

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/395785>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм (другое)

Содержание

Введение 3

1. Теоретические аспекты туристического рынка 5

1.1 Понятие туристического рынка 5

1.2 Механизм функционирования туристического рынка 7

1.3 Методы изучения и прогнозирования туристского спроса 9

2. Исследование туристического рынка РФ 11

2.1 Анализ развития российского рынка туристских услуг 11

2.2 Характеристика основных проблем развития туристского рынка 23

2.3 Прогноз ключевых тенденций развития туристского спроса 28

Заключение 33

Список использованной литературы 35

Рынок - это сложная система взаимодействия между производителями и потребителями, которая осуществляется через продажу товаров, предоставление услуг и установление товарно-денежных отношений. Включает в себя все необходимые методы, инструменты, правовые нормы и структуры для эффективного функционирования таких отношений. Основные условия успешной работы рынка - это свободная конкуренция между производителями, равные правила качества и безопасности продукции и услуг для всех участников, а также свободный выбор потребителями [1].

Под рынком услуг понимается система взаимоотношений между продавцами и покупателями, осуществляемая на основе экономической свободы. Туристический рынок отличается от других рынков по двум причинам: во-первых, услуга не существует до ее предоставления, что делает сравнение и оценку услуг невозможными до их получения; во-вторых, услуги характеризуются высокой степенью неопределенности, что усложняет их продвижение на рынок для продавцов и создает невыгодное положение для клиентов [12].

Туристический рынок в широком смысле представляет собой сферу купли-продажи туристического продукта, включая туры, отдельные услуги и товары для туристов. Эти сделки могут осуществляться не только в одном месте, но и посредством различных коммуникационных средств, таких как телекс, телеграмма, факс, телефонный звонок или чек. Туристический рынок не ограничивается конкретным географическим местом.

Туристический рынок представляет собой область общественно-экономических отношений между производителями и потребителями туристического продукта. Он объединяет спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи. Субъектами туристического рынка являются потребители (туристы), производители (турпредприятия) и правительство, которое регулирует туристический рынок в соответствии с государственной политикой.

Основными услугами, предлагаемыми нашим предприятием, являются транспортные услуги, а также услуги по организации питания и проживания для туристов. Кроме того, мы также предоставляем дополнительные услуги, включающие услуги лечения, спорта, развлечений и другие. Некоторые специфические услуги предоставляются нами в качестве посредников, такие как заказ билетов на транспорт или предоставление гидов-переводчиков [19].

Возможности для предложения большинства туристических услуг имеют свои особенности, которые отличают их от продажи товаров. Они не требуют обработки и хранения на складах, оказываются в различных территориальных и климатических условиях и включают специфические условия потребления. Одна сторона туристического рынка - это поставщики туристических услуг, такие как перевозчики, предприятия по размещению, питанию, индустрия развлечений, экскурсионные бюро, музеи, парки и т. д. Главная задача этих поставщиков - предоставить качественные услуги, развивать бизнес и сделать услуги

максимально привлекательными для туристов. Они заинтересованы в стабильном потоке туристов, но сильно зависят от сезонности туристических потоков [10].

Клиенты, являющиеся участниками этого обмена, представляют другую сторону туристического бизнеса. Они - те, ради кого существует вся сфера туризма. Туристы заинтересованы в получении качественных услуг и составлении программы путешествия, которая позволит включить максимальное количество услуг и возможностей для отдыха в рамках короткой поездки, и при этом все это по лучшей цене. Для организации взаимосвязей между поставщиками услуг и туристами и для организации путешествий на туристическом рынке существует большое количество посредников, таких как туроператоры и турагенты, специализирующиеся на организации путешествий и продаже туристических пакетов. Все участники туристического рынка связаны между собой сложной системой взаимосвязей, включая экономические и правовые аспекты. Модель функционирования современного туристического рынка можно представить в виде схемы.

Для эффективного функционирования туристического рынка необходима соответствующая инфраструктура. Инфраструктура туристического рынка включает гостиницы и другие средства размещения туристов, предприятия общественного питания, транспортные компании, объекты развлечения и отдыха, а также организации, предоставляющие услуги гидов-переводчиков и выполняющие формальности при пересечении границ между государствами [3].

1.2 Механизм функционирования туристического рынка

Механизм функционирования туристического рынка - это система действия экономических рычагов для уравнивания спроса и предложения на туристский продукт, для обмена «деньги - туристский продукт», для денежных потоков и потоков туристского продукта [15].

Спрос на туристические услуги обусловлен определенными предварительными условиями со стороны заявителей (туристов). Люди с туристическими потребностями и желанием путешествовать; люди с высокой покупательной способностью, спрос на которые направлен на самые престижные туры, оригинальные поездки, высокий уровень туристического обслуживания (комфорт, особое внимание обслуживающего персонала, предоставление индивидуального гида-переводчика и транспортных средств и т. д.); Люди с покупательским поведением. Турист - это покупатель туристических услуг. Его покупательское поведение определяется всеми естественными, психологическими, социальными и другими причинами, которые заставляют его определенным образом реагировать на рекламу. Это очень важный фактор для эффективного функционирования туристического

Список использованной литературы:

1. Александрова А. Ю. Мода и туризм в меняющемся мире // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2021 - № 3 - С. 31-42.
2. Ахремчик Д.В. Туристическая отрасль в новых экономических условиях – поиск новых возможностей и направлений // Экономика, предпринимательство и право. - 2022. – Том 12. – № 6. – С. 1781-1790.
3. Боголюбов В. С. Туризм как большая социально-экономическая система региона: управление развитием. - СПб.: СПбГИЭУ, 2020 - 230 с.
4. Газмагамаев М.М. Доступный туризм – «туризм для всех» // Вестник Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. – 2022. – № 4(28). – С. 71-75.
5. Ермаченкова, О. А. Маркетинговые исследования в туризме // Молодой ученый. — 2020. — № 4 (63). — С. 513-515.
6. Заруцкая В.С. Развитие туристического рынка России: проблемы и потенциал // Теоретическая и прикладная экономика. - 2021. - № 1. - С. 23-29
7. Зубакова Н. Н. Туристско-рекреационный потенциал как ключевой фактор развития региона // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2019 - № 4 - С. 42
8. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2019. – 275 с.
9. Короткова, А.П. Теоретические основы управления спросом в туризме // NovalInfo - 2022. — № 85 — С. 137-140
10. Котова, А. Н. Причины падения спроса на туристические услуги и перспективы развития отрасли внутреннего туризма в России // Молодой ученый. — 2023. — № 4 (451). — С. 430-432.
11. Кравченко Е. В. Тенденции развития российского туризма: деловой туризм // Актуальные вопросы

менеджмента. - 2020 - № 9 - С. 12-15.

12.Лазарев А. Н. Проблема повышения безопасности туристических услуг // Сервис в России и за рубежом. - 2022 - № 8 (46). - С. 89-97.

13.Морозова Н.Н. Формирование институциональной инфраструктуры туристского рынка // Сервис plus. — 2020. — 3. — С. 44-49.

14. Сутягин А.В. Новые правила оказания туристических услуг- М.: Росбух, 2020. - 279 с.

15.Сушко, Ю. Е. Проблемы развития туристической отрасли // Молодой ученый. — 2022. — № 21 (155). — С. 255-258.

16.Харламова И.Ю. Анализ инфраструктуры рынка внутреннего туризма России // Международный научно-исследовательский журнал. — 2022. — №12 (126). - С. 112-118

17.Шатько Е.А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Молодой ученый. — 2022. — №7 (245). — С. 65-67.

18.Шевыров П.В. Оценка и прогноз влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2021. — №1. — С. 239-247.

19.Шторгин А.Б. Основы управления туристическими ресурсами // Вестник Московского университета. — 2020. — №4. — С. 133-134.

20. Динамика спроса на туристические услуги в России. — URL:
https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2023.pdf

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/395785>