

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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/121694>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИЗМА 4

1.1 Экономический механизм функционирования туризма в современных условиях 4

1.2 Туризм как социально-экономическая система 6

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ ТУРИЗМА 11

2.1 Туристические услуги в системе экономических отношений общества 11

2.2 Предпринимательская деятельность туристских организаций 18

ГЛАВА 3. РЫНОК ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И МЕТОДЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ 28

3.1 Поведение туристического рынка в условиях кризиса 28

3.2 Факторы, вызывающие потребность в туризме и влияющие на его развитие 31

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 38

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 40

ВВЕДЕНИЕ

Социально-экономические потребности определяются соответствием уровней производительных сил и производственных отношений. Социально-экономические потребности туризма как экономической категории представляют собой отношения между субъектами туристического рынка и их поведением, выражая возможность и необходимость назначать и воспроизводить сформированный и возникающий тур определенного качества и ряда социально необходимых затрат на оплату труда для поддержания их средств к существованию, это определяет актуальность выбранной темы

Цель данной работы изучить социально-экономические потребности туристских организаций.

В соответствии с поставленной целью выявлены следующие задачи исследования:

Изучить теоретические аспекты экономической составляющей туризма;

Проанализировать социально- экономическую природу туризма;

Изучить рынок туристических услуг и методы его совершенствования.

Объектом исследования выступает изучение экономического аспекта составляющей туризма, а предметом анализ социально-экономической природы туризма.

Основными методами исследования, использованными в данной работе, были монографический метод (анализ научной и учебной литературы), метод анализа (анализ и обобщение данных СМИ и официальных отчетов),

Теоретической и методологической основой для написания работы стали труды отечественных экономистов, туроператоров, материалы из научных журналов, интернет.

Структурно работа представлена введением, тремя главами, заключением и списком использованной литературы

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИЗМА

1.1 Экономический механизм функционирования туризма в современных условиях

Механизм действия субъектов туристической индустрии представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, выполнение или грамотное использование которых позволяет предпринимателю выполнять свои функции в соответствии с публичной миссией и достигать своих целей. Ключевые элементы этого механизма включают в себя:

Источники финансирования для бизнеса;

Собственность и потенциал персонала;

Производственный цикл;

□ Результаты деятельности.

Методы распределения прибыли или возмещения убытков. Любой коммерческий субъект в системе туризма (индивидуальный предприниматель или организация), который намеревается заниматься предпринимательской деятельностью, прежде всего должен определить, в какой сфере он будет работать, какой тип туристических продуктов производить, какие виды услуг предоставлять.

Затем предприниматель начинает маркетинг. Чтобы определить потребность в туристических продуктах и услугах, свяжитесь с потенциальными потребителями (туристами, оптовыми и розничными продавцами). Формальным заключением переговоров может быть договор, заключенный между предпринимателем и будущим покупателем товара или услуги. Этот контракт минимизирует бизнес-риски. В противном случае предприниматель начинает туристический бизнес с устного соглашения. В современных экономических условиях надежность устного соглашения низка, а риск значительно высок. [27, с.115]

Следующим этапом предпринимательства является приобретение или аренда производственных факторов. Производственные факторы включают производство товаров, труда и информации.

Производственная деятельность является собственностью туристической организации, которая может принадлежать ей на основе владения, оперативного управления или полного экономического управления.

Источники, принадлежащие туристической организации:

- Взносы в денежной форме и материалы от учредителей;
- Доход от продажи туристических продуктов и услуг;
- Ценные бумаги и доходы от ценных бумаг;
- Капитальные вложения и бюджетные субсидии различного уровня;
- Бесплатные и благотворительные взносы;
- Пожертвования от физических и юридических лиц;
- Другие источники, не запрещенные законом. [16, с.54]

Каждая туристическая организация пытается получить необходимые ресурсы для начала и дальнейшего ведения бизнеса, используя свои собственные источники финансирования. Если собственных средств недостаточно, туристическая организация обращается к коммерческому банку или другому держателю свободных денег для получения кредита. Однако в этом случае туристическая организация должна будет вернуть кредитору сумму, полученную в кредит, помимо процентов за пользование кредитом. Денежные субсидии могут предоставляться туристической организации, особенно начинающим, государственными органами на конкурсной основе.

Ресурсы (факторы производства), приобретенные в различных условиях, позволяют туристической организации начать процесс производства продуктов и услуг. Организация потребляет ресурсы определенного типа, чтобы получить продукт в результате производственного процесса и, следовательно, поступает от его продажи.

Разница между выручкой и затратами - это прибыль туристической организации. Различают валовую (балансовую) прибыль и остаточную (чистую) прибыль. Валовая прибыль - это сумма денег, которая остается в организации после возмещения затрат на производство и реализацию продукции и услуг, но до вычета налогов. Остаточная прибыль определяется путем вычитания суммы налогов и штрафов из валовой прибыли и представляет собой конечный результат деятельности туристической организации. Общая финансовая оценка деятельности туристической организации определяется показателем «прибыльности», определяемым как соотношение между остаточной прибылью и общими производственными затратами.

1.2 Туризм как социально-экономическая система

Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект исследования, который позволяет, с одной стороны, отождествлять его структуру с различными внутренними связями, а с другой - определять характер взаимодействия с внешней средой.

В соответствии с определением, разработанным Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма, туризм как социально-экономическая система представляет собой совокупность отношений, взаимоотношений и явлений, возникающих при перемещении и пребывании людей в местах, отличных от места их постоянного проживания и не связанные с их трудовой деятельностью. [22, с.98]

Система туризма, по словам швейцарского исследователя К. Каспара, основана на двух подсистемах:

- Туристический объект, например, турист - потребитель туристических услуг со всем разнообразием его потребностей и причин поведения;
- Туристический объект, состоящий из трех элементов: туристический регион, туристический бизнес и

туристические организации.

Таким образом, туристический субъект предназначен для туриста, который ищет возможности для удовлетворения своих потребностей путем получения конкретных туристических услуг. Они предоставляются ему в определенном месте или регионе, что является целью его поездки. Существует два подхода к понятию «туристический регион». В первом случае он характеризуется как географическая территория, которая имеет определенные границы, в другом - как географическая территория, которая имеет определенную привлекательность для туристов (в этом случае привлекательность выходит на первый план, концепция которой варьируется в зависимости от конкретной группы туристов). Поэтому туристы с совершенно разными целями путешествия могут жить на одной ограниченной территории (например, в отеле). Одни больше привлекают море и пляжи, другие - исторические места и музеи, другие - активный отдых и развлечения.

Следует иметь в виду, что не все территории можно отнести к туристическому региону. Чтобы называться таковым, он должен отвечать следующим основным требованиям:

- Иметь объекты туристического интереса (памятники истории и культуры, музеи, флора, фауна и т. д.);
- Предоставлять услуги, необходимые для удовлетворения потребностей туристов (и обеспечивать качество, которого ожидает клиент).

Эти услуги в основном включают доставку (транспортировку) в регион и обратно, предоставление условий проживания, питания, досуга с соответствующим уровнем обслуживания. [4, с.93]

Поэтому туристический регион - это территория, которая имеет объекты туристического интереса и предлагает ряд услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов.

1. Волкова О.И. Экономика бизнеса: учебник. О.И. Волкова О.Ф. Девяткина. - М.: Инфа - М, 2016. -- 601 с.
2. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурных услугах и туризме: учебник для студентов. - М.: Издательский центр "Академия", 2015. - 288 с.
3. Барзыкин Ю.А. Актуальные вопросы государственной политики Российской Федерации в сфере туризма. Туризм: право и экономика - 2015. - № 4. - С. 3-20.
4. Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма: учебное пособие. Е.Л. Драчева Ю.В. Забаев Д.К. Исмаев и др. - М.: Кнорус, 2015. -576 с.
5. Пилипенко Г.П. Развитие туристического сектора в России в современных условиях. Туризм: право и экономика - 2015. - № 3. - С. 11-15
6. Мескон М. Основы менеджмента: учебник для вузов. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М.: Бизнес, 2017. -- 704 с.
7. Барзыкин Ю.А. Целевые программы как инструмент развития туризма в России. Туризм: право и экономика - 2015. - № 3. - С. 9-12.
8. Косопалов А.Б. Практикум по организации и управлению туризмом и гостиничным бизнесом: учебник. пособие. - М.: Кнорус, 2015. -- 208 с.
9. Простаков И.А. Государство и туризм. Туризм: практика, перспективные проблемы. - 2019. - № 5. - с. 42-44.
10. Складенко В.К., Прудников В.М. Экономика бизнеса: учебник. - М.: Инфа - М, 2016 - 528 с.
11. Скороходов А.В. Международный туризм: учебник. пособие. - М.: Инфа - М, 2015. -321 с.
12. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие. - А.Д. Чудновский, Жукова, В.С. Сенин. - М.: Кнорус, 2015. -- 448 с.
13. Чудновский, А.Д. Менеджмент в сфере туризма и гостиничного сектора: учебник. пособие. - М.: Кнорус, 2016. -- 320 с.
14. Фонарев Г.А. Организационный менеджмент: учебник. пособие. - М.: Феникс, 2017. -- 420 с.
15. Грузинов В., Грибов В. Формы и методы предпринимательства для организации предпринимательской деятельности. Экономика бизнеса. - М., 2016.
16. Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. Учебник - М.: Нелидж, 2016. с.5.
17. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе [Электронный ресурс] // Все о туризме: [сайт]. - URL: http://tourlib.net/books_tourism/jukova13.htm
18. Новиков В. Инновации в туризме [Электронный ресурс] // Бизнес-класс: [сайт]. - URL: <http://www.classs.ru/library/node/3422>
19. Обзор российского рынка туристических услуг [Электронный ресурс] // Информационный портал межрегионального делового сотрудничества : [сайт]. - URL: <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-9665.html>

20. Ополченев И.И. Маркетинг в туризме. Обеспечение рыночной позиции. - М.: Феникс, 2017.
21. Свиридов Д. Общие принципы маркетингового анализа рынка туристских услуг [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга: [сайт]. - URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a53.htm>
22. Ситуация на рынке туристических услуг [Электронный ресурс] // Рекомендации по выбору ведущих компаний Санкт-Петербурга: [сайт]. - URL: <http://www.rekomendazia.ru/putesh.htm>

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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/121694>