

Заключение

Туристский бизнес - это производственная деятельность, результатом которой является совокупность товаров разного вида (длительного и краткосрочного пользования) и услуг (транспорт, размещение, питание, развлечения и т.д.), которые представляются временным посетителям стран, регионов, городов, курортов, достопримечательных мест.

Туризм постоянно развивается несмотря на различные препятствия политического, экономического и социального характера. Туристский бизнес во многих случаях является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении современных передовых технологий, непрерывно изменяет формы и способы предложения и предоставления услуг, открывает и осваивает новые возможности.

На развитие туризма влияют технологические уклады экономики, социальное и культурное состояние общества, новые знания, приобретаемые людьми. В наше время туризм превратился в ведущую экономическую отрасль, он прямо или косвенно связан со многими отраслями производства. И не только связан, но и активно влияет на их развитие, причем это влияние приносит экономическую выгоду, намного превышающую прямые доходы от туризма.

Туризм является и социальным явлением, поскольку отражает улучшение качества жизни людей, их стремление к познанию исторического и культурного наследия стран и народов, сохранению окружающей среды. В туризме ежедневно внедряются инновации самого разнообразного толка под влиянием как научно-технического прогресса, так и интеллектуального развития человечества.

Инновации в сфере туризма иногда возникают совершенно неожиданно и даже непредсказуемо под влиянием событий в обществе. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес.

Выводы: Что мешает развиваться въездному туризму в России?

1. Нет яркого бренда. Есть некое расплывчатое представление о стране: баня, водка, гармонь, контртеррористические операции, медведи на улицах. В Европе Россия ассоциируется с отдельно взятыми "объектами", которые сформировались еще в царские времена и в эпоху Советского Союза: Санкт-Петербург, Москва, Золотое кольцо, Транссиб, Байкал и Камчатка. Вся остальная Россия - белое пятно. А раз нет запоминающегося бренда, то нет и маркетинга.
2. Нет четкой государственной политики в сфере туризма. Ни в одном из направлений туризма мы не являемся признанными лидерами или уникальными представителями. Везде нас опережают те страны, где есть четкая госполитика в этой сфере.
3. В России дорого отдыхать. Экскурсионный, активный, оздоровительный туризм обойдется дороже, чем в тех странах, которые являются лидерами в этих направлениях и предлагают более качественный продукт.
4. Высокие тарифы на авиаперелеты в Россию и внутри страны.
5. Сложности с оформлением виз, пропусков и прочие формальности. Особенно это касается территорий регламентированного пребывания иностранцев.
6. Наши туристические компании составляют непонятные программы пребывания, поздно публикуют даты, российские операторы не могут работать на полтора-два года вперед, что мешает иностранным фирмам, которые делают планирование на три года.
7. Неуверенность в безопасности. Британским гражданам не оформляют страховки, если они едут на Эльбрус. Им предлагают отправляться в !!!!! на свой страх и риск. Однако подобные стереотипы бьют не только по имиджу Северного Кавказа, но и по имиджу всей страны. И никто не работает над тем, чтобы их развеять.
8. Низкий профессионализм персонала: от менеджеров до гидов. Наши компании не понимают, что евреям нужна кошерная пища, а французы всегда просят поставить минеральную воду к ужину.

9. У нас очень большая страна. И это единственная объективная причина. Иностранцы не понимают, что посмотреть в Якутии Оймякон, Тикси, Музей мамонта и в Мирном кимберлитовую трубку невозможно за пять дней, потому что расстояние между ними измеряются тысячами километров. Сложно в рамках одного тура посетить несколько регионов из-за их отдаленности.
10. Отношение к туристам. До сих пор в некоторых регионах слово "турист" носит негативный, иронический подтекст.