республики Алтай является молодость занятого населения (3 место в стране в 2008 году). Средний возраст занятого населения составляет 37,1 лет (по России 39,1 по Сибирскому федеральному округу – 38,4). В возрастной структуре занятых, как в целом по стране, преобладают лица, имеющие возраст 40-49 лет (31,5%). Но и безработных в этом возрасте тоже больше, чем в других возрастах – 37,4%.

Большинство трудоспособного населения занято в сельском хозяйстве и в бюджетной сфере, при незначительном удельном весе занятых в промышленности. В строительстве и непроизводственных видах бытового обслуживания доля занятых сокращается, что не является положительным моментом для развития экономики региона.

Опираясь на сказанное, нетрудно прийти к выводу, что трудовые ресурсы, имеющиеся в настоящий момент времени на территории республики, можно охарактеризовать как достаточные для развития туристско-рекреационного комплекса в

[4] Республика Алтай в цифрах. 2009: Крат. стат. сб./ Алтайстат. – г. Горно-Алтайск, 2009. – С. 84

регионе. Вместе с тем, по статистическим данным, среднесписочная численность работников турпредприятий составляет 918 человек, и лишь 185 (20,1%) из них имеют специальное образование. В настоящее время подготовку кадров для туристской индустрии в основном осуществляют 4 учебных заведения. Это Горно-Алтайский госуниверситет, Российская международная академия туризма (Алтайский филиал), технологический техникум сервиса и профессиональное училище №84. В настоящий период в высших учебных заведения обучаются 115 очного и 64 студентов заочного отделений, в средних – 97 учащихся. В приложении 6 представлен перечень профессий, по которым ведется подготовка кадров для туристско-рекреационного комплекса на территории Республики Алтай. Однако количество выпускников и кадровая структура учебных заведений не удовлетворяют потребность в кадрах, которая составляла в 2010 году 662 человека (см. приложение 4). Кроме того, профессионально-квалификационная структура кадров, предлагаемая системой профессионального образования Республики Алтай для туристско-рекреационного комплекса, также не соответствует текущим потребностям предприятий.

Таким образом, туристско-рекреационный комплекс региона испытывает острую нехватку в кадрах. По данным Министерства туризма и предпринимательства, она составляет около 25% . Результатом сложившегося положения стало повсеместное приглашение из-за пределов Республики Алтай для работы на туристических базах работников в качестве менеджеров, администраторов, поваров и барменов. Низкоквалифицированные работы выполняются с привлечением местного населения. Это такие профессии как истопник, банщик, рабочий столовой, сторож, уборщик территории и пр. В дальнейшем, при условии строительства на территории республики крупных туристских объектов, потребность в туристских кадрах будет увеличиваться. Поэтому для повышения уровня конкурентоспособности туристско-рекреационного комплекса региональным органам власти необходимо неотложное решение данной проблемы.

Следующая составляющая экономических факторов - это условия существующего спроса на туристские услуги. По видам отдыха структура спроса на туристские услуги, пролагаемые на рынке Республики Алтай, следующая: лишь 20% туристов предпочитают активный отдых (пешие и конные маршруты, сплавы по горным рекам, рыбалка и охота), 80% туристов пользуются стандартными видами отдыха на турбазах, в туркомплексах[5].

Заметен некоторый прирост в активном туризме. Российские туристы, отдыхающие в Горном Алтае, отдают предпочтение пассивному отдыху на турбазах (более 50% туристов). Иностранные граждане, путешествующие в регионе, чаще чем россияне, выбирают активные виды туризма.

Структура спроса по типам размещения: 25% туристов выбирают коллективные средства размещения, 30% - размещения в палатках, 45% - пользуются услугами частного сектора.

В среднем стоимость пакета туристских услуг, включающего организованную доставку, размещение, питание, участие в активных туристических походах, возросла на 12,5%. Минимальная стоимость услуг, включающая размещение и организацию питания, в туристских объектах Республики Алтай в сезоне 2013 года составляла 1250 рублей на человека в сутки. Туристической сезон 2013 проходил на фоне продолжительных и часто повторяющихся периодов дождливой погоды. Загрузка туристических объектов в июне и августе текущего года была ниже показателей прошлого года до 70 % в выходные и 50% в будние дни, в июле в выходные дни загрузка туристических объектов VIP класса, бизнес класса и наиболее дорогостоящей категории эконом класса приближалась к 100%, в остальные дни не менее 80%. Средняя продолжительность пребывания туриста на территории Республики уменьшилась с 4,5 до 4 суток. Средняя величина потраченных денежных средств, в сутки на туриста, с учетом приобретенных дополнительных туруслуг возросла с 1760 до 2100 рублей..[6]

[5] http://www.mtpi.altai-republic.ru
[6] http://www.mtpi.altai-republic.ru

Структура спроса по регионам прибытия характеризуется тем, что большая часть туристов, посещающих Республику Алтай, приезжает из соседних регионов. Малая доля туристов из других регионов и стран мира обусловлена слабым территориальным маркетингом, низкой интенсивностью продвижения регионального турпродукта на международный рынок сбыта.

Более 13% туристов, отдохнувших в Республике Алтай, считают, что потраченные средства не соответствуют уровню и качеству услуг. Количество не удовлетворенных отдыхом является настораживающим сигнальным фактором, который будет препятствовать росту положительного имиджа республики и темпов развития современного туризма.

В целом параметры спроса на туристские услуги в Республике Алтай характеризуются следующими особенностями: рост спроса на туристские услуги в целом, в первую очередь на активные виды отдыха, в частности на пешие туры, альпинистские программы, охоту и рыбалку; высокая доля неорганизованных туристов, пользующихся услугами размещения в частном секторе; большая часть турпотока представлена туристами из близлежащих регионов. Негативные моменты заключаются в низком уровне сервиса и качества туристских услуг, что приводит к малой удовлетворенности потребителей, а также в слабой интенсивности продвижения регионального турпродукта и, как следствие, потере многих потенциальных клиентов.

В настоящее время влияние родственных и поддерживающих отраслей на развитие туристско-рекреационного комплекса Республики Алтай незначительно. Так, основными, сопутствующими развитию туризма в рассматриваемом регионе отраслями являются: сельское хозяйство, строительство, пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, торговля, информационная инфраструктура, сфера услуг и индустрия развлечений. Рассмотрим подробно состояние каждой из этих отраслей.

Одно из ведущих мест в развитии экономики Республики Алтай занимает сельское хозяйство. Основными видами сельскохозяйственного производства в регионе являются молочное и мясное скотоводство, коневодство, мараловодство, овцеводство, пчеловодство, выращивание овощей, плодов и ягод, заготовка кормов, лекарственных растений и кедрового ореха.

Выпуск продукции сельского хозяйства всеми сельхозпроизводителями составил в 2013 году, по данным Алтайстата, 7 459,9 млн., что на 2,9% выше уровня прошлого года (в сопоставимых ценах).

Экологически чистые продукты сельского хозяйства республики пользуются неплохим спросом у туристов и отдыхающих, однако короткое сибирское лето не позволяет полностью реализовать выращенную продукцию. Мясо, молоко, овощи, произведенные в Республике Алтай, хотя и обладают высокими качественными характеристиками, неконкурентоспособны за пределами республики. Переработка сельхозпродукции внутри региона затруднена из-за низких закупочных цен, установленных предприятиями пищевой промышленности для домохозяйств. Прослеживается слабая связь между туристскими предприятиями и предприятиями, производящими сельхозпродукцию, что снижает объем потенциально реализованной продукции. Однако с 2012 года со стороны органов региональной власти осуществляется работа в этом направлении. Так, Министерством сельского хозяйства Республики Алтай в 2012 было организовано взаимодействие между восемнадцатью сельхозтоваропроизводителями и туристическими предприятиями, в результате чего в туристские комплексы осуществлялась поставка овощей, молока, молочной продукции, мяса, мясных полуфабрикатов, мясных деликатесов, колбасных изделий, чайных напитков, фиточаев, меда. Таким образом, видно, что работа по обеспечению туристских предприятий сельхозпродукцией местного производства начата, но не обеспечивает эффективного сотрудничества предприятий туристско-рекреационного комплекса и сельхозпроизводителей.

Пищевая промышленность республики находится в стадии развития, представлена в основном предприятиями малого бизнеса разной специализации.

Производство пищевых продуктов в 2013 году возросло на 10,5% по сравнению с предыдущим годом. В развитии пищевой промышленности существует и негативные тенденции. Примером может служить установление молокоперерабатывающими предприятиями достаточно низких цен на закупку молока у местного населения, как следствие, таким предприятиям приходится пополнять запасы сырья за пределами республики – прежде всего в Алтайском крае.

В настоящее время Правительство Республики Алтай направляет все усилия на развитие и поддержку двух сопряженных отраслей – сельского хозяйства и пищевой промышленности, эти направления наряду с туризмом закреплены в стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2028 года[7] в качестве приоритетных направлений развития экономики.

Среди отраслей, поддерживающих развитие туризма в регионе, также можно выделить строительство и производство строительных материалов: деревообрабатывающую промышленность, промышленность стройматериалов. В последние годы эти отрасли динамично развиваются. Деревообрабатывающая промышленность представлена в основном малыми и индивидуальными предприятиями, производство стройматериалов характеризуется более крупными предприятиями. Строительство как отрасль экономики республики характеризуется наличием на рынке множества мелких подрядных организаций, выполняющих небольшие объемы работ, а также крупных строительных организаций, таких как ООО «Промышленные экологические технологии», ООО «Горно-строй», ООО «Росэнерго» и др. Однако для строительства больших туристско-рекреационных предприятий, скорее всего, необходимо будет привлечение специалистов и крупных строительных компаний из других регионов России. Таким образом, развитие строительной отрасли и отрасли производства строительных материалов будет развиваться параллельно формированию туристско-рекреационного комплекса региона.

Информационная инфраструктура на территории республики практически отсутствует. Нет единой системы сбора и обработки информации о деятельности субъектов туристско-рекреационного комплекса региона. В связи с этим существует множество проблем как у туроператоров, так и у органов власти, таких как отсутствие со стороны туристских фирм достоверной информации о средствах размещения, туристских фирм, активных маршрутах и величине туристского потока; нарушение туроператорами природоохранного законодательства; нарушение туроператорами порядка проведения активных маршрутов; отсутствие центра взаимодействия туроператоров и контролирующих органов (обмена информацией); отсутствие разъяснительной работы среди туроператоров об изменениях в законодательстве и нормативных актах; отсутствие информации у неорганизованных туристов о местах разрешенных турстоянок, об особо охраняемых территориях, о турбазах и кемпингах; о погодно-климатических условиях в регионе и другие моменты. За последние годы были сделаны попытки создания информационных центров для туристов, но пока нет единого, объединяющего всю информацию, характеризующего состояние туристско-рекреационного комплекса региона.

Родственными отраслями для сферы туризма являются торговля, сфера услуг и индустрия развлечений.

Оптовая и розничная торговля – это наиболее динамично развивающаяся отрасль республики. Ситуация на потребительском рынке республики в последние годы остается достаточно стабильной и характеризуется отсутствием дефицита, высоким уровнем

[7] О стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2028 года [Электронный ресурс]: Закон Республики Алтай от 25 сентября 2008 года N 83-РЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

насыщенности потребительского рынка товарами, повышением конкуренции в торговой среде, модернизацией и обновлением оборудования и интерьеров.

Сфера услуг, связанная с туризмом, в Республике Алтай находится на стадии развития. В 2013 г. расширилась работа катков, лыжных баз, отмечен интенсивный рост услуг физической культуры и спорта (184,4% по отношению к соответствующему периоду предыдущего года). В связи с открытием кинотеатра в г. Горно-Алтайске возросли услуги учреждений культуры (174,8%). Рост оказания туристских услуг составил 19%, услуг гостиниц и аналогичных мест размещения - 16,9%. Между тем, услуги, востребованные некоторыми туристами, находятся в стадии зарождения, либо вообще недоступны. К числу таких услуг относятся массаж, медицинские услуги и услуги по оздоровлению, услуги косметологов и др.

Сфера развлечений в Республике Алтай также слаборазвита. В г. Горно-Алтайске находится единственный в республике ресторан - «Галактика», предлагающий практически каждый день новую культурно-развлекательную вечернюю программу. На турбазах из развлечений в основном только дискотеки и бары. В г. Горно-Алтайске планируется создать развлекательный комплекс для туристов, включающий гостиничный комплекс на 150 мест категории 3 звезды, горнолыжные трассы, аквапарк, искусственный водоем и пляж, водные аттракционы, парк аттракционов и ресторан. В Майминском районе с. Майма планируется создать районный парк культуры и отдыха, включающий создание зоны экстремальных развлечений, ориентированной, прежде всего, на туристов и отдыхающих. Однако для реализации этих проектов необходимо привлечение крупных инвесторов, которые пока еще не найдены.

Таким образом, сельское хозяйство, пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность и промышленность стройматериалов, строительная отрасль и информационная инфраструктура Республики Алтай недостаточно развиты для того, чтобы стать основой для образования сильного туристско-рекреационного комплекса. Небольшой масштаб производства препятствует росту конкурентоспособности предприятий республики на внутрироссийском рынке. Более реальным в сложившихся рыночных условиях становится вариант концентрации усилий государства на создание должного уровня инфраструктуры территории для формирования туристско-рекреационного комплекса в регионе. Современное состояние сферы услуг и развлечения характеризуется как слабо развитое, что приводит к потере потенциальных клиентов предприятий туристско-рекреационного комплекса. Развитие туризма в регионе, в свою очередь, будет стимулировать развитие и рост поддерживающих и сопряженных отраслей экономики.

Следующая группа факторов конкурентоспособности, оказывающих влияние на формирование конкурентных преимуществ, - организационная, включающая в себя состояние инфраструктуры и систему взаимодействия органов государственной власти и бизнеса.

Инфраструктура – это комплекс сооружений, дорог, инженерных и коммуникационных сетей, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающий нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежайшее использование в целях туризма, обеспечение жизне деятельности предприятий индустрии туризма и собственно туристов. Таким образом, можно говорить, что инфраструктура туризма, - это важная составляющая каждого туристско-рекреационного комплекса, без которой, даже при условии наличия большого количества природных, исторических и культурных объектов уникального содержания, невозможно развитие туризма на территории региона.

В Республике Алтай транспортная инфраструктура развита недостаточно. Республика Алтай значительно удалена от центра страны, поэтому туристы вынуждены совершать достаточно много пересадок: сначала на самолете или поезде до Барнаула или Новосибирска, а затем на автобусе до Горного Алтая. Как представляется, значительным сдерживающим фактором роста туристского потока является отсутствие железной дороги в республике. Однако, в инвестиционную программу российских железных дорог включено

начало строительства железнодорожной линии Горно-Алтайск – Барнаул на 2012 г. В настоящее время этот проект не реализован и отложен на не определнный срок.

С 1968 г. по 2010 г. воздушное сообщение Республики Алтай с внешним миром существовало периодически, и только с Сибирским регионом. В ноябре 2011 года после масштабной реконструкции, включающей расширение взлетно-посадочной полосы до 2300 м и модернизацию самого здания аэровокзала, аэропорт начал функционировать на новом уровне. Теперь его параметры позволяют обслуживать тяжелые типы самолетов большой пассажировместимости. В настоящее время действует постоянное воздушное сообщение с Сибирским регионом (прямые рейсы до Новосибирска, Красноярска, Томска). В 2013 году аэропорт Горно-Алтайска получил допуск к приему и обслуживанию самолетов типа Boeing 737, появились регулярные московские рейсы, а в перспективе появятся и международные. В 2013 году аэропорт «Горно-Алтайск» обслужил 31 643 пассажира. За аналогичный период позапрошлого года услугами авиапредприятия воспользовались 20 537 человек. Географически, положение аэропорта г. Горно-Алтайска более выгодно по сравнению с аэропортами Алтайского края и Новосибирска, поскольку он находится в непосредственной близости от двух туристско-рекреационных зон Республики Алтай и Алтайского края. Такое местоположение, при условии проведения всех мероприятий по реконструкции и модернизации, определяет возможность аэропорта стать важным «перевалочным пунктом» внутрироссийского туризма. Дальнейшее развитие аэропорта позволит решить проблему отдаленности региона от центра России и многих зарубежных стран, сократит время, которое туристы тратят на то что бы добраться до Горного Алтая.

В связи со слабым развитием авиаперевозок и отсутствием железнодорожного транспорта огромное экономическое и социальное значение приобретают автомобильные дороги, как практически единственное для Республики Алтай средство сообщения.

На начало 2013 года протяженность автомобильных дорог общего пользования Республики Алтай составила 3412 км, из них 539 км[8] приходится на Чуйский тракт, являющийся дорогой федерального значения. Из общей протяженности дорог 2858 км (83,8%) - это дороги с твердым покрытием, на грунтовые дороги приходится 554 км (16,2%). Дороги с усовершенствованным покрытием (из щебня и гравия, обработанные вяжущими материалами и асфальтобетонные) занимают 1268 км, или 37,2% от всех дорог общего пользования.

Как известно, с дорожным хозяйством связана организация пассажироперевозок, что имеет существенное значение для развития туристско-рекреационного комплекса региона. В регионе пассажирскими перевозками занимается предприятие ОАО «Пассажирское автотранспортное предприятие» (ОАО «ПАТП»), обеспечивающее регулярные рейсы в районные центры региона, места отдыха туристов (с. Артыбаш, с. Тюнгур), а также междугородние перевозки (г. Бийск, г. Барнаул, г. Новосибирск, г. Томск). Для транспортировки пассажиров используются автобусы. Однако, значительный объем пассажироперевозок приходится на частных извозчиков, использующих для перевозки пассажиров автомобили «Газель». Некоторые туристские предприятия самостоятельно занимаются доставкой туристов от Барнаула и Новосибирска до места начала маршрута или турбазы. Кроме того, транспортировку туристов обеспечивают предприятия из других регионов, таких как Алтайский край и Новосибирская область. Как правило, это специализированные предприятия, которые работают по заказам крупных турагентств Барнаула и Новосибирска, использующих в своей работе высококомфортабельные автобусы иностранного производства. Таким образом, можем отметить, что туристско-рекреационный комплекс республики Алтай не имеет на своей территории специализированных предприятий, занимающихся транспортировкой туристов. Подавляющее число предприятий рекреации находятся в непосредственной близости от федеральных и территориальных автомобильных трасс. Состояние дорог можно

[8] Статистический ежегодник Республики Алтай. 2010: Стат. сборник/ Алтайстат. –г. Горно-Алтайск, 2010. – с 87.

охарактеризовать как хорошее, что определяет доступность туристических объектов для потребителей. Вместе с тем следует отметить, что степень доступности различна, что определяется частотой совершения автобусных рейсов. Например, трудности могут возникнуть при поездке в Усть-Коксинский район. Его отдаленность от центра региона – г. Горно-Алтайска, обусловила наличие только одного в день регулярного рейса. Проблемным является и транспортировка пассажиров в с. Иогач и Артыбаш. Доставка потребителей на предприятия рекреационного комплекса, расположенные от г. Горно-Алтайск до с. Чемал, организована достаточно хорошо.

Еще одним сдерживающим фактором является стоимость внутрироссийских перевозок в сравнении с организацией международных чартерных рейсов. Сравним стоимость туров в Тайланд и в Горный Алтай с учетом перевозки туриста от места постоянного жительства до дестинации. Так, 12-тур в Тайланд стоит в среднем 29 000 – 30 000 рублей, включая перелет, а тур в Горный Алтай с перелетом и проживанием в 3* гостиницы составит порядка 44 000 рублей. Таким образом, приходим к выводу, что внутренние авиаперевозки в два раза дороже, чем международные. Данное обстоятельство существенным образом влияет на объем туристского потока на внутреннем российском туристском рынке.

Важным фактором, отражающим состояние инфраструктуры, является развитие средств связи. Обеспеченность жителей телефонами увеличилась как в городской, так и в сельской местности. Но такие современные услуги связи, как организация доступа в Интернет (WWW), электронная почта, IP-телефония практически недоступны в сельской местности республики. Межрайонные магистральные каналы связи, которые преимущественно базируются на аппаратуре уплотнения информации для "медных" и радиорелейных каналов, имеют значительный износ и не в состоянии обеспечить качественную и надежную связь в сельской местности. В настоящее время в регионе развивается сотовая связь, которая действует практически во всех административных районах республики, однако зона действия сотовой сети ограничивается в основном районными центрами, поэтому не всегда туристские предприятии могут предоставить туристам услуги мобильной связи. Наиболее развита сотовая связь в Майминском, Чемальском и Турачакском районах, где как раз и расположены основные предприятии туристской индустрии республики.

Кроме состояния инфраструктуры организационные факторы конкурентоспособности определяются системой взаимодействия региональных органов власти и бизнеса.

Система взаимодействия региональных органов власти и бизнеса предполагает наличие обратной связи между властями и предприятиями, работающими в туризме. Такая связь необходима для координации действий всех участников туристско-рекреационного комплекса для достижения рационального использования туристских ресурсов в регионе. В настоящее время в Республике Алтай такая связь отсутствует. Туристские предприятия видят развитие туризма по-своему, а органы власти имеют иную точку зрения по вопросам формирования туристско-рекреационного комплекса. В этой связи эффективное решение стоящих проблем без изменения региональной политики развития туризма в регионе, на наш взгляд, не возможно.

Немаловажное значение при формировании конкурентных преимуществ отводится информационным факторам конкурентоспособности, которые включают в себя маркетинговые мероприятия, направленные на формирование положительного имиджа территории и Интернет ресурсы региона. Рассмотрим, каким образом эти факторы проявляются в Республике Алтай.

Одним из основных направлений деятельности является формирование имиджа Республики Алтай как благоприятного для развития туризма региона, продвижение регионального туристского продукта на российский и международный рынок. В настоящее время такая деятельность со стороны Министерства туризма и предпринимательства ведется. Так, при помощи министерства было поддержано участие

представителей турбизнеса в таких крупных международных выставках, как ITB (г. Берлин), Интурмаркет (Москва), Турсиб (г. Новосибирск). Кроме этого, Министерство туризма и предпринимательства оказало содействие в организации стенда Республики Алтай с участием региональных туристских компаний в международной туристкой выставке «Байкалтур» (г. Иркутск), межрегиональной туристкой выставке «Енисей» (г. Красноярск), международной туристской ярмарке MITF (г. Москва), выставке проектов приграничного сотрудничества восточных регионов России с КНР и МНР (Хабаровск).

С целью ознакомления широкого круга потенциальных гостей Республики Алтай с культурно-историческим, природным и туристским потенциалом региона, Министерство туризма и предпринимательства сотрудничает с республиканскими, региональными, российскими средствами массовой информации посредством публикаций в СМИ, выпуска фильмов. Учитывая доступность и оперативность информации, значительное расширение охвата аудитории, Министерство туризма и предпринимательства использует и такой информационный ресурс, как размещение в Интернете собственного сайта. Информация о возможностях отдыха в Республике Алтай размещена также на некоторых информационных туристских сайтах. Наряду с выше перечисленными мероприятиями по продвижению регионального турпродукта, министерство использует ресурсы событийного и делового туризма.

Кроме этого, ведется работа по изданию самостоятельных каталогов о Республике Алтай, а также участие в крупных российских туристских каталогах. В целом на рекламную компанию в 2013 году из бюджета республики было выделено порядка 600 000 рублей.

Суммируя сказанное, можно констатировать, что проводимая информационная политика со стороны Министерства туризма и предпринимательства не имеет комплексного маркетингового плана развития территории, согласованного с другими субъектами туристско-рекреационного комплекса, что в конечном счете не приносит положительного результата.

Важным моментом при анализе источников и факторов конкурентоспособности является определение основных конкурентов Республики Алтай как региона с туристской специализацией. Субъектом конкуренции являются предприятия, входящие в туристско-рекреационный комплекс, расположенный на территории региона. Объектом конкуренции являются потенциальные потребители, готовые приобрести произведенный туристский продукт, и государственная поддержка на федеральном уровне основных проектов развития туризма на территории региона. Конкурентов рассматриваемого региона можно условно разделить на внутренних и внешних. К внутренним можно отнести туристско-рекреационные комплексы других регионов России, которые наравне с Республикой Алтай борются за привлечение туристов и финансирование из федерального бюджета основных проектов развития туризма. Так, основными конкурентами Республики Алтай можно назвать туристско-рекреационные комплексы таких регионов, как Алтайский край, Хакасия, Байкал, Краснодарский край[9], которые борются за привлекаемых туристов, и бюджетное финансирование развития туризма в регионе. Внешними конкурентами являются туристско-рекреационные комплексы, расположенные за пределами России, это такие как Турция, Тайланд, Египет и другие, предлагающие отдых по более низким ценам, чем на внутреннем рынке с более высокими показателями качества. Основным критерием выбора туристами того или иного региона для путешествия является ассортимент предлагаемых услуг и их стоимость. В настоящее время Республик Алтай трудно конкурировать с внешними конкурентами, так как те предлагают более разнообразные туристские услуги по низким ценам. Однако есть и преимущество, которое заключается в высоком уровне безопасности отдыха на территории рассматриваемого региона, а также

[9] О Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2016 годы)» [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

отсутствие формальностей, связанных с оформлением документов при пересечении государственной границы.

Общее количество зарегистрированных в регионе коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей, занимающихся туристской и санаторно-курортной деятельностью, как уже было сказано ранее, с каждым годом растет. Так, по данным налоговых органов Республики Алтай, в 2013 году их количество составило 663 организаций. Однако по данным реестра туристских предприятий, который ведется Министерством туризма и предпринимательства Республики Алтай, общее количество туристских предприятий, занимающихся туристской деятельностью, составляет 220 (см. табл.6), что значительно меньше данных, представленных налоговыми органами.

Таблица 6

Структура туристских предприятий работающих на территории Республики Алтай

Административный район	**Средства размещения**	**Туроператоры**	**Турагенты**	**Предприятия, предоставляющие экскурсионные услуги**	**Зеленые дома**	**Прочие**	**Всего**
Горно-Алтайск	10	5	4	4	0	0	23
Майминский район	29	0	1	0	21	2	53
Чемалький район	37	4	0	6	20	3	70
Турочакский район	18	0	0	2	11	1	32
Онгудайский район	7	1	0	0	2	4	14
Усть-Канский район	4	0	0	0	0	0	4
Усть-Коксинский район	6	0	0	0	0	2	8
Улаганский район	5	0	0	0	0	0	5
Кош-Агачский район	6	0	0	0	0	2	8
Чойский район	3						3
Итого по республике	**125**	**10**	**5**	**12**	**54**	**14**	**220**

Дело в том, что регистрация в реестре является добровольным актом и требует заполнения соответствующих документов; по нашему мнению, это является главной причиной того, что не все предприятия проходят процедуру добровольной регистрации в реестре турпредприятий региона.

Проведем на основе данных, имеющихся в реестре, анализ структуры предприятий, работающих на территории Республики Алтай. Опираясь на представленные данные, не трудно прийти к выводу, что наибольший процент в общем числе занимают средства размещения. Наглядно это изображено на рисунке 10.

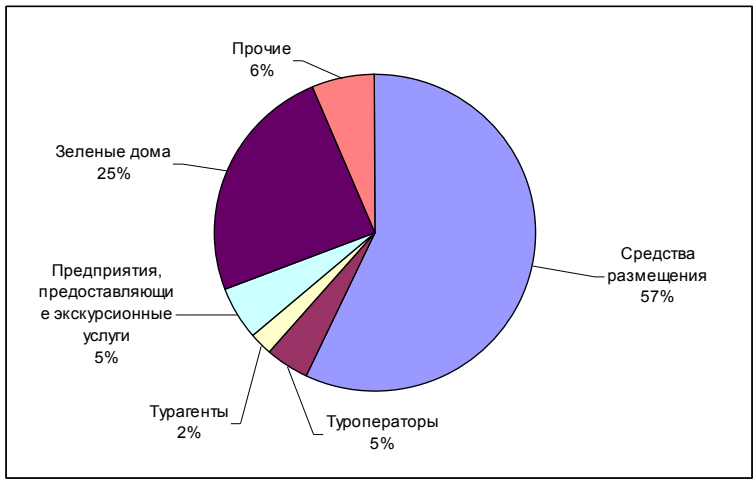

Рис. 10. Структура туристских предприятий Республики Алтай по видам деятельности

Кроме услуг размещения многие турбазы самостоятельно занимаются организацией активных туров, экскурсий. Это такие базы как «Манжерок», «Алтай-Вояж», «Аркадия», «Амаду», «Берель». Некоторые в перечне оказываемых услуг имеют оздоровительные программы, в большей степени предполагающие обычный массаж, пантовые ванны, фито-бочки. Только шесть предприятий из 125 имеют лечебно-оздоровительную направленность. Например, туристско-оздоровительный комплекс «Таежник» имеет собственный оздоровительный центр, предлагающий пантолечение по уникальной методике, применяемой только здесь.

Одним из перспективных направлений развития туризма в Горном Алтае является сельский туризм (зеленные дома), в настоящий момент времени занимающий 25% от общего числа туристских предприятий в регионе (см. рис 10), и это только официальные данные по тем жителям, которые зарегистрировали свою деятельность. Почти столько же сельчан сдает свое жилье внаем туристам без регистрации в налоговых органах. Это говорит о том, что местное население активно вовлекается в туристскую деятельность. Развитие сельского туризма значительно снизило уровень безработицы на селе за счет обеспечения рабочими местами более двух тысяч человек местного населения. Однако главным образом это касается летнего сезона, когда наблюдается наибольший поток туристов в регионе. Как видно из таблицы, приведенной в приложении 8, большинство сельских домов расположено в Чемальском, Майминском, Турочакском административных районах Республики Алтай. Стоимость проживания в сельских домах сравнительно не высока и колеблется в пределах от 300 до 500 рублей, в зависимости от комфортности номера. Предоставляемые услуги не отличаются высоким уровнем сервиса и рассчитаны на туриста со средним уровнем дохода. В целом данный сегмент туристского предложения пользуется спросом и активно развивается.

Предприятия, предоставляющие экскурсионные услуги занимают 5% от общего числа туристских предприятий, функционирующих на территории республики. Основным направлением экскурсионной деятельности является организация пеших, конных, авто экскурсий к известным достопримечательностям, например, экскурсия на Каракольские озера или на Камышлинский водопад. Еще одной популярной экскурсией являются часовые сплавы по реке Катунь на рафтах. Официальное число экскурсионных предприятий значительно ниже их фактического значения, многие из них осуществляют свою деятельность нелегально, скрываясь от уплаты налогов. Качество предоставляемых услуг также оставляет желать лучшего, так как в большинстве случаев для проведения экскурсий используется некомфортабельный транспорт и неквалифицированные гиды. Анализ экскурсионных программ представлен в приложении 9.

Количество туроператоров составляет 5%, все туроператоры специализируются на организации активных туров. Это такие как «Робинзон» г. Барнаул, Туристско-Спортивное Закрытое акционерное общество (ТС ЗАО) "Братья Говор" (г. Новосибирск),

«Кочевник» (г. Барнаул), «Ак-Тур» (г. Барнаул), «Амаду» (с. Чемал), «Алтай-Тур» (г. Горно-Алтайск), «Точка экстрима» (г. Горно-Алтайск), «Алтай-рафтинг-центр» (г. Горно-Алтайск), «Чемал-Тур» (с. Чемал), туркомплекс «Манжерок» (с. Манжерок) и некоторые другие фирмы. Данные фирмы активно себя позиционируют на рынке, участвуют в выставках, рекламируют себя в Интернете. Как видим, не все фирмы зарегистрированы на территории республики. Основная доля фирм начала заниматься активным туризмом с 2002 года, кроме фирм «Братья Говор» и туркомплекса «Манжерок», которые одними из самых первых в постсоветском пространстве начали предлагать активные туры.

Основные направления работы данных предприятий можно условно разделить по видам туризма и направлениям. По видам туризма выделяются пешие туры, конные туры, велосипедные туры, водные туры (рафтинг), авто туры, комбинированные туры (в большинстве случаев это конно-водные, пеше-водные) и зимние туры (лыжные, снегоходные, конные). Основные направления, которые предлагают практически все туроператоры, - это Северо-Восточная часть Алтая (Каракольские озера, Тогускольские озера, озеро Уймень, Телецкое озеро), Северо-Чуйский хребет (Шавлинские озера, Озера Машей, Каракабак, урочище Ак-Тру), Катунский хребет (гора Белуха, Кучерлинское озеро, Мультинские озера и другие озера Катунского хребта), реки Катунь, Чуя, Чулушман, Башкаус, Аргут).

Ценовой диапазон рынка активных туров представлен в таблице 7. Как видно из таблицы, средняя стоимость туров достаточно высока, особенно если сравнивать с предложением зарубежных компаний, предлагающих свои услуги на российском туристском рынке. Например, семидневный тур в Турцию (причем в стоимость путевки уже включен перелет до Анталии) стоит от 15 000 рублей до 20 000 рублей. И активный семидневный тур по Горному Алтаю (без учета стоимости перелета, до Новосибирска или Барнаула) составляет 13 731 рублей.

Таблица 7

Средние цены на активные маршруты*

Вид активного маршрута	Продолжительность в днях	Стоимость в рублях
пеший	7	11 090
	10	15 220
	14	16 588
конный	7	13 375
	10	17 760
	14	25 700
водные	7	16 156
	10	27 400
	14	28 500
Комбинированные (конно-водные)	7	14 300
	10	16 334
	14	23 650
Средние цены на активные маршруты	7	13 731
	10	19 179
	14	23 610

* по данным сайтов основных туроператоров, предлагающих активные туры по Горному Алтаю.

Охарактеризовать рынок активных туров можно следующим образом. Во-первых, недостаточность подготовленных кадров, в частности квалифицированных инструкторов по основным видам активного туризма, что сказывается на качестве обслуживания.

Во-вторых, отсутствие межведомственного механизма регулирования активного туризма, следствием чего является разобщенность в действиях федеральных и республиканских органов по решению возникающих проблем.

В-третьих, высокая сезонность. Летний сезон длится всего три месяца, и, как правило, основной поток туристов приходится на июль и середину августа. Зимний сезон может быть длиннее, но пока еще не сформирован спрос на активный зимний туризм в республике.

В-четвертых, рынок активных туров характеризуется высокими ценами на активные туры, предлагаемые на территории республики, что, в свою очередь, не позволяет увеличивать объемы обслуживаемых туристов.

В-пятых, отсутствует система контроля за соблюдением порядка на трассах активных маршрутов, это связано, прежде всего, с проблемой отсутствия механизма закрепления наиболее популярных маршрутов за хозяйствующими субъектами. Как следствие отсутствия инфраструктуры возникают очаги захламления отдельных участков, что приводит к ухудшению экологической обстановки.

Незначительное количество турагентств (2%), расположенных на территории региона, можно объяснить тем, что основные потребители находятся за пределами республики и крупные турагенства расположены в больших городах (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Томск, Барнаул).

К числу прочих туристских предприятий (6%) относятся природные парки, экстремальные парки, предприятия по изготовлению сувениров, информационные центры.

Однако, несмотря на постоянное увеличение организаций, работающих в сфере туризма региона, темпы роста регионального туристского продукта за последние 11 лет имеют неустойчивый характер. В целом наблюдается положительная динамика, за исключением 2003 года (рис 11). Также необходимо отметить, что в период с 2007 по 2013 год темпы роста замедляются. Такое положение дел можно объяснить тем, что к 2007 году сформировался стандартный турпродукт, который предлагается сегодня на рынке. Для дальнейшего развития и увеличения показателей необходимо качественное изменение предлагаемых услуг, формирование соответствующей инфраструктуры и решение ряда других проблем.

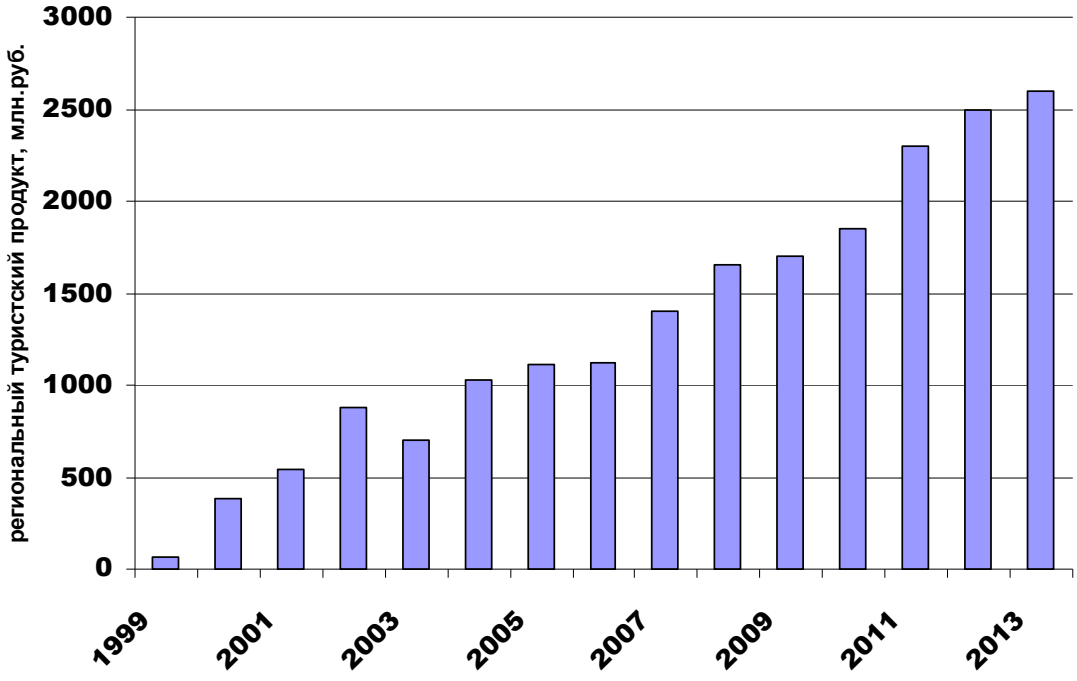

Рис 11. Темпы роста регионального туристского продукта за период с 1999-2013 гг

Рассматриваемый показатель позволяет говорить о том, что туристско-рекреационный комплекс региона находится на стадии зарождения.

Средства размещения туристско-рекреационного комплекса региона представлены в основном базами отдыха, туркемпингами, турбазами, небольшими гостиницами, пансионатами, палаточными лагерями. Общее число средств размещения (турбазы, пансионаты, частные гостиницы и отели) с 1999 года по 2013 год увеличилось с 36 до 228 (приложение 10). В настоящее время в республике действует 228 предприятия предоставляющих услуги размещения, на которых за сезон отдыхает порядка 160 тысяч плановых туристов. В период с 2006 по 2013 годы появилось двадцать новых средств размещения, два из которых повышенной степени комфортности. А уже действующие значительно расширили свой номерной фонд за счет комфортабельных мест размещения. Вместимость этих предприятий возросла с 2361 койко-мест в 1999 году до 11705 койко-мест в 2013 году, из них круглогодичных 4500 койко-мест, сезонных 7205 койко-мест (приложение 10), это свидетельствует о высокой сезонности туристской индустрии в регионе. Большинство отдыхающих приходится на летний период времени, что является одной из проблем развития туристско-территориального комплекса республики. Динамика изменения количества мест размещения представлена на рисунке 12.

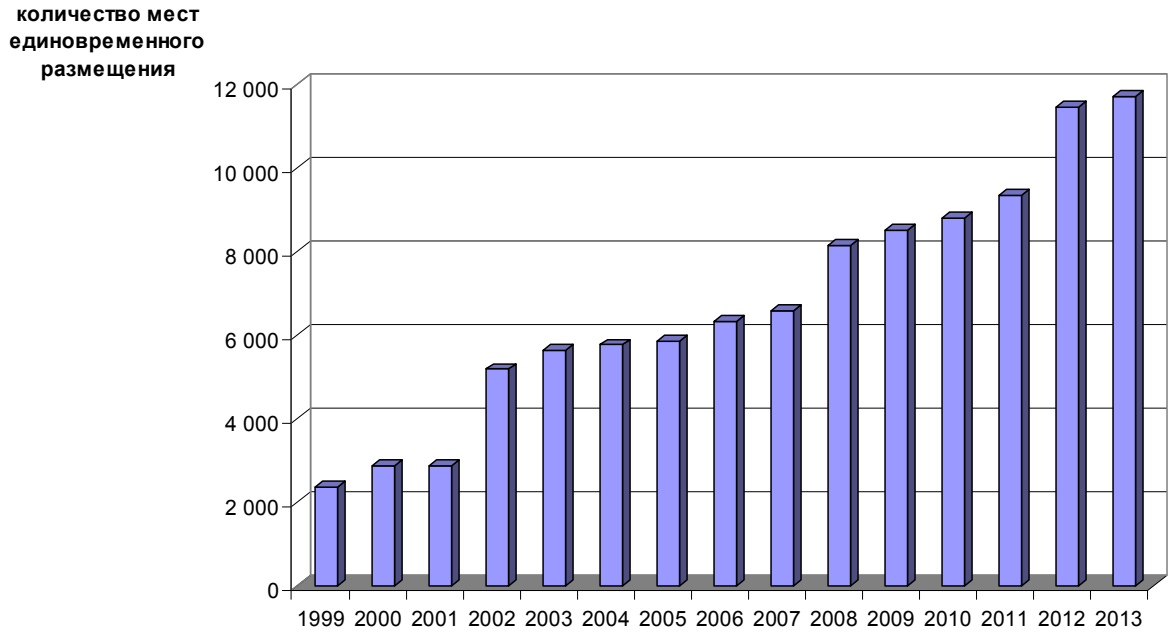

Рис. 12. Динамика изменения количества мест размещения

Несмотря на существенный прирост средств размещения, большинство туристских организаций до настоящего времени предлагают туристам некомфортабельные номера. Только 20 из 125 средств размещения имеют уровень 3-5 звезд, что значительным образом сказывается на качестве предоставляемых услуг. В 2013 году доля комфортабельных средств размещения в общем объеме средств размещения составила 40%

Количественные характеристики развития ТРК региона на разных стадиях

Критерии	Значение критериев для стадий развития туристско-рекреационного комплекса региона			
	Стадия зарождения	Стадия роста	Стадия зрелости	Стадия спада
1. Доля инвестиций в туризм в региональном турпродукте	> 1	≤1	>1	>1

2. Доля регионального турпродукта в валовом регионалом продукте	до 5%	6% - 15%	16% - 50%	Начинает снижаться
3. Темпы прироста регионального туристского продукта	до 5%	более 50%	до 10%	отрицательный рост
4. Доля комфортабельных средств размещения в их общем объеме	до 15%	15- 40%	90%	90%
5. Средняя продолжительность пребывания туристов в регионе	до 3 дней	3-5 дней	7-10 дней	4-7 дней
6. Количество туристов приходящихся на одного жителя региона.	<1	>1	>4	<1

Качественные характеристики развития ТРК региона на разных стадиях

Характеристики	Стадии развития туристско-рекреационного комплекса региона			
	Зарождения	Роста	Зрелости	Спада
Потребители	Узкий сегмент потребителей	Расширение группы потребителей	Массовый рынок	Избирательный потребитель
Туристский продукт	Низкое качество, слабая дифференциация	Хорошее качество, дифференциация качественных характеристик продукта	Высшее качество, дифференцированный сертифицированный продукт	Неоднородное качество, низкий уровень дифференциации продукта
Маркетинг	Высокие затраты на маркетинг, стратегия установления цены спроса	Интенсивные продвижение и реклама продукта, стратегия установления цены предложения	Сегментация рынка, расширение ассортимента, рекламная конкуренция, стратегия установления равновесной цены	Низкий уровень затрат на маркетинг, падение цены
Производство и сбыт туристского продукта	Избыточные мощности, высокие издержки, специализированные каналы сбыта	Недостаточность мощностей, борьба за сбыт, массовые каналы сбыта.	Оптимальность мощностей, стабильность, высокие материальные затраты по сбыту из-за широкого ассортимента турпродуктов, массовые каналы сбыта	Значительные избыточные мощности, проблемы сбыта, специализированные каналы сбыта
Конкуренция	Незначительное число компаний	Большое количество конкурентов	Ценовая конкуренция, рост числа перепродаж, вытеснение с рынка	Выход из рынка, сокращение числа конкурентов

Риск	Высокий риск	Приемлемый уровень риска	Цикличность риска	Высокий риск
Степень взаимодействия между субъектами ТРК	слабая	средняя	высокая	низкая

Основные показатели развития туристско-рекреационного комплекса Республики Алтай.

Показатели	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Общее кол-во предприятий занимающихся туристкой деятельностью, ед.								474	514	558	570	585	615	656	663
Количество объектов размещения	26	49	78	94	116	126	131	135	146	161	168	172	180	221	228
Количество мест единовременного размещения, ед.	2 361	2 882	2 877	5 184	5 630	5 764	5 864	6 328	6 585	8 150	8 500	8 800	9350	11450	11705
Число занятых в туризме, тыс. чел.									3,1	4,4	4,5	5	5,1	5,2	5,3
Региональный туристский продукт, млн. руб.	68	380,8	544	875,5	702,1	1023,4	1110,1	1116,9	1400	1650	1700	1850	2300	2500	2600
Обязательные платежи в бюджет и в внебюджетные фонды, млн.руб.	0,4	5,2	7,5	7,7	16,6	24	29	40	72,6	82	84	102	119	135	146
Объем инвестиций в сферу туризма млн. руб.									725	1450	1570	1650	1100	1000	1040
Общее количество туристов посетивших регион, тыс. чел.	40	224	320	515	413	602	653	657	800	1000	1005	1200	1350	1500	1450
Средняя продолжительность пребывания туриста в регионе, дней	3,5	3,5	3,5	3,5	4	4	4	4,5	5	5,7	3,9	4	4	4,5	4
Количество туродней, тыс чел/дней	140	784	1 120	1 803	1 652	2 408	2 612	2 628	3 200	5700	3919,5	4800	5400	6750	5800

Подготовка к первой промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к первой промежуточной аттестации:

1. Понятие проектирования
2. Что такое проект?
3. Назовите основные признаки проекта
4. Дайте понятие туристско-рекреационного проектирования
5. Что такое инжиниринг?
6. Что такое техническое проектирование?
7. Что такое гуманитарного проектирование?

8. Чем отличается гуманитарное проектирование от технического?
9. Перечислите этапы гуманитарного проектирования
10. В чем суть модели Джеймса Янга?
11. Назовите технологические этапы туристско-рекреационного проектирования;
12. Что такое туристские системы?
13. Что такое бинзнес-процесс?
14. Дайте определение туристского региона.
15. Дайте понятие туристско-рекреационного комплекса;
16. Что такое особая экономическая зона туристско-рекреационного типа;
17. Что такое рекреационный потенциал?
18. Назовите основные составляющие оценки туристско-рекреационного потенциала.
19. Что такое туристические ресурсы.
20. Перечислите свойства туристских ресурсов;
21. Назовите основные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность.
22. В чем заключается суть метода SMART.
23. В чем заключается суть метода SWOTанализ
24. Назовите стадии развития туристско-рекреационного комплекса.
25. Назовите основные показатели, используемые для системы мониторинга ТРК региона.
26. На какие группы можно подразделить потребителей услуг ТРК региона
27. Что такое бенчмаркетинг?
28. Что является целью бенчмаркинга?
29. Что такое имидж территории?
30. назовите факторы формирования имиджа территории?
31. Что такое туристический бренд, какие составляющие включает.

Слова для подготовки коллоквиума: Проектирование; проект; ключевые признаки проекта; туристско-рекреационное проектирование; инжиниринг; техническое проектирование; гуманитарное проектирование; основные этапы гуманитарного проектировании; проектная идея; концептуализации; разработка проектного замысла; реализация проекта; описать суть модели Джеймса Янга; назовите технологические этапы туристско-рекреационного проектирования; постановка проблемы; определение и формулировка проектной задачи; построение модели проекта; определение ключевых параметров проекта; формирование системы мониторинга; реализация проекта и его завершение; система; туристские системы; бизнес-процесс; туристский регион; туристско-рекреационный комплекс; особая экономическая зона; особая экономическая зона туристско-рекреационного типа; рекреационный потенциал; составляющие оценки туристско-рекреационного потенциала; туристические ресурсы; свойства туристских ресурсов; назовите основные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность; суть метода SMART; стадии развития туристско-рекреационного комплекса; назовите основные показатели, используемые для системы мониторинга ТРК региона; на какие группы можно подразделить потребителей услуг ТРК региона; бенчмаркетинг; цель бенчмаркинга; имидж территории; назовите факторы формирования имиджа территории; туристический бренд.

Самостоятельная работа №7 « ГОСТ Р 50681-2010
«Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.»

Задание. Ответить письменно на вопросы, используя следующий источник:
http://docs.cntd.ru/document/1200083215

1. Чем отличаются условия работы туроператора с гостиничным предприятия комитмент и элотмент?
2. Кто осуществляет проектирование в сфере туризма?
3. С учетом, каких факторов осуществляется проектирование туристских услуг?
4. Кем утверждается порядок и основные параметры технического задания на проектирование туристского продукта/услуги?
5. Что относиться к техническим требованиям в туристской индустрии?
6. На что направлены технические требования в туристской индустрии?
7. Что относиться к технологическим требованиям в сфере туризма?
8. В чем заключается различие технических и технологических требований?
9. Назовите этапы проектирования туристских услуг
10. Какие факторы учитываются при составлении модели туристской услуги?
11. Перечислите требования к туристским услугам и условиям обслуживания туристов.
12. Что относиться к дополнительным требованиям процесса оказания услуг?
13. Для каких процессов устанавливаются технические и технологические требования?
14. Как осуществляется определение методов контроля качества туруслуги?
15. Кем проводиться анализ разработанных проектов документов на туристские услуги?
16. С какой целью проводиться анализ разработанных проектных документов на туристские услуги?
17. Что является результатом анализа проектных документов на туристские услуги? 18. Каким образом осуществляется утверждение проектных документов на туристские услуги?
19. Что включает в себя проектирование туристских услуг предусматривающее разработку программы обслуживания?
20. Какие дополнительные условия должны быть прописаны при проектировании услуг по организации выездного туризма?
21.Может ли туроператор самостоятельно определять схему сотрудничества с организациями предоставляющими отдельные туруслуги?
22. Какие документы являются результатом проектирования туристских услуг?
23. Какие этапы включает в себя проектирование туристских походов?
24. Какие требования предъявляются к маршрутам повышенной сложности?
25. Что является документальной основой проектирования услуги "туристский поход?
26. Что является результатом проектирования услуги «Туристский поход»?
27. Что предполагает проектирование экскурсионных услуг?
28. Какие документы являются результатом проектирования туристской услуги?

Самостоятельная работа №8 «Проектирование турпродукта»

С использованием двух методов проектирования турпродукта (маркетингового и технологического) составьте тур для разных категорий турпродукта. Категория потребителей определена для каждой группы ниже:

1 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителя: мужчина 40 лет преподаватель университета, биолог, ведёт активный образ жизни, увлекается фотографией, не ищет комфорта, общается избирательно, член регионального общества защиты животных,

вегетарианец, предпочитает путешествовать пешком или экологическими видами транспорта, ведет дорожный дневник и собирает гербарий.

2 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителя: женщина 40 лет менеджер в крупной компании, ведёт активный образ жизни, увлекается фотографией, не ищет комфорта, общается избирательно, предпочитает путешествовать на лошадях, бывалый турист с большим опытом конных походов, хочет увидеть Мультинские озера, посетить Девечьи плесы за один маршрут продолжительностью 12 дней

3 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителя: женщина 30 лет, репортёра крупного издания ведущего колонку «История и культура стан Востока», активной коммуникабельной, любящей сувениры и изделия народных промыслов, предпочитает комфортабельную обстановку, со вкусом подготовленный и убранный номер, неравнодушна к эстетике ландшафта, нуждается в скоростном Интернете. К питанию требовательна, предпочитает здоровую и малокалорийную пищу.

4 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай на подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителей: молодая супружеская пара с двумя детьми 5 лет и 7 лет.

Семья среднего достатка, муж- радиоинженер, жена – банковский служащий. Дети ходят в детский сад со спортивным уклоном. Все члены семьи ведут активный образ жизни, занимаются спортом, любят зрелищные мероприятия и подвижные игры.

Семья предпочитает скромную обстановку и полноценное 3-х разовое питание. Дети любят посещать игровые и анимационные клубы или площадки.

5 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителей: две супружеские пары среднего возраста (45-50 лет), любящих природу, неторопливую сельскую жизнь, охоту, рыбалку, ремёсла (хотят научиться что-то делать своими руками). Пары предпочитают натуральную и свежую пищу, скромный быт, максимально приближенный к сельской жизни, любят ухаживать за растениями, ходить пешком, купаться в реке (озере), общительны, гостеприимны, рады познакомиться с новыми местами.

6 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителей: две молодые супружеские пары (25-30 лет), любящих природу, активный отдых с элементами экстрима. Пары предпочитают натуральную и свежую пищу, скромный быт, максимально приближенный к природе, общительны, гостеприимны, рады познакомиться с новыми местами

7 группа

На основании знакомства с туристским предложением по Республике Алтай подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителей: группа ученных 4-5 человек (разные области история, экономика, биология, медицина), возраст (60-75 лет), любящих природу, историю, любят погулять на природе, не против радиальных пеших выходов. Предпочитают натуральную и свежую пищу. Но жить в палатках не хотят, предпочитают размещение с удобствами.

Задания:

1. Нарисовать потрет вашего потребителя (найти образ (фотографию) в интернете и описать основные характерные черты как личности)

2. Составьте для него 7-дневный тур в соответствии с учетом потребностей туриста, придумайте название тура, отражающее его специфику.

3. Дайте характеристику разработанного тура, используя основные аналитические признаки (задание выполнить в таблице 1)

Таблица 1

Аналитические признаки тура

_____

№	Аналитический признак	Характеристика
1.	Приоритет	
2.	Тип маршрута	
3.	Вид транспорта	
4.	Расстояние до пунктов назначение, в.т.ч. общее	
5.	Время тура	
6.	Сезонность маршрута	
7.	Степень задействованности туристской инфраструктуры	
8.	Целевая аудитория	

4. Составить описание тура в соответствии с маркетинговым подходом
5. Составить описание тура в соответствии с технологическим подходом
6. Сделать презентацию тура

Структура презентации второй части проекта

1-3 слайд Современное состояние туристского рынка в России
4-6 слайд Современная конъюнктура туристского рынка Республики Алтай
5 слайд Портрет потребителя туристского продукта (можно несколько слайдов)
6 слайд . Характеристика разработанного тура.

Таблица 1

Аналитические признаки тура _____

№	Аналитический признак	Характеристика
1.	Приоритет	
2.	Тип маршрута	
3.	Вид транспорта	
4.	Расстояние до пунктов назначение, в.т.ч. общее	

5.	Время тура	
6.	Сезонность маршрута	
7.	Степень задействованности туристской инфраструктуры	
8.	Целевая аудитория	

8 слайд. Цена тура (расчеты на презентацию размещать не нужно, просто написать цену вашу и цену конкурента и устно обосновать вашу цену)
8-11 (можно добавить еще 4 слайда**) слайд** Реклама тура

7.Оформить отчет по второй части проекта.

Структура отчета по второй части проекта:

Раздел 1. Современное состояние туристского рынка в России
Раздел 2. Современная конъюнктура туристского рынка Республики Алтай
Раздел 3. Проект туристского продукта.
3.1. Потрет потребителя туристского продукта.
3.2. Характеристика разработанного тура.

Таблица 1

Аналитические признаки тура _____

№	Аналитический признак	Характеристика
1.	Приоритет	
2.	Тип маршрута	
3.	Вид транспорта	
4.	Расстояние до пунктов назначение, в.т.ч. общее	
5.	Время тура	
6.	Сезонность маршрута	
7.	Степень задействованности туристской инфраструктуры	
8.	Целевая аудитория	

3.3. Описание тура в соответствии с маркетинговым подходом (Приложение 2)
3.4. Описание тура в соответствии с технологическим подходом **(**Приложение 3), сюда включить технологическую карту тура
Раздел 4. Расчет цены тура

Самостоятельная работа №12 «Разработка бизнес-плана»

Задание. Разработать бизнес план по созданию новой турфирмы (направления деятельности определить самостоятельно)

Бизнес-план должен включает следующие разделы:

1) резюме;
2) характеристика предприятия, продукта, услуги;
3) анализ рынка сбыта и основных конкурентов;

4) план маркетинговой деятельности, стратегия маркетинга;
5) производственный план;
6) организационный план;
7) финансовый план;
8) план по рискам, оценка риска и страхование.

Подготовка ко второй промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки ко второй промежуточной аттестации по предмету «Туристско-рекреационное проектирование»

1. Рынок туристских продуктов и услуг: основные понятия, элементов, основы анализа
2. Проектирование туристских и рекреационных продуктов, характеристика основных этапов проектирования
3. Туристское предложение как основа формирования эффективной товарной стратегии туристского предприятия.
4. Цена на туристские продукты и услуги: основные понятия, структура, виды
5. Калькулирование цены туристского продукта
6. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения методики оценки конкурентоспособности туристского продукта
7. Методика формирования дисконтных программ на туристские продукты и услуги
8. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Создание производственно-сбытовой системы туристских продуктов и услуг: основные элементы и система взаимосвязей
9. Проектирование логистических цепей продвижения продуктов и услуг, коэффициент коммерческой звенности в туризме
10. Проектирование эффективной системы управления распределением в туризме. Особенности организации прямых продаж
11. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг. Сайт туристской компании как элемент активизации продаж: особенности проектирования и продвижения

Слова на коллоквиум

Рынок, рыночная сфера, рынок туристских и рекреационных услуг, рыночная конъюнктура, емкость рынка, тур, туристский продукт, турпакет, заказной тур, инклюзив-тур, индивидуальный тур, групповой тур, маркетинговый подход к проектированию тура, технологический подход к проектированию тура, описание тура, продуктовая стратегия, ассортиментная политика, структура ассортимента, цена, структура цены, методы ценообразования, стратегия ценообразования, виды стратегий ценообразования, калькулирование, методы калькулирования, позаказный метод калькулирования, нормативная калькуляция, конкурентоспособность услуги, система скидок, канал сбыта, канал продаж, коммерческая звенность, внешний канал продаж, внутренний канал продаж, сайт туристской компании, сайт-визитка, сайт-промо, информационный сайт, интерент-магазин, корпоративный сайт, интерент-портал, туристское предприятие, туристская фирма, способы изучения клиентов, организационное проектирование, организационная структура, типы организационных структур, формирование хозяйственной стратегии, планирование, инвестиционный план, бизнес-план, долгосрочные планы, среднесрочные планы, стратегическое планирование.

Составители**:** доцент кафедры менеджмента, туризма и экономической теории, к.э.н.: Т. А. Куттубаева, доцент кафедры менеджмента, туризма и экономической теории, к.э.н.: Т.С. Зяблицкая

И.о. заведующего кафедрой
менеджмента, туризма и экономической теории _____ Л.В. Ищук_
подпись

Приложение 1

Образец титульного листа отчета по первой части проекта

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Горно-Алтайский государственный университет»
Экономическо-юридический факультет
Кафедра менеджмента, туризма и экономической теории

Отчет по первой части проекта

Выполнил:
Студент _____гр. ____курса
_____

Проверил:
Зяблицкая Т.С., к.э.н.
_____

Дата защиты отчета
«___»_____200_ г.
Оценка _____

Горно-Алтайск
201__

Приложение 2

Практический пример применения трехуровневого маркетингового подхода для разработки туристского продукта: "Отдых в горах на знаменитом горноклиматическом курорте Красная Поляна на территории Большого Сочи»

Формирование продукта

Этап 1 Продукт по замыслу. Горы, воздух, удивительная природа Западного Кавказа, уникальное горное озеро Кардывач, пешие прогулки, катание на лошадях, сплав по горной реке и многое другое.

Пользы и выгоды для потребителей: вы сможете насладиться красотами предгорий Кавказа, почувствовать кристально чистый горный воздух, подняться на альпийские луга и принять участие в сплаве по бурной горной реке Мзымта, покататься на лошадях, понежиться в самом высокогорном открытом бассейне.

Почувствуйте вкус приключений! Предлагаемый тур — продукт удачного сочетания замечательного оздоровительного отдыха с высоким комфортом 4-звездного отеля «Рэдиссон САС Пик отель».

Программа предназначена для молодоженов (не более 6 мес после бракосочетания)

Суммарная выгода для потребителя: отдых на Родине + отсутствие языкового барьера + удивительная и разнообразная природа Западного Кавказа + близость Черного моря (20 мин. автотранспортом) + сочетание горного и морского отдыха + чистый горный воздух и отличная экология + комфорт отеля 4* + спортивные программы + экстремальные программы + спа-программы + культурные и развлекательные программы + разнообразная кухня (французская, русская, кавказская) + хороший сервис.

Этап 2. Продукт в реальном исполнении.

Программа отдыха в горах

1. Встреча в аэропорту г. Адлер, трансфер в Красную Поляну (по дороге рассказ сопровождающего гида о природе Западного Кавказа).
2. Проживание в уютном стандартном 2-местном номере с видом на горы.
3. Комплимент в номер (вино + фрукты).
4. Суперзавтрак (блюда и закуски на выбор) в ресторане «Иван-да-Ма-рья» с открытой летней террассой, где бродят павлины.
5. Дегустация вин мира в винном погребке «Бахус» со специальной сырной закуской (вина Франции, Грузии, ЮАР, Чили, Кубани)
6. Проводы в аэропорт (по дороге рассказ сопровождающего гида о культуре и обычаях народов Западного Кавказа)

Стоимость программы — 99 у. е. на человека в сутки

Программа действует с 15.07 по 30.09. Скидки предоставляются при предварительном бронировании за 15 сут.

Дополнительное предложение:

• питание в ресторане (шведский стол, свободные и эксклюзивные заказы):

• единственный в России высокогорный подогреваемый открытый бассейн с системой противотока;

• бесплатное пользование обновленным центром здоровья полный день: подогреваемый закрытый бассейн, сауна, турецкий хаммам. тренажерный зал, баскетбольная, волейбольная площадки и поле для мини-футбола;

• бесплатная открытая автостоянка для гостей отеля;

• уникальный спа-центр «Долина Ветров»: более 30 видов оздоровительных процедур, парений и массажей, выбор из 15 видов лечебных чаев и напитков, объединенных в единую систему, позволяющую почувствовать результат уже после первого посещения;

• увлекательные программы спортивного клуба: сплав по горной реке, рыбалка на частных озерах, «Русское сафари» на джипах, конные переходы к альпийским лугам, прогулки к водопадам и горным склонам, горные велосипеды, стрельба из лука.

Этап 3 Продукт с подкреплением

На данном этапе предлагаются три вида поддержки потребителям при покупке продукта «Отдых в горах»

• **информационная** — через веб-сайт «Пик-отепь» — www.peakhotel.ru; информационный портал курорта Сочи — www.sochiru.ru; сайты агентств «Ванд Интернешнл». Москва — www.vandit.ru; «Ривьера Сочи» — www. riviera.ru; «Бюро Ориент» Москва — www.onent.ru; рекламные объявления в туристской и массовой прессе, каталоги, буклеты и другие печатные средства, распространяемые на туристских выставках и ярмарках («Интурмаркет», «МИТТ», «Отдых»; «Отдых и здоровье» и др.).

• **агентская** — через сотрудничество с несколькими агентствами, в частности «Ванд Интернешнл», г Москва; «Ривьера Сочи». г.Сочи; «Бюро Ориент», г. Москва и др. Поддержка производится через предложение посреднических услуг для агентств и частных лиц по приобретению продуктов, заключению договоров, распространению информации о трансферах и приобретению проездных документов, распространению дополнительной справочной информации о курорте Красная Поляна (например, схема трасс и др.);

• **дисконтная** — формирование дисконтных программ для частных потребителей, корпоративных клиентов и агентств.

Скидки частным потребителям:

— бронирование за 10 дней — 5 %;

— бронирование за 30 дней — 10%. Скидки турагентствам —15%.

Скидки корпоративным клиентам — 10%.

Приложение 3

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристской организации

инициалы, фамилия

личная подпись, печать

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ
на _____ 20 __ г.

Маршрут путешествия _____
наименование и вид маршрута

Протяженность маршрута (км) _____

Продолжительность путешествия (суток) _____

Число туристов в группе (рекомендуемое) _____

Стоимость (ориентировочная) _____

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту _____

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов (перечень организаций, осуществляющих помощь в оформлении документов):

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения (перечислить наименования, месторасположение, категорию средства размещения и номеров в соответствии и другие особенности на каждом этапе):

Перевозки осуществляются предприятиями (перечислить наименования предприятий, месторасположение, вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания):

Питание туристов осуществляются предприятиями (перечислить наименования, типы предприятий питания, месторасположение, формы и методы обслуживания туристов):

Экскурсионные услуги (перечислить наименования организаций или индивидуальных предпринимателей, виды экскурсий, тематику экскурсий в каждом пункте по маршруту):

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги (перечислить наименования предприятий, месторасположение, виды услуг на каждом этапе, категорию объектов туристской индустрии:

Подписи руководителей и печати предприятий, обслуживающих маршрут

Краткое описание путешествия (повторяется в информационном листке к туристской путевке):

Приложение Б (рекомендуемое). Примерный перечень дополнительной информации

Приложение Б
(рекомендуемое)

1 Информация о возрастных ограничениях, обслуживании туристов с детьми, семейных маршрутах, ограничениях и рекомендациях для туристов с ограниченными физическими возможностями.

2 Специальная информация для туристских путешествий в соответствии с видом путешествия.

3 Прочая информация и рекомендации.

Примечание - Целесообразно отмечать, что лицам, нуждающимся в лечении и постоянном врачебном наблюдении, путешествовать по туристским маршрутам не рекомендуется