

СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА УРАЛЕ

Е.С. Пищулина

Определена специфика туристической деятельности. Установлены особенности туристической деятельности на Урале, намечены цели работы в туристической сфере, достижение которых даст возможность эффективности развиваться отрасли в целом.

Ключевые слова: особенности туристической деятельности, цели туристической деятельности, туризм, Урал, туризм на Урале.

Туризм на сегодняшний день является показателем развития цивилизации, методом познания окружающей действительности, способом повышения культурного уровня и восстановления здоровья людей.

В России туристский бизнес развивается с преимущественной ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих у нас турфирм предпочитают заниматься направлением своих соотечественников за рубеж, и лишь небольшая их часть работает на привлечение гостей в РФ. Таким образом, денежные средства от туризма уходят за границу. Можно привести такие цифры: если в 1988 году за границу СССР выезжало 4,3 млн чел. (из них по линии туристских организаций около 1 млн), а въезд иностранных граждан составил более 6 млн чел. (из них 2,5 млн туристов), то в 2013 году цифры кардинально изменились – из России выехало 39,3 млн чел. (12,5 млн по линии тур фирм), а въезд иностранных граждан составил 23,3 млн (из них 4,1 млн туристов) [1], [2].

Туризм как отрасль народного хозяйства обладает множеством особенностей. По принятой национальной и международной классификации он разделяется на множество видов, которые в свою очередь делятся на подвиды. Данные классификации указывают на многообразие видов туризма и говорят о том, что каждый из них обладает своей спецификой [3].

Урал во все времена радовал своей красотой. Но долгое время он был закрыт не только от зарубежных туристов, но и от российских. Причина – наличие на Урале закрытых городов. Это также явилось причиной отсутствия развитой инфраструктуры туризма. Но сейчас времена изменились. И Урал

уже может похвастаться курортами такого же уровня, что и зарубежные страны. А в период финансового кризиса и роста цен на топливо, местные туры стали более конкурентоспособными, т.к. стоимость туров сравнялась, а в некоторых случаях зарубежные страны стали намного дороже. Таким образом, наступило благоприятное время для развития внутреннего и регионального туризма в частности.

Туристская деятельность представляет собой ничто иное как особый вид торгово-посреднической операции. В рамках последней, одна сторона – туроператор, являющийся организатором путешествия с субъектом предпринимательской деятельности, группирует в один пакет туристские услуги, такие как транспортное, экскурсионное и медицинское сопровождение, питание и размещение. Причем, большинство из оказываемых туроператором услуг являются для него покупными [3].

Если же брать отдельно туристическую предпринимательскую деятельность на Урале, то здесь можно выделить ряд специфических особенностей, присущих именно этому региону.

Во-первых, благодаря особенностям данного продукта, туристическая деятельность может быть отнесена к определенному виду, т.к. не поддается стандартной классификации.

Во-вторых, большая часть туристических фирм Урала – турагенты. Т.е. они исполняют роль посредников между туроператорами и конечными потребителями туристических услуг. Как следствие – небольшие объемы выручки.

Во-вторых, недостаток собственных финансовых средств. Таким образом, для успешного функционирования деятельности необходимо привлечение заемных средств.

В-третьих, недоступность заемных финансовых средств, т.к. туристическая деятельность относится к рисковому видам деятельности. В связи с этим было приостановлено или полностью прекращено кредитование туристических организаций.

В-четвертых, отсутствие планомерной поддержки со стороны государства.

В-пятых, отсутствие государственной программы по развитию туризма.

В-шестых, развитие предпринимательской деятельности в области туризма сдерживается плохим имиджем Уральского региона (неблагоприятная экологическая обстановка).

В-седьмых, отмена лицензирования туристической деятельности в введении финансовых гарантий.

И наконец, снижение покупательской способности.

Но как уже было сказано ранее, в связи со сложившейся экономической обстановкой в стране, российские туры становятся все более популярными. А на Урале скрыт огромный потенциал. Здесь расположено большое количество различного рода достопримечательностей: памятники архитектуры,

Всемирного наследия ЮНЕСКО, горнолыжные центры, памятники истории, национальные парки, санатории и здравницы.

У любой предпринимательской деятельности есть свои цели и туристическая деятельность не является исключением.

Цели турбизнес можно условно разделить на 2 группы:

1. Общественно значимые, т.е. те цели, посредством достижения которых будут удовлетворяться потребности и желания общества в целом.

К общественно значимым целям в области туристического бизнеса можно отнести:

- а) удовлетворение запросов общества в данном виде услуг;
- б) обеспечение занятости населения и, соответственно, его благосостояния.

2) Частнособственнические – цели, удовлетворяющие нужды самого предприятия.

Частнособственнические цели:

- 1) получение дивидендов;
- 2) наращивание собственного капитала фирмы;
- 3) стабилизация финансового состояния фирмы за счет осуществления маркетинговых мероприятий;

4) исследование и прогнозирование текущих и перспективных потребностей клиентов для выработки основных направлений деятельности;

5) повышение конкурентоспособности туристского продукта и услуг на рынках въездного и выездного туризма;

б) комплексное воздействие на клиентов фирмы на всех этапах туристского обслуживания.

Таким образом, как мы видим, для успешной и эффективной предпринимательской деятельности в турбизнесе необходимо учесть сложившиеся особенности и достигнуть поставленных целей.

Библиографический список

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму министерства культуры Российской Федерации. – URL: <http://www.russiatourism.ru/>.

2. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru/>.

3. Гуляев, В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 336 с.

[К содержанию](#)