

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»
(ГБОУВОРК «КУКИИТ»)
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кафедра туризма

УТВЕРЖДЕНО

на заседании учебно-
методического совета
от «28» августа 2018 г.,
протокол № 1

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б.06 ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ В
ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

по направлению подготовки
43.04.02 Туризм

**Название магистерской программы -
Технология организации международного и внутреннего туризма**

**Квалификация выпускника
«Магистр»**

**Нормативный срок освоения
основной профессиональной образовательной программы 2 года/2 года 6 месяцев**

**Форма обучения
(очная, заочная)**

Симферополь, 2018

Методические рекомендации магистрантам по подготовке к практическим занятиям

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у магистрантов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психолого-педагогических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи практического занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Описываются сценарии тренингов, деловых игр, темы «мозговых штурмов», задачи, для решения на практическом занятии, список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к практическому занятию. Подготовка магистрантов к практическим занятиям включает:

- заблаговременное ознакомление с планом практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанню преподавателя;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к практическому занятию.

Приступая к изучению новой учебной дисциплины, магистранты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке университета, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение магистрантами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, магистрантам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с сетью Интернет.

При подготовке к практическим занятиям магистранты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Магистрант должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

Магистрантам рекомендуется самостоятельно выполнять доклады, индивидуальные письменные задания и упражнения, предлагаемые при подготовке к практическим занятиям. Работа, связанная с решением этих задач и упражнений, представляет собой вид интеллектуальной практической деятельности. Она способствует выработке умения и привычки делать что-либо правильно, а также закреплению навыков и знаний по проблеме.

Доклад - это вид самостоятельной работы магистрантов, заключающийся в разработке магистрантами темы на основе изучения литературы и развернутом публичном сообщении по данной проблеме.

Отличительными признаками доклада являются:

- передача в устной форме информации;

- публичный характер выступления;
- стилевая однородность доклада;
- четкие формулировки и сотрудничество докладчика и аудитории;
- умение в сжатой форме изложить ключевые положения исследуемого вопроса и сделать выводы.

При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, магистрант должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенno следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Такая работа, в процессе которой магистрантам приходится сравнивать, сопоставлять, выявлять логические связи и отношения, применять методы анализа и синтеза, позволит успешно в дальнейшем подготовиться к экзамену и тестированию. Тестирование ориентировано в целом на проверку блоков проблем, способствует систематизации изученного материала, проверке качества его усвоения.

Старайтесь быть активным участником практических занятий: стремитесь анализировать тексты, сильные и слабые стороны концепций, аргументируйте свою точку зрения по спорной проблеме, учитесь, вести этически выдержанную дискуссию, - все это пригодится не только в учебном процессе, но и в реальной жизни.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.

ТЕМА № 2. ВЕРИФИКАЦИЯ ПРОГНОЗОВ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЛАНОВ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить критерии оценки прогнозных результатов; верификацию и качество прогноза. Основной формой проведения практических занятий является решение практических заданий и разбор конкретных ситуаций.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

1. Критерии оценки прогнозных результатов.
2. Верификация и качество прогноза.
3. Оценка качества прогнозных и плановых методов

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Провести верификацию прогноза развития туризма в Российской Федерации, сделанного методом экспертных оценок в задании к практической работе:

на основе теоретических знаний о методе экспертных оценок разработать анкету для составления долгосрочного прогноза развития туризма в Российской Федерации группой экспертов. При необходимости разделить экспертов на отдельные группы (работники органов государственного управления туризмом, специалисты-разработчики турпродукта, менеджеры по продаже туров, представители предприятий индустрии туризма – отелей, ресторанов и т.д., экскурсоводы и сопровождающие и др.) и внести в анкеты специализированные вопросы для отдельных групп экспертов.

- Задание выполняется группой магистрантов методом мозгового штурма.
- Выбрать экспертов и провести их анкетирование.
- Сделать прогноз развития туризма в регионе методом экспертных оценок.
- По результатам выполнения задания подготовить презентацию и аналитический доклад.
- Предложить конкретные методы для составления прогноза развития туризма для муниципального образования региона и обосновать свой выбор.

Задание выполняется индивидуально каждым магистрантом, муниципальное образование выбирается по согласованию с преподавателем.

2. По результатам выполнения задания подготовить аналитический доклад.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме:

1. Подсистема планирования входит в систему:

- а) организации производства
- б) ценообразования
- в) управления предприятием
- г) интенсификации производства

2. Какие характеристики присущи прогнозу?

- а) имеет вариантное содержание;
- б) субъективное представление о будущем;
- г) научное обоснование предпосылок для принятия управленческих решений;
- д) однозначное решение;
- е) практическое осуществление управленческих решений.

3. Прогнозирование представляет собой:

- А) обоснование принятия и практической реализации управленческой деятельности;
- Б) вид управленческой деятельности;
- В) процесс разработки вероятностного научно обоснованного суждения о будущем развитии явления
- Г) элемент стратегического планирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.

ТЕМА № 3. ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить принципы прогнозирования; виды управленческих прогнозов.

Основной формой проведения практических занятий является решение практических заданий и разбор конкретных ситуаций.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

- 1. Принципы прогнозирования.
- 2. Виды управленческих прогнозов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Используя доклад Всемирной туристской организации «Туризм до 2020 года» <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> провести анализ развития международного туризма с 1950 по 2020 гг.

- 2. Оформить задание в виде презентации.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме:

3. Подсистема планирования входит в систему:

- а) организации производства
- б) ценообразования
- в) управления предприятием
- г) интенсификации производства

2. Какие характеристики присущи прогнозу?

- а) имеет вариантное содержание;
- б) субъективное представление о будущем;
- г) научное обоснование предпосылок для принятия управленческих решений;
- д) однозначное решение;
- е) практическое осуществление управленческих решений.

3. Прогнозирование представляет собой:

- А) обоснование принятия и практической реализации управленческой деятельности;

- Б) вид управленческой деятельности;

- В) процесс разработки вероятностного научно обоснованного суждения о будущем развитии явления
Г) элемент стратегического планирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3.

ТЕМА № 4. ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ВИДЫ, ФУНКЦИИ, МЕТОДЫ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить принципы прогнозирования; виды управленческих прогнозов.

Основной формой проведения практических занятий является решение практических заданий и разбор конкретных ситуаций.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

1. Принципы планирования.
2. Виды управленческого планирования.
3. Этапы процесса планирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. На основе полученных теоретических знаний и знаний, полученных при изучении предыдущих тем:

1.1. проанализировать возможные источники информации для составления прогноза развития туризма в регионе и выбрать наиболее оптимальный состав источников первичной и вторичной информации;

1.2. проанализировать возможные источники информации для составления прогноза развития предприятия турииндустрии и выбрать наиболее оптимальный состав источников первичной и вторичной информации (конкретное предприятие определяется совместно с преподавателем).

2. Определить наиболее оптимальные методы получения первичной и вторичной информации для составления прогноза:

- 2.1. развития туризма в регионе;
- 2.2. развития предприятия турииндустрии.

3. По результатам выполнения работы сделать аналитический доклад.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест

Установите соответствие

МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	НЕДОСТАТОК ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ
1. комиссий	A) зависимость экспертной оценки от способности эксперта экспромтом давать заключения по исследуемым проблемам
2. интервью	B) как правило, происходит спор двух-трех наиболее

	авторитетных специалистов, мнение же других экспертов игнорируются
3. исторической аналогии	В) однокритериальность
	Г) сложность в различии истинной аналогии от случайной

Оптимизационные модели - это модели:

1. позволяющие просчитать траектории развития объекта прогнозирования по нескольким критериям одновременно;
2. представляющие собой систему регрессионных уравнений, связывающих величины входных и выходных переменных;
3. состоящие из целевой функции и ограничений в форме уравнения и неравенств;
4. базирующиеся на имитации экономических процессов;
5. которые, учитывая результат прогноза, сделанного на предыдущем шаге и различную информационную ценность членов динамического ряда, способны оперативно реагировать на изменяющиеся условия и на этой основе дать на ближайшую перспективу более точные прогнозы

Выделите недостатки структурного моделирования:

- А) многовариантные расчёты;
- Б) позволяют исследовать комплексное воздействие различных факторов на развитие объекта;
- В) более пригодно для прогнозирования уже устоявшихся процессов, развитие которых носит циклический характер;
- Г) высокая стоимость работ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

ТЕМА № 6 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНОВ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить теоретические основы бизнес-планирования в сфере услуг (туризме, гостиничном хозяйстве, ресторанном бизнесе); рассмотреть существующие методики создания бизнес-планов; научиться разрабатывать структуру бизнес-плана, в полной мере соответствующего его целям; научиться выделять наиболее значимую информацию отдельных разделов бизнес-плана.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

1. Цели и задачи создания бизнес-планов.
2. Этапы разработки и структура бизнес-плана.
3. Содержание бизнес-плана.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Практическое задание выполняется индивидуально в течение двух практических занятий, темы создания бизнес-планов согласовываются с преподавателем. Практическое задание состоит из нескольких этапов, которые позволяют:

- последовательно изучить теоретический материал по бизнес-планированию;
- приобрести навыки по анализу методик, с вязанных с составлением бизнес-планов;
- подготовить проект структуры бизнес-плана предприятия сферы услуг;

-составить резюме бизнес-плана.

Отчет о выполнении практического задания необходимо представить на листах формата А 4 в печатной форме, либо написанный от руки.

Титульный лист задания оформляется в соответствии со всеми предъявляемыми требованиями. Он содержит четко сформулированную цель создания бизнес-плана. В работе должен быть представлен перечень разделов проектируемого бизнес-плана. Следует внести пояснения к разделам, включаемым в бизнес-план (дается характеристика информации, которая будет содержаться в отдельных разделах бизнес-плана, перечень необходимых документов, таблиц, рисунков, показателей, а также формул для расчетов).

Завершает работу текст резюме бизнес-плана (1-2 стр.).

Содержание отчета:

1. Титульный лист.
2. Структура бизнес-плана (перечень включаемых разделов).
3. Содержание разделов бизнес-плана (только перечень необходимой в документе информации).
4. Резюме бизнес-плана

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Задания:

1. Для оценки качества прогноза принято использовать следующие характеристики (выберите нужные)

Точность, ошибка прогноза, надёжность, законченность, безмерность.

2. Продолжите фразу: Разработка материальных балансов начинается с

3. Установите правильную последовательность среди категорий по уровню уточнения информации

Гипотеза, мероприятие, план, прогноз

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5

ТЕМА № 7 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОГНОЗИРОВАНИИ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить программные продукты для прогнозирования туристской деятельности.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

1. Программные продукты для разработки бизнес-планов “Comfar 3 Expert”, “ProjectExpert”, “Альт-Инвест”.
2. Программные продукты для прогнозирования туристской деятельности “Statgraphics Senturion”, “Forecast Expert”.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Подготовьте доклад на тему:

1. Программные продукты для разработки бизнес-планов “Comfar 3 Expert”, “ProjectExpert”, “Альт-Инвест”.

2. Программные продукты для прогнозирования туристской деятельности “StatgraphicsSenturion”, “ForecastExpert”.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Задания:

1. Для оценки качества прогноза принято использовать следующие характеристики (выберите нужные)

Точность, ошибка прогноза, надёжность, законченность, безмерность.

2. Продолжите фразу: Разработка материальных балансов начинается с

3. Установите правильную последовательность среди категорий по уровню уточнения информации

Гипотеза, мероприятие, план, прогноз

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

ТЕМА № 8 РЕГИОНАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Цель занятия: закрепление полученных в ходе лекций теоретических знаний и самостоятельное изучение магистрантами специальной литературы по рассмотренным вопросам. Изучить особенности планирования туризма как комплексной системы.

Время: 1.5 часа.

План занятия:

1. Особенности планирования туризма как комплексной системы.
2. Планирование устойчивого развития туризма.
3. Финансирование развития туризма: потребности, источники.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Провести сравнительный анализ трех-четырех региональных программ развития туризма с точки зрения их структуры и содержания. Правительством России была утверждена Государственная программа «Развитие культуры и туризма (2013—2020 гг.)», и в ее рамках продолжает реализовываться Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2020 гг.)», принятая Постановлением Правительства РФ от 02.08. 2011 № 644. Данная программа включает подпрограммы «Наследие», «Искусство», «Туризм».

Объектом сравнения должны служить:

- структура программы;
- процесс ее утверждения;
- постановка целей, задач программы и адекватность включенных в нее мероприятий по их реализации;
- соответствие региональной программы реализуемым в настоящее время федеральным программам в области туризма;
- процесс мониторинга реализации программы развития;
- показатели эффективности реализации мероприятий и программы в целом.

2. На основе проведенного анализа разработать методические рекомендации по разработке региональных программ развития туризма.

3. Провести анализ Федеральных программ развития туризма в РФ, принятых и реализуемых за последние 20 лет.

Объектом сравнения должны служить:

- цели и задачи, их адекватность и реальность выполнения;

- зависимость поставленных целей и задач от существующей в то время экономической ситуации и общего уровня развития туризма в стране;
- степень выполнения запланированных мероприятий;
- степень решения поставленных целей и задач;
- преемственность программ развития.

4. По результатам выполнения задания подготовить аналитический доклад.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме:

К достоинствам структурных моделей относят:

1. Возможность получения многовариантных прогнозов на базе ЭВМ;
2. Высокую стоимость работ, связанных с разработкой и реализацией этих моделей;
3. Возможность получения взаимно сбалансированных прогнозов по большому числу показателей
4. Широкие возможности использования при прогнозировании циклического развития исследуемых объектов.

Планирование рассматривают как:

1. Процесс обработки информации для принятия наилучшего решения
2. Как процесс разработки плановых документов с их последующей корректировкой
3. Как процесс определения источников финансирования на данный момент
4. Как процесс детального описания объекта исследования со всех сторон

Основными методами планирования являются:

1. Нормативный;
2. Программно-целевой;
3. Балансовый;
4. Графический
5. Регрессионный

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Бозо Н.В. Территориальное планирование. Часть I. Стратегическое планирование: учебное пособие / Бозо Н.В.- Н.: Новосибирский государственный технический университет, 2013. - 211с. <http://www.iprbookshop.ru/45043>
2. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса (8-е издание): учебное пособие / Виноградова М.В., Панина З.И.- М.: Дашков и К, 2014.- 446 с. <http://www.iprbookshop.ru/24799>
3. Виноградова С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. -208 с. <http://www.iprbookshop.ru/15712>
4. Виноградова С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С.- С.: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. -158 с. <http://www.iprbookshop.ru/16742>
5. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. - 2-е изд., доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 188 с. - (Серия : Университеты России). - ISBN 978-5-534-07278-5. www.biblio-online.ru/book/09818D69-D505-48C1-8431-4C5D09285339

6. Молокова Е.И. Планирование деятельности предприятия: учебное пособие / Молокова Е.И., Коваленко Н.П.- С.: Вузовское образование, 2013. -196 с.
<http://www.iprbookshop.ru/11394>

7. Стёпочкина Е.А. Планирование и прогнозирование в условиях рынка: учебное пособие / Стёпочкина Е.А.- С.: Вузовское образование, 2015. -152 с. <http://www.iprbookshop.ru/29290>

Дополнительная литература

1. Мавлютов Р.Р. Макроэкономическое планирование и прогнозирование: учебно-методическое пособие / Мавлютов Р.Р.- В.: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2015.- 36 с.

<http://www.iprbookshop.ru/44378>

2. Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: практикум / Панина З.И., Виноградова М.В.- М.: Дашков и К, 2015.- 244 с.
<http://www.iprbookshop.ru/5101>

3. Прогнозирование и планирование: учебно-методическое пособие / - М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016.- 24 с.
<http://www.iprbookshop.ru/60828>

4. Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества: учебно-методическое пособие / - К.: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.- 44 с. <http://www.iprbookshop.ru/29713>

Перечень периодических изданий

1. Туризм и отдых
2. Турагентство
3. Туристический бизнес
4. Туризм: право и экономика
5. Туризм: практика, проблемы, перспективы

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
<http://www.unwto.org> - Официальный сайт Всемирной туристской организации.
<http://www.russiatourism.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации:

<http://www.rata.spb.ru> - Официальный сайт Российского союза туристской индустрии.

<http://www.tssr.ru> - Официальный сайт Федерации спортивного туризма России.

<http://www.kukiani.ru> - Информационный портал о туризме.

<http://tourlib.net> - Сайт "Все о туризме - туристическая библиотека".

<http://tourest.ru>- Справочник по туризму

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ для студентов заочной формы обучения

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1.

ТЕМА № 3.ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Новые условия развития современного мира, включая экономическую интеграцию и глобализацию всех сторон и сфер жизни мирового сообщества, вызвали к жизни новые черты и феномены развития международного туризма.

Продолжают развиваться процессы глобализации и локализации, устойчивого развития туризма, социально ответственного отношения к осуществлению туристского бизнеса и к поведению туристов на посещаемых территориях (дестинациях). Значительную роль приобретает доступный туризм, предоставляющий возможность путешествовать и пользоваться услугами туриндустрии широким слоям населения без физических, возрастных, социальных и других ограничений.

Происходит развитие диверсификации туристского бизнеса по пути широкого разнообразия видов деятельности. Под влиянием научно-технического прогресса в туристской деятельности внедряются передовые технологии во всех секторах индустрии туризма и гостеприимства.

Совершенствуется технология электронной коммерции, внедряются технологии виртуального продвижения туристского продукта с использованием геоинформационных систем (ГИС).

Активизируется тенденция перехода туристской деятельности к индустрии впечатлений. Практика туристской деятельности взаимосвязана с такими факторами, как устойчивое развитие, доступность, демографические изменения, стиль жизни, характер работы и отпуска.

На туристском рыночном пространстве существенные изменения происходят по инициативе самих туристов, которые непрерывно занимаются поиском нестандартного опыта осуществления путешествий. Туризм превращается в сегментированный и созданный на заказ, исходя из спроса туристов. Происходит увеличение доли индивидуальных поездок, путешествий на отдых с семьей и с друзьями; растут краткосрочные поездки. В ближайшем будущем ожидается рост спроса на активные виды туризма (пешие, водные, экстремальные) особенно среди молодых туристов; специализированные и событийные поездки; речные и морские круизы; краткосрочное посещение крупных городов-мегаполисов. Традиционно будет успешно развиваться пляжный и курортный отдых в экологически чистых и удобно расположенных дестинациях. Развитие получат сегменты рынка лиц «третьего возраста» «четвертого возраста», оздоровительных и образовательных поездок.

На развитие туризма в ближайшем будущем будут влиять следующие факторы:
совершенствование уже существующих и создание новых туристских услуг и рынков, с учетом природных, культурных и исторических ресурсов в местах пребывания туристов, улучшение качества обслуживания посетителей;

изменения спроса и поведения туристов и отношение местного населения к посетителям;

широкое вовлечение местной общественности и муниципальных властей в планирование и развитие туристской деятельности, обеспечение ее безопасности;

развитие связей между организаторами туризма и муниципальными структурами с целью достижения понимания потребностей каждого из них и поиска путей их удовлетворения;

рост благосостояния местного населения, устранение препятствий развития туризма (налоговых, визовых, таможенных и других), с особым вниманием к соответствию цен качеству предоставляемых туристских услуг, приемлемых для туриста и выгодных для туристской индустрии и местному сообществу;

необходимость защиты окружающей среды при инвестировании капитала (строительство, архитектура, антропогенные нагрузки) и при пользовании природными ресурсами;

использование новых форм маркетинга и продвижения услуг, поиск специализированных групп туристов и организация для них адресной информации по предлагаемым услугам;

повышение профессионального уровня сотрудников индустрии туризма подготовка квалифицированных кадров для сферы туризма в учебных заведениях.

В своей деятельности по развитию, продвижению, регулированию туризма, подготовке туристских кадров международные организации, функционирующие в сфере туризма и путешествий, активно реагируют на изменения и вызовы эпохи глобализации. В новых формах и моделях взаимодействия и сотрудничества, в мерах по развитию и мероприятиях по продвижению туризма отражаются современные тенденции и перспективы развития будущего туризма.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Используя доклад Всемирной туристской организации «Туризм до 2020 года» <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> провести анализ развития международного туризма с 1950 по 2020 гг.

4. Оформить задание в виде презентации.

Образовательные технологии: интерактивная форма проведения занятия.

Формы контроля самостоятельной работы: проверка конспектов, собеседование.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме:

5. Подсистема планирования входит в систему:

- а) организации производства
- б) ценообразования
- в) управления предприятием
- г) интенсификации производства

2. Какие характеристики присущи прогнозу?

- а) имеет вариантное содержание;
- б) субъективное представление о будущем;
- г) научное обоснование предпосылок для принятия управленческих решений;
- д) однозначное решение;
- е) практическое осуществление управленческих решений.

3. Прогнозирование представляет собой:

- А) обоснование принятия и практической реализации управленческой деятельности;

- Б) вид управленческой деятельности;
- В) процесс разработки вероятностного научно обоснованного суждения о будущем развитии явления
- Г) элемент стратегического планирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2.

ТЕМА № 4. ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ВИДЫ, ФУНКЦИИ, МЕТОДЫ.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1. Информация для прогнозирования и планирования. Основные типы информации и источники ее получения.

Прогнозирование и планирование явно или неявно основывается на информации, которая может быть получена с использованием первичных и вторичных данных, или первичной и вторичной информации.

Первичные данные получают в результате исследований, специально проведенных для решения конкретной проблемы. Их сбор осуществляется путем наблюдений, измерений, опросов, экспериментальных исследований. Их обычно выполняют только для части генеральной, то есть общей, совокупности исследуемых объектов. Эта часть, как известно, называется выборкой.

Вторичные данные, применяемые при проведении так называемых кабинетных исследований, это данные, собранные ранее из внутренних и внешних источников для целей, отличных от целей данного исследования.

Кабинетные исследования являются наиболее доступным и дешевым методом получения информации, необходимой для прогнозирования и планирования. Для небольших организаций это основной метод получения информации.

Внутренними источниками информации служат бухгалтерские, финансовые, статистические и иные отчеты организаций, беседы с сотрудниками и руководителями, информационные системы в электронных офисах, вычислительных центрах. Внутренними источниками могут быть отчеты руководителей на заседаниях и собраниях коллегиальных органов управления, сообщения персонала, обзоры жалоб, протоколы различных заседаний, деловая переписка.

Вторичная информация из внешней среды обширна и, как правило, рассеяна во множестве источников, которые полностью невозможно перечислить. Многие международные и российские организации регулярно публикуют экономические данные, полезные при анализе и прогнозировании.

Внешними источниками являются данные международных организаций, таких, как Международный валютный фонд, Европейская организация по сотрудничеству и развитию, ООН. Это, кроме того, законы, указы, постановления государственных органов; выступления государственных, политических и общественных деятелей; данные официальной статистики, периодической печати; результаты научных исследований и другие источники.

Следует использовать следующие источники: статистические ежегодники; данные переписи населения; каталоги, проспекты и годовые финансовые отчеты фирм; результаты конкурсов; информация отраслей, бирж, банков; таблицы курсов акций; судебные решения.

Вторичные данные можно получить из многочисленных изданий экономического и специального характера, таких, как газеты, журналы, информационно-аналитические бюллетени. К источникам внешней вторичной информации также относятся выставки, ярмарки, совещания, конференции, презентации, дни открытых дверей, базы и банки данных.

В России функционирует ряд компьютерных информационных систем, специально ориентированных на сбор и передачу разнообразной информации. Активно развивается процесс распространения электронной информации. Например, Госкомстат России имеет в сети Интернет серверы, содержащие необходимую в практике прогнозирования и планирования информацию.

Основная тематика электронных баз данных это финансово-экономическая статистика, информация о государственных бюджетах, фирмах, отраслях, странах, регионах, коммерческих предложениях, ценных бумагах.

Главные достоинства использования вторичных данных это быстрота получения, дешевизна, легкость использования, а также повышение эффективности сбора первичных данных. Поэтому сбор вторичной информации обычно предшествует сбору первичной информации.

Недостатки вторичных данных это возможная несогласованность единиц измерения, использование различных определений и систем классификаций, разная степень новизны, трудность оценки достоверности.

Для определения источников вторичной информации необходимо выполнить следующие процедуры. Установить, какая информация уже имеется и какая необходима. Составить список ключевых терминов и названий, определяющих содержание источников вторичной информации. Осуществить поиск вторичных источников информации, начиная с каталогов печатных изданий и серверов компьютерных сетей. Оценить найденную информацию.

Если информация не соответствует требованиям, то необходимо уточнить список ключевых терминов и названий, требования к содержанию и качеству информации и продолжить поиск. Оценить найденную информацию. На этом этапе уже необходимо ясное представление о характере требуемой информации и необходимости использования дополнительных источников.

Синдикативная информация. Внешнюю информацию можно подразделить на официально опубликованную, доступную для всех, и на так называемую синдикативную информацию. Это первичная информация, которую специальные информационно-консультационные организации собирают, обрабатывают, а затем продают своим подписчикам.

Важным достоинством синдикативных данных является их невысокая стоимость, так как она разделяется между подписчиками. Синдикативные данные основаны на отработанной системе сбора информации, поэтому им присущее высокое качество.

Недостатки синдикативных данных: во-первых, подписчики не могут влиять на сбор информации. Поэтому, перед тем как стать подписчиком, необходимо оценить пригодность информации; во-вторых, поставщики синдикативных данных обычно стараются заключать контракты на длительный период; в-третьих, стандартизованные синдикативные данные доступны многим пользователям, в том числе конкурентам.

Синдикативные данные собирают обычно в нескольких направлениях, это прежде всего: 1) оценки отношений потребителей и общественного мнения. Например, как изменяется система общественных ценностей и как это влияет на выбор потребителей; 2) определение рыночных сегментов. Получают информацию о потребителях, определяющих структуру рынков потребительских товаров, рынков продукции производственно-технического назначения; 3) отслеживание рыночных тенденций. Ведется отслеживание динамики показателей объема продаж и рыночной доли как для розничной торговли, так и для отдельных домашних хозяйств.

2. Методы получения вторичной информации

Методы анализа документов. Для получения нужной информации необходимо использование методов анализа изучаемых данных. Всю совокупность носителей таких данных называют документами.

Выделяют два основных типа анализа: традиционный, классический, и формализованный, количественный контент-анализ. Существенно различаясь между собой, они не исключают, а взаимно дополняют друг друга, позволяя компенсировать имеющиеся недостатки. Анализ документов используется главным образом при работе с вторичными данными.

Традиционный анализ это цепь логических построений, направленных на выявление сути анализируемого материала. Интересующая информация, заложенная в документе, часто присутствует в неявном виде, в форме, отвечающей целям созданного документа, но не всегда отвечающей целям конкретного исследования.

Традиционный анализ позволяет улавливать основные мысли и идеи, оценить скрытые стороны содержания документа, проникнуть вглубь документа, исчерпать его содержание. Основным его недостатком является субъективность.

При проведении традиционного анализа необходимо ответить на следующие вопросы. Что представляет собой документ? Каков его контекст? Кто его автор? Каковы цели создания документа? Какова надежность самого документа? Какова достоверность зафиксированных в нем данных? Каково фактическое содержание документа? Каково оценочное содержание документа? Какие выводы можно сделать о фактах, содержащихся в документе? Какие выводы можно сделать об оценках, содержащихся в документе?

В традиционном анализе различают внешний и внутренний анализ.

Внешний анализ это анализ контекста документа в собственном смысле этого слова и всех тех обстоятельств, которые сопутствовали его появлению. Цель внешнего анализа установить вид документа, его форму, время и место появления. Определяются автор и инициатор создания документа, цели его создания, достоверность и суть его контекста.

Пренебрежение таким анализом во многих случаях грозит неверным истолкованием содержания документа. Например, сиюминутная политическая ситуация может диктовать тенденциозную оценку событий.

Внутренний анализ это исследование содержания документа. По существу, вся работа направлена на проведение внутреннего анализа документа, включающего выявление уровня достоверности приводимых фактов и цифр, установление уровня компетенции автора документа, выяснение его личного отношения к описываемым в документе фактам.

Искажения могут возникать не только в результате личной симпатии или антипатии автора; источником искажения выступает и методологическая позиция автора. Авторы, придерживающиеся разных теоретических позиций, могут признать существенными в объяснении конкретного явления разные факты.

Некоторые документы требуют специальных методов анализа.

Психологический анализ применяется, как правило, при оценке отношения автора к какому-либо политическому, экономическому или социальному явлению. На основе таких исследований может быть получено представление о формировании общественного мнения, общественных установок.

Юридический анализ применяется для всех видов юридических документов. В юриспруденции используется специфический словарь терминов, замена которых недопустима. Незнание юридического словаря при анализе юридических документов может привести к грубым ошибкам.

Формализованный анализ документов позволяет избавиться от субъективности за счет применения количественных методов.

Суть этих методов сводится к тому, чтобы найти такие подсчитываемые признаки, черты, свойства документа, например, такой признак, как частота употребления определенных терминов, которые отражают существенные стороны содержания. Количественное содержание делается измеримым, становится доступным точным вычислительным операциям. Ограниченнность формализованного анализа заключается в

том, что далеко не все содержание документа может быть измерено с помощью формальных показателей.

Контент-анализ это техника выведения заключения, производимого благодаря объективному и систематическому выявлению соответствующих задачам исследования характеристик текста. Подразумевается, что применение такой техники включает в себя некоторые стандартизованные процедуры, часто предполагающие измерение.

На практике определились некоторые общие принципы целесообразности и полезности применения методов количественного анализа: 1) когда требуется высокая степень точности или объективности анализа; 2) при наличии обширного по объему и несистематизированного материала; 3) когда важные категории характеризуются определенной частотой появления в изучаемых документах.

Требование объективности анализа делает необходимым перевод исследуемого материала на язык гипотез в единицах, которые позволяют точно описать характеристики текста. В связи с этим исследователю приходится решать ряд проблем, связанных с выработкой категорий анализа, с выделением единиц анализа и единиц счета.

Категории анализа это понятия, в соответствии с которыми будут сортироваться единицы анализа единицы содержания. При разработке категорий важно учитывать, что от их выбора будет в значительной степени зависеть характер полученных результатов. Как правило, необходимо несколько раз переходить от теоретической схемы к документальным данным, а от них снова к схеме, чтобы исходя из выбранной гипотезы выработать категории, соответствующие задачам исследования.

Категории должны быть исчерпывающими, охватывать все части содержания, определяемые задачами данного исследования. Категории должны отвечать требованию надёжности, их следует сформулировать так, чтобы у различных исследователей была достаточно высокая степень согласия по поводу того, какие части содержания следует отнести к той или иной категории.

Эффективным способом повышения надежности категории является ее исчерпывающее определение и перечисление всех входящих в нее элементов. Тогда обработка документа сводится к чисто техническим процедурам, для выполнения которых могут использоваться средства электронных офисов. Например, можно использовать текстовые редакторы офиса MicrosoftOffice 2007.

При проведении формализованного анализа содержания нужно четко указать признаки, по которым определенные единицы относятся к определенным категориям.

Единицей анализа смысловой или качественной является та часть содержания, которая выделяется как элемент, подводимый под ту или иную категорию. В тексте она может быть выражена по-разному: одним словом, некоторым устойчивым сочетанием слов или может вообще не иметь явного терминологического выражения, а преподноситься описательно или скрываться в заголовке абзаца, раздела. Поэтому возникает задача выделения признаков индикаторов, по которым определяется наличие в тексте интересующей темы.

Индикаторы могут быть неоднородны: относящиеся к теме слова и словосочетания, термины, имена людей, названия организаций, географические названия, пути решения экономических проблем.

При изучении экономических проблем смысловые единицы могут включать внутренние и международные события; лиц и авторов, описывающих эти события или являющихся их инициаторами и пропагандистами; отношение к событиям в терминах: за против, выгодно невыгодно, хорошо плохо, в чьих это интересах. Определены некоторые стандартные смысловые единицы, приведенные ниже.

Понятие, выраженное отдельным словом, термином или сочетанием слов. Применение такой единицы целесообразно при изучении способов, с помощью которых источник информации организует сообщение, передает свои намерения тем, кому оно направлено.

Тема, выраженная в единичных суждениях, смысловых абзацах, целостных текстах. Тема является важной смысловой единицей при анализе направленности интересов, ценностных ориентаций, установок тех, кто передает сообщение. Однако определение темы часто затруднено в связи с неясностью текста. Тому, кто проводит анализ, приходится определять тему и ее границы внутри текста. Выбор темы в качестве единицы анализа подразумевает также внутреннее разделение текста на определенные части, внутри которых тема может быть определена.

Имена людей, географические названия, марки продуктов, названия организаций, упоминание какого-либо события. Частота и длительность промежутка времени, с которыми они присутствуют в сообщении, могут послужить показателями их важности, значимости для исследуемого объекта.

Выбрав смысловую единицу и ее индикаторы, необходимо определить также единицу счета, которая станет основанием для количественного анализа материала.

Единица счета время пространство. Подсчет в этой системе пригоден в основном при исследовании сообщений, передаваемых средствами массовой информации. За единицы счета здесь принимаются числа строк, абзацев, квадратных сантиметров площади, знаков, колонок в печатных текстах, посвященных тому или иному вопросу, мнению, оценке. Для кино, радио и телевидения единицей счета будет время, отведенное освещению определенного события.

Единица счета появление признака. Такая система счета подразумевает необходимость отмечать наличие определенной характеристики в любом ее проявлении; например, упоминание определенной марки товара в каждой из единиц контекстов. Иногда отмечается лишь появление признака, а повторение данной характеристики внутри единицы контекстов не учитывается.

Единица счета частота появления. Самым распространенным способом измерения характеристик содержания является подсчет частот их употребления, когда фиксируется каждое появление любого признака данной характеристики. В зависимости от того, какие единицы счета выбираются, частота может использоваться для решения различных задач.

Частота появления темы в том или ином документе может служить показателем ее значимости с точки зрения автора документа. Подсчет оценочных характеристик текста позволяет подойти к исследованию установок автора сообщения и к выявлению намерений, которыми было продиктовано сообщение.

3. Методы получения первичной информации

Методы сбора первичных данных можно классифицировать как количественные и качественные.

Количественные исследования обычно отождествляют с проведением измерений и различных опросов. Опросы основаны на использовании структурированных вопросов закрытого типа, на которые отвечает большое число респондентов. Структурированные вопросы закрытого типа это вопросы, на которые можно дать только определенный ответ, например да или нет. Характерными особенностями таких исследований являются: четко определенные формы данных и источники их получения, обработка собранных данных с помощью упорядоченных количественных процедур.

Качественные исследования включают сбор, анализ и интерпретацию данных путем наблюдения за тем, что люди делают и говорят. Наблюдения и выводы носят качественный характер и осуществляются в нестандартной форме. Качественные данные могут быть переведены в количественную форму, но этому предшествуют специальные процедуры.

К качественным методам относят наблюдение, глубинные интервью, анализ протоколов бесед, некоторые разновидности экспертных методов. Если наблюдения сопровождаются измерениями, то это способ количественного исследования.

Основу качественных исследований составляют методы наблюдений, предполагающие скорее наблюдение, чем коммуникации с респондентами. Большинство этих методов основано на подходах, разработанных психологами.

Наблюдение представляет собой метод сбора первичной информации об изучаемом объекте путем наблюдения за выбранными группами людей, действиями и ситуациями. При этом исследователь непосредственно воспринимает и регистрирует все факторы, касающиеся изучаемого объекта и значимые с точки зрения целей исследования.

Наблюдение может быть направлено на достижение различных целей. Оно может быть использовано как источник информации для построения гипотез, служить для проверки данных, полученных другими методами, с его помощью можно извлечь дополнительные сведения об изучаемом объекте.

Разнообразие способов проведения наблюдений определяется четырьмя подходами к их осуществлению: прямое или непрямое наблюдение, открытое или скрытое, структуризованное или неструктурлизованное, осуществляющее с помощью человека или механических средств.

Прямое наблюдение предполагает непосредственное наблюдение за поведением, скажем, покупателей в магазине, например, в какой последовательности они изучают товары, выставленные на прилавке. При применении непрямого наблюдения изучаются результаты определенного поведения, а не само поведение. Здесь часто используются архивные данные, например, данные о динамике запасов определенных товаров, которые могут быть полезными при изучении сдвигов в рыночной ситуации.

Открытое наблюдение предполагает, что люди знают о том, что за ними наблюдают, например, при проведении специальных экспериментов. Однако присутствие наблюдателей влияет на поведение наблюдаемых, поэтому надо стремиться свести его к минимуму.

Этим требованиям удовлетворяет скрытое наблюдение, когда обследуемый не предполагает, что за ним наблюдают. Например, в магазинах могут скрыто наблюдать за тем, насколько продавец вежливо обходится с покупателями и помогает им совершить покупку.

При проведении структуризованного наблюдения наблюдатель заранее определяет, что он будет наблюдать и регистрировать. Все другие виды поведения игнорируются. Часто используется стандартный лист наблюдений, сокращающий до минимума затраты времени наблюдателя.

Этот метод дает возможность осуществлять наблюдения по заранее намеченной схеме, фиксировать результат наблюдений для каждой выделенной категории. Это наблюдения не носят случайного или произвольного характера, а осуществляются в соответствии с определенным планом, обладают высокой степенью законченности. Исследователю легче обобщить результаты, полученные от разных наблюдателей.

Когда осуществляется неструктурлизованное наблюдение, наблюдатель фиксирует в изучаемом эпизоде все виды поведения. Такой тип поведения часто используется при проведении разведочных исследований.

Обычно метод наблюдений используется совместно с другими методами. Полученные в этом случае результаты дополняют и контролируют друг друга. Так, если наблюдение используется для контроля данных, полученных другими методами, оно должно быть максимально строго структуризовано, проводиться в тех условиях, в которых собиралась контролируемая информация.

Недостатки метода наблюдений присущи всем качественным исследованиям. При прямом наблюдении обычно изучается поведение в определенных условиях малой группы людей, следовательно, возникает вопрос о достоверности полученных данных. При этом имеет место субъективное истолкование последних. Человеческое восприятие ограниченно, поэтому исследователь может пропустить, не заметить какие-то важные проявления изучаемой ситуации. Обычно исследователь не в состоянии на основе метода

наблюдений углубить полученные результаты и вскрыть интересы, мотивы, отношения, лежащие в основе определенного поведения. В ряде случаев это ограничение удается преодолеть, например изучая реакцию детей на новую игрушку. Кроме того, надо иметь в виду, что присутствие наблюдателя может оказывать влияние на наблюдалую ситуацию. Уровень этого влияния определить чрезвычайно сложно.

Наблюдение является весьма трудоемким методом. Оформление итогов наблюдений занимает порой в два раза больше времени, чем само наблюдение. Оно должно дополнять другие методы сбора первичных данных, и применяется тогда, когда информация, необходимая исследователю не может быть получена никакими иными способами.

Глубинное интервью заключается в последовательном задании квалифицированным интервьюером респонденту группы зондирующих вопросов, в целях понимания, почему члены группы ведут себя определенным образом или что они думают об определенной проблеме. Респонденту задаются вопросы по исследуемой теме, на которые он отвечает в произвольной форме. При этом интервьюер задает вопросы типа: Почему вы ответили подобным образом? Можете ли вы обосновать вашу точку зрения? Можете ли вы привести какие-то специальные аргументы? Ответы на подобные вопросы помогают интервьюеру лучше разобраться в процессах, происходящих в голове респондента.

Данный метод применяется для сбора информации о новых концепциях, дизайне, рекламе и других методах продвижения продукта; он помогает лучше разобраться в поведении потребителей, в эмоциональных и личностных аспектах жизни потребителей, в принятии решений на индивидуальном уровне, получить данные об использовании определенных продуктов.

Здесь прежде всего необходимо добиться благожелательной атмосферы при общении с опрашиваемым. Интервьюеру желательно быть внимательным как к словесному оформлению, так и к чувствам, заключенным в словах.

Самым сложным является суммирование данных индивидуальных опросов в итоговый отчет.

Анализ протокола заключается в помещении респондента в определенную ситуацию по принятию решения, при этом он должен словесно описать все факторы и аргументы, которыми он руководствовался при принятии решения.

Метод анализа протокола используется при анализе решений, принятие которых распределено во времени, например решения о покупке дома. В этом случае исследователь собирает в единое целое отдельные решения, принимаемые на его отдельных этапах.

Кроме того, данный метод используется при анализе решений, процесс принятия которых очень короток. В этом случае метод анализа протокола как бы замедляет скорость принятия решения. Например, покупая жевательную резинку, обычно люди не задумываются относительно этой покупки. Анализ протокола дает возможность разобраться в некоторых внутренних аспектах подобных покупок.

При использовании проекционных методов респонденты помещаются в определенные имитируемые ситуации в надежде на то, что респонденты высажут такую информацию о себе, которую невозможно получить при проведении прямого опроса, например, относительно потребления наркотиков, алкоголя, получения чаевых и т.п. Можно выделить следующие конкретные методы, входящие в состав проекционных методов: ассоциативные методы, испытание при помощи завершения предложений, тестирование иллюстраций, тестирование рисунков, разыгрывание ролей, ретроспективные беседы и беседы с опорой на творческое воображение.

Почему часто используются качественные методы? Качественные методы нередко являются источниками идей. Опыт показывает, что крупномасштабные долгостоящие

количественные исследования далеко не всегда, особенно если в их основе нет перспективных идей, дают необходимые результаты.

Методы опроса. Опрос это сбор первичной информации в форме ответов на прямые вопросы. Опрос может носить структурированный и неструктурный характер; в первом случае все опрашиваемые отвечают на одни и те же вопросы, во втором интервьюер задает вопросы в зависимости от полученных ответов.

При проведении опроса группа опрашиваемых людей может подвергаться однократному или многократному обследованию. В первом случае получается срез данной группы по многим параметрам для фиксированного момента. Например, редакции журналов и газет проводят разовые выборочные исследования своих читателей по таким параметрам, как возраст, пол, уровень образования, род занятий.

Во втором случае одна и та же группа опрашиваемых людей, называемая панелью, неоднократно изучается в течение определенного периода. В этом случае часто говорят, что используется панельный метод опроса.

Достоинства методов опроса: 1) стандартизация, обусловленная тем, что всем респондентам задаются одни и те же вопросы с одинаковыми вариантами ответов на них; 2) простота, так как респондентов посещать не обязательно, можно передавать им вопросы по почте или опрашивать их по телефону, не нужно использовать технические средства и привлекать высококвалифицированных профессионалов; 3) возможность глубокого анализа, обусловленная применением последовательных уточняющих вопросов; 4) возможность табулирования и проведения статистического анализа с использованием методов математической статистики и соответствующих статистических пакетов для персональных компьютеров.

Информация от респондентов при проведении опросов собирается тремя способами: 1) интервьюеры задают вопросы респондентам, ответы на которые интервьюер фиксирует; 2) вопросы задаются с помощью компьютера; 3) путем самостоятельного заполнения анкет респондентами.

Панельный метод обследования. Панель выборочная совокупность опрашиваемых единиц, подвергаемых повторяющимся исследованиям, причем предмет исследования остается постоянным. Членами панели могут быть семьи, организации, эксперты, которые с определенными оговорками остаются постоянными. Панельный метод опроса имеет преимущества по сравнению с обычными одноразовыми опросами, так как он дает возможность сравнивать результаты последующих опросов с итогами предыдущих и устанавливать тенденции и закономерности развития изучаемых явлений.

Все виды панелей подразделяются по: времени существования; характеру изучаемых единиц, характеру изучаемых проблем; методам получения информации.

По времени существования панели делятся на краткосрочные существующие до года, и долгосрочные обычно не более пяти лет.

Долгосрочные панели могут давать непрерывную либо периодическую информацию. Непрерывная информация фиксируется в Дневниках ежедневно, а сами дневники высыпаются организаторам исследования через определенные промежутки времени. Периодическая информация поступает по мере проведения опросов в виде заполненных анкет.

По характеру изучаемых проблем панели могут быть специализированными. Специализированные панели создаются для изучения узких проблем. Например, с их помощью осуществляются: тестирование товаров и концепций новых товаров; отслеживание рыночных тенденций (изучается динамика показателя рыночной доли); определение источников, из которых потребители получают информацию о новых товарах.

По методу получения информации возможны четыре вида панелей, когда члены панели: 1) высыпают требуемую информацию (заполненные дневники, опросные листы) почтой; 2) интервьюируются; 3) заполняют дневники или опросные листы, но собирают

информацию специальные работники; 4) дают интервью через определенный промежуток времени, а внутри временного интервала высылают информацию по почте.

Целесообразность использования тех или иных панелей определяется характером решаемых задач и выделяемым объемом средств. Поэтому перед проведением опросов, исходя из целей исследования, нужно выбрать вид панели.

Типичным примером использования панельного метода опроса может служить изучение медицинского обслуживания и рынка лекарств во Франции. В панель входило 1600 врачей каждый двадцатый врач, работающий с частной клиентурой. Члены панели выписывали в течение одной недели раз в три месяца рецепты в специальной отрывной книжке с корешками. Это позволяло одновременно получать дубликат рецепта и определенную информацию, записанную на корешке: особенности больного, диагноз, терапевтическое воздействие, ожидаемое от выписанного лекарства.

Процесс формирования панели в данном примере включал: 1) разделение территории на регионы и категории городов; 2) разделение медицинского персонала на категории по специальности и возрасту; 3) жеребьевку в каждой категории для отбора нужного числа врачей; 4) проверку выборки по многим параметрам.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. На основе полученных теоретических знаний и знаний, полученных при изучении предыдущих дисциплин:

1.1. проанализировать возможные источники информации для составления прогноза развития туризма в Астраханской области и выбрать наиболее оптимальный состав источников первичной и вторичной информации;

1.2. проанализировать возможные источники информации для составления прогноза развития предприятия туринастрии и выбрать наиболее оптимальный состав источников первичной и вторичной информации (конкретное предприятие определяется совместно с преподавателем).

2. Определить наиболее оптимальные методы получения первичной и вторичной информации для составления прогноза:

2.1. развития туризма в Астраханской области;

2.2. развития предприятия туринастрии.

3. По результатам выполнения работы сделать аналитический доклад.

Образовательные технологии: интерактивная форма проведения занятия.

Формы контроля самостоятельной работы: проверка конспектов, собеседование.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Test

Установите соответствие

МЕТОД ПРОГНОЗИРОВАНИЯ	НЕДОСТАТОК ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ
1. комиссий	A) зависимость экспертной оценки от способности эксперта экспромтом давать заключения по исследуемым проблемам
2. интервью	Б) как правило, происходит спор двух-трех наиболее авторитетных специалистов, мнение же других экспертов игнорируется

3. исторической аналогии	B) однокритериальность
	Г) сложность в различии истинной аналогии от случайной

Оптимизационные модели - это модели:

- 6. позволяющие просчитать траектории развития объекта прогнозирования по нескольким критериям одновременно;
- 7. представляющие собой систему регрессионных уравнений, связывающих величины входных и выходных переменных;
- 8. состоящие из целевой функции и ограничений в форме уравнения и неравенств;
- 9. базирующиеся на имитации экономических процессов;
- 10. которые, учитывая результат прогноза, сделанного на предыдущем шаге и различную информационную ценность членов динамического ряда, способны оперативно реагировать на изменяющиеся условия и на этой основе дать на ближайшую перспективу более точные прогнозы

Выделите недостатки структурного моделирования:

- A) многовариантные расчёты;
- Б) позволяют исследовать комплексное воздействие различных факторов на развитие объекта;
- В) более пригодно для прогнозирования уже устоявшихся процессов, развитие которых носит циклический характер;
- Г) высокая стоимость работ.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

ТЕМА № 7 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОГНОЗИРОВАНИИ.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Программные продукты стратегического корпоративного планирования

Планирование представляет процесс разработки и принятия решения, направленного на достижение целей при максимальной эффективности функционирования объектов управления. Наиболее значимым в долгосрочной перспективе представляется стратегическое планирование, предполагающее планирование не только будущих изменений, но и планирование возможных последствий от решений, принимаемых в настоящем. Содержание стратегического планирования раскрывают его процедуры: стратегическое прогнозирование (стратегические прогнозы), программирование (проекты стратегических программ), проектирование (проекты стратегических планов различных уровней экономики). Модель системы прогнозирования на стадии стратегического планирования должна решать задачи оценки существующего состояния объектов управления, основных тенденций их развития, влияния факторов внутренней и внешней среды.

На сегодняшний день известно множество информационных систем стратегического планирования и финансового анализа деятельности предприятия. К наиболее известным из них можно отнести следующие программные продукты: MS Project (фирма Microsoft), ProjectExpert (Группа компаний «Про Инвест Консалтинг»), программа AuditExpert, ForecastExpert («Про Инвест Консалтинг»), MarketingExpert, модули ProjectQuestionnaire и &Risk, а также BizPlanner, «Анализ финансового состояния предприятия» (фирма «ИНЭК»).

Программный продукт ProjectExpert 7.0 - инструмент финансового планирования и контроля, анализа эффективности деятельности предприятия. Программа предназначена

для подготовки бизнес-плана и анализа инвестиционного проекта. ProjectExpert позволяет решать задачи проектирования развития бизнеса, анализа рисков и эффективности инвестиционных проектов предприятий различного профиля и масштабов (небольшое частное предприятие и холдинговые структуры), на основе построения финансовой модели их функционирования с учетом изменяющегося экономического окружения. Аналитическая система ProjectExpert – система поддержки принятия решений для разработки и выбора оптимального плана развития бизнеса, создания финансовых планов и инвестиционных проектов. Создаваемый в системе бизнес-план соответствует международным требованиям.

Технологически ProjectExpert отвечает современным стандартам быстродействия, операционной совместимости, обмена данными, обеспечивает групповую работу в сети. «ProjectExpert» позволяет пользователям, не имеющим специальной подготовки в области финансового анализа, в короткий срок решить следующие задачи:

- определить схему финансирования предприятия;
- апробировать различные сценарии развития предприятия, варьируя значения факторов, способных повлиять на его финансовые результаты;
- детально описать и спроектировать деятельность любого предприятия с учетом изменения параметров внешней среды (инфляция, налоги, курсы валют);
- подготовить финансовые отчеты (отчет о движении денежных средств, баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об использовании прибыли) и бизнес-план инвестиционного проекта, полностью соответствующие международным требованиям, на русском и английском языках;
- разработать план развития предприятия или реализации инвестиционного проекта, стратегию маркетинга и стратегию производства, обеспечивающую рациональное использование материальных, людских и финансовых ресурсов;
- провести всесторонний анализ предприятия (проекта), в том числе анализ общей эффективности, анализ чувствительности, анализ денежных потоков для каждого участника проекта, анализ финансового состояния и доходности предприятия с помощью трех десятков автоматически исчисляемых показателей.

Линейка продуктов ProjectExpert разработана в зависимости от масштабов предприятия и сложности задач планирования развития.

AuditExpert 3.0- аналитическая система для диагностики, оценки и мониторинга финансового состояния предприятия. Система AuditExpert позволяет менеджменту предприятия осуществлять как внутренний финансовый анализ, так и оценить свою деятельность со стороны контролирующих ведомств, кредиторов, акционеров. Приведение финансовой отчетности к международному стандарту позволяет «AuditExpert» преобразовать данные финансовой отчетности предприятия за разные годы (баланс и отчет о финансовых результатах) в аналитические таблицы, соответствующие требованиям Международных стандартов бухгалтерского учета. Такой подход делает результаты анализа понятными как для российских, так и для иностранных экспертов. Благодаря имеющимся в программе утилитам пользователь может легко расширить ее возможности.

ForecastExpert представляет собой разработанную фирмой «Про Инвест Консалтинг» универсальную систему прикладного прогнозирования. Программный продукт ForecastExpert предназначен для построения прогноза временного ряда с помощью модели авторегрессии и интегрированного скользящего среднего. В качестве прогнозируемых могут выступать параметры как сфер производства и обращения (цены мирового рынка, спрос на изделия, цены комплектующих, параметры технологических процессов, концентрация вредных веществ в выбросах, количество проданных авиабилетов, загруженность персонала медицинских учреждений), так и финансового рынка (цены покупки и продажи акций, деловая активность участников рынка, объем предложений свободных средств инвесторами и многое другое) [12].

Применение ForecastExpert позволяет проанализировать имеющиеся данные и построить прогноз с указанием границ доверительного интервала (при заданной вероятности прогноза) на период времени, не превосходящий по величине период наблюдения исходного ряда. Модель определяет степень влияния сезонных факторов и учитывает их при построении прогноза.

MarketingExpert - система поддержки принятия решений на всех этапах разработки стратегического и тактического планов маркетинга и контроля над их реализацией.

Программа MarketingExpert предназначена для решения двух основных задач:

1) проведения аудита маркетинга: оценки реального положения компании на рынке, сравнения с конкурентами, выявления сильных и слабых сторон сбытовой структуры, ценовой политики.

2) планирования маркетинга: выработки оптимальной стратегии и тактики компании на рынке с использованием известных аналитических методик (GAP-анализ, сегментный анализ, SWOT-анализ, Portfolio-анализ и т. д.). В процессе реализации данных задач пользователь получает возможность решить следующие частные задачи:

- оценить рентабельность продукции по отдельным товарам и по товарным группам, а также доходность и прибыльность отдельных сегментов рынка;
- рассчитать общий объем рынка по товару и темпы его роста;
- рассчитать цены на товары, исходя из заданного уровня рентабельности предприятия;
- оптимально распределить продукцию по каналам сбыта.

Программный продукт MS Project, работает в системе Windows NT, имеет возможности планирования неограниченного количества работ при задействовании до 10 тыс. ресурсов и сохранении в базе данных более 200 параметров работ. Для выполнения работ проекта необходимы ресурсы, потребность в которых определяет стоимость проекта и график инвестиций. Для планирования ресурсов в программе MS Project применяются два вида блоков: люди/оборудование и деньги. Описание стоимости трудовых ресурсов включает общие данные, график рабочего времени, оплату труда (расценки за стандартное время, сверхурочные и фиксированные ставки назначения на должность) и дополнительные сведения. Для каждого вида работ можно назначить пять профилей расценок на оплату труда, т. е. один человек может выполнять разные работы с разной оплатой.

Пакет MS Project содержит разнообразную систему помощи, в том числе схему управления проектом для новичков (MS ProjectMap), а так же имеет дополнительные возможности по сохранению информации не только в стандартных форматах файлов MPP и MPX, но и в форматах Excel и Access. В пакет включены средства коммуникации между участниками разработки проекта. Форма описания ресурсов (ResourceInformation) содержит адрес электронной почты исполнителей, общение между которыми происходит при выполнении команд TeamAssign (рассылка информации о работах по исполнителям) и TeamStatus (запрос информации о состоянии работ).

Для оценки финансового состояния предприятия сегодня разрабатывают финансово-аналитические системы около 20 фирм-производителей. Существует два подхода к формированию бюджета. Согласно первому бюджет создается «сверху вниз» - руководством без особого участия со стороны исполнителей. Согласно второму - бюджет формируется его исполнителями и согласуется с начальством. Бюджетирование - это сложный процесс, и для его реализации используются специализированные программные продукты. На различных предприятиях существуют свои требования к созданию бюджета. Эти особенности учитываются создателями программных продуктов. Наиболее известные и распространенные программные продукты сферы бюджетирования: HyperionPillar, CorporatePlanner, AdaytumPlanning, «Нефрит» и «Красный директор».

Программный продукт HyperionPillar представляет собой крупную и развитую систему, которая полностью автоматизирует бюджетирование. Для начала работы

вводятся запланированные затраты и прогнозируемые поступления. Результатом вычислений является динамическая модель компании с ответственными за каждый уровень моделями и простой технологией внесения изменений в нее. Программа HyperionPillar хорошо интегрирована с другими продуктами фирмы: Enterprise, Essbase OLAP Server и Reporting.

Программа бюджетирования CorporatePlanner строит бюджет на основе структурного дерева затрат компании. Узлы дерева - плановые, фактические значения и отклонения между ними. Узлы связаны формулами. CorporatePlanner применяется в небольших компаниях и не поддерживает возможность распределенной работы.

Программный продукт AdayumPlanning представляет собой трехмерную электронную таблицу с функциями построения различных срезов. Как и в рассмотренных программах, таблицы содержат различные данные (время, финансы и пр.) каждого подразделения компании. Существует функция сведения консолидированного бюджета на выбранную дату. AdayumPlanning - экономичный продукт, представленный в виде электронных таблиц, для создания небольшого бюджета путем применения ряда аналитических инструментов.

Программный продукт «Нефрит» ориентирован на использование в больших корпорациях, имеющих холдинговую структуру. Продукт занимает промежуточное положение между компьютерной и бумажной обработкой документации и имеет удобную процедуру согласования бюджета. Программа работает даже с недостаточно подготовленными данными. Исходными данными для программы служат бюджеты подразделений холдинга, которые следует свести в один итоговый бюджет. «Нефрит» создан на базе электронных таблиц с характерными для них формулами и связями между ячейками.

Система бюджетирования «Красный директор» предназначена для небольших и средних предприятий и имеет несложный интерфейс. Однако другая характерная особенность простых интерфейсов - риск негибкости при работе. Основа работы программы - база данных без возможности интеграции с другими программными продуктами.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Подготовьте доклад на тему:

3. Программные продукты для разработки бизнес-планов “Comfar 3 Expert”, “ProjectExpert”, “Альт-Инвест”.
4. 2. Программные продукты для прогнозирования туристской деятельности “StatgraphicsSenturion”, “ForecastExpert”.

Образовательные технологии: интерактивная форма проведения занятия.

Формы контроля самостоятельной работы: проверка конспектов, собеседование.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме

Для оценки качества прогноза принято использовать следующие характеристики (выберите нужные)

Точность, ошибка прогноза, надёжность, законченность, безмерность.

Продолжите фразу: Разработка материальных балансов начинается с

Установите правильную последовательность среди категорий по уровню уточнения информации

Гипотеза, мероприятие, план, прогноз

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4
ТЕМА № 8 РЕГИОНАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Правительством России была утверждена Государственная программа «Развитие культуры и туризма (2013—2020 гг.)», и в ее рамках продолжает реализовываться Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2020 гг.)», принятая Постановлением Правительства РФ от 02.08. 2011 № 644. Данная программа включает подпрограммы «Наследие», «Искусство», «Туризм».

Ответственным исполнителем Программы является Министерство культуры РФ, соисполнителем Программы — Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), к исполнению программы привлечены смежные отраслевые министерства (транспорта, связи, регионального развития и др.), научные (РАН) и культурные учреждения страны (Государственный музей «Эрмитаж», Госфильмофонд России и др.), а также Министерство спорта и Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям.

Реализовывать программу развития отечественного туризма планируется за счет федерального и регионального бюджетов с привлечением внебюджетных средств (например, на строительство гостиничных комплексов и объектов питания и развлечения, аквапарков и горнолыжных объектов). По данным Ростуризма, общий объем финансирования Федеральной целевой программы в 2011—2018 гг. составит около 332 млрд. рублей, из них средства федерального бюджета составляют почти 30%, т.е. из государственной казны на развитие туризма потратят 96 млрд. рублей (в 2013 г. году из бюджета на туризм выделено 120 528,1 тыс. рублей, в 2014 г. — 106 205,3 тыс. рублей, в последующий период до 2020 г. включительно на реализацию Программы будет ежегодно выделяться по 106 412,1 тыс. рублей). Свыше 60% финансирования приходится на привлеченные внебюджетные активы.

В целях создания благоприятных условий для развития государственно-частного партнерства в сфере туризма и эффективной реализации целевых программ при Ростуризме создана отдельная рабочая группа по разработке и реализации мер по привлечению средств внебюджетных источников, особенно в части капитального строительства объектов обеспечивающей инфраструктуры, заключен ряд крупных соглашений сотрудничества в сфере туризма с различными серьезными финансовыми институтами, такими как Внешэкономбанк и др. В рамках данных соглашений будут предприняты совместные действия по финансированию инвестиционных проектов, в том числе подготовка рекомендаций по оценке бизнес-проектов и снижению рисков, связанных с инвестициями в сфере туризма.

Главной целью, стоящей перед туристской отраслью, Федеральная программа определяет создание в России высококонкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса, без которого невозможно упрочение России на международном туристском рынке как благоприятного для туризма направления. Одними из приоритетных задач в этом направлении являются поднятие туристского имиджа страны, совершенствование и комплексное приведение российского законодательства о туристской деятельности в соответствие с международно-правовыми нормами, правилами и стандартами, защита прав и законных интересов туристов, выезжающих за рубеж. Основными проблемами туристской отрасли России в Программе обозначены: недостатки инфраструктуры и транспортной составляющей, отсутствие профессиональных кадров, дороговизна и ограниченность сформированного туристского продукта. Отмечается также негативный имидж нашей страны за рубежом и отсутствие положительного информационного фона.

В рамках Программы предполагается к 2020 году увеличить объем платных услуг, оказываемых населению в сфере внутреннего и въездного туризма (включая услуги турфирм, гостиниц и аналогичных средств размещения), до 1 250,20 млрд. рублей (по

сравнению с 276,00 млрд. рублей в 2013 г.). При этом планируется увеличить количество средств размещения, классифицированных в соответствии с системой классификации гостиниц и иных средств размещения, с 685 единиц в 2013 г. до 4000 к 2020 г. В перспективе количество иностранных граждан, въезжающих в Российскую Федерацию, должно вырасти до 38,7 млн. в год (по сравнению с 27 млн. человек в 2013 г.).

Реализацию Программы планируется осуществить в три этапа:

- на первом этапе (2013—2015 гг.) будут сформированы правовые, организационные и методические условия, необходимые для эффективной реализации Программы, в том числе проведение работ по изучению и оценке туристского потенциала Российской Федерации, совершенствование нормативно-правовой базы в сфере сохранения и развития российской туристической индустрии;
- второй этап (2016—2018 гг.) ориентирован на внедрение инноваций, обеспечивающих выход на современные стандарты качества туристских услуг и др., будет осуществлена модернизация и развитие туристской инфраструктуры, создание условий для развития туристско-реакционных кластеров;
- на третьем этапе (2019—2020 гг.) будут продолжены внедрение инноваций и модернизация сферы туризма, в полной мере будет проводиться мониторинг, контроль и оценка их эффективности, выявление и внедрение лучшего российского и зарубежного опыта управления в сфере туризма, регулярное информирование общественности и других заинтересованных сторон о ходе реализации государственной программы и др.

Одними из целевых индикаторов реализации Программы является доля объектов культурного наследия, находящихся в удовлетворительном состоянии, в общем количестве объектов культурного наследия федерального, регионального и местного (муниципального) значения; количество посещений организаций культуры по отношению к уровню 2010 г., а также прирост численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, по отношению к 2012 г.

Ожидаемые результаты от реализации Программы:

- перевод отрасли на инновационный путь развития, превращение культуры и туризма в наиболее развитые и привлекательные сферы общественной деятельности, в том числе через широкое внедрение информационных технологий;
- повышение качества государственного управления и эффективности расходования бюджетных средств через создание механизмов противодействия угрозам национальной безопасности в сфере культуры и туризма во взаимодействии с профессиональными творческими союзами, ассоциациями и институтами гражданского общества;
- достижение необходимого уровня эффективности государственно-правового регулирования сфер культуры и туризма;
- выравнивание уровня доступности культурных благ и художественного образования независимо от размера доходов, места проживания и социального статуса граждан Российской Федерации и т.д.

Кроме того, предполагается создание единого информационного пространства, содействующего обеспечению согласованности решений, принимаемых федеральными органами государственной власти, органами власти субъектов Федерации и органами местного самоуправления на основе создания и развития федеральных и региональных информационных систем и сетей, обеспечения их совместимости и взаимодействия в едином информационном пространстве России на базе современных информационных технологий, международных стандартов, общероссийской системы классификации и кодирования информации.

Основная концепция планирования туризма в регионе заключается в том, что эту деятельность следует рассматривать как взаимосвязанную систему, включающую

внешние и внутренние факторы, непосредственно и косвенно влияющих на среду туристского региона.

Для эффективного развития туристского региона необходимы определенные институциональные элементы, к которым относятся:

- организационные структуры, в частности, государственные туристские ведомства и ассоциации частного сектора, например, гостиничные ассоциации;
- законодательство и правила, относящиеся к туризму. Например, стандарты и лицензионные требования для гостиниц и туристских фирм;
- учебные заведения и их программы образования и профессиональной подготовки квалифицированных кадров для сферы туризма;
- наличие финансовых средств для развития туристских достопримечательностей, объектов, услуг и инфраструктуры, а также механизмы привлечения инвестиций;
- маркетинговые стратегии и программы продвижения туризма, нацеленные на информирование туристов о соответствующей стране или регионе и направленные на стимулирование посещения этого региона; а также туристские информационные службы в принимающих центрах;
- упрощение туристских формальностей (включая визовые требования), таможенных формальностей и обеспечение других объектов и услуг в пунктах въезда и выезда туристов;
- институциональные элементы, включающие в себя методы распределения экономических выгод туризма, меры по охране окружающей среды, смягчению отрицательных социальных воздействий и сохранению культурного наследия населения, проживающего в туристских регионах.

Стратегическое развитие туристского региона предполагает разработку механизма, благодаря которому произойдет мультиплекативное саморазвитие туризма, будет повышаться роль и стимулироваться заинтересованность местных органов власти и населения в повышении качества туристских ресурсов, развитии социальной инфраструктуры, транспорта, связи, систем телекоммуникации, культуры, народного творчества и промыслов. Признано, что туризм следует развивать на контролируемой, комплексной и устойчивой основе, применяя принципы разумного и эффективного планирования. Благодаря такому подходу туризм может принести региону значительные экономические выгоды, не порождая при этом каких-либо серьезных экологических и социальных проблем и неблагоприятных последствий.

При планировании развития туристского региона должна учитываться необходимость развития региональной индустрии туризма на основе соблюдения принципов устойчивого развития. Планирование туризма на основе концепции устойчивого развития имеет исключительно важное значение, потому что подавляющий объем развития туризма связан с достопримечательностями и видами деятельности, относящимися к природной среде, историческому наследию и культурным моделям соответствующих регионов. Если эти ресурсы будут ухудшаться или разрушаться, то туристские регионы не смогут привлекать туристов и туризм не будет успешным и эффективным.

Это требует от органов государственной власти на всех уровнях хозяйствования при разработке стратегии развития конкретных туристских регионов и страны в целом соблюдения основополагающих тенденций устойчивого развития

Особый упор делается на разработку и принятие политики и планов развития туризма для определенного региона, что позволяет руководить принятием решений относительно мероприятий по продвижению туристского продукта. Планирование туризма в регионе следует рассматривать как поступательный и гибкий процесс. Слишком жесткое планирование может не позволить процессу развития реагировать на изменения, так как могут иметь место проблемы изменения политики на государственном уровне,

техногенные и социальные катаклизмы, прорывы в транспортной технологии, появляться новые формы туризма и меняться рыночные тенденции. При предании плану гибкости не следует забывать его цели и основные задачи, даже в случае, если меняются конкретные модели развития, способы и методы реализации поставленных задач.

В настоящее время планирование как постановка целей, задач, определение стратегии и тактики их реализации на базе воздействия необходимых экономических ресурсов представляет собой переход от директивного планирования к индикативному. **Индикативное планирование** как процесс формирования системы определенных экономических и социальных параметров (индикаторов), характеризующих состояние и развитие страны (отрасли), является наиболее приемлемой для условий рыночной экономики и широко распространенной во всем мире формой государственного планирования макро- и мезоэкономического развития. Индикативный план не имеет директивного характера, а содержит ограниченное число обязательных заданий и носит в значительной мере направляющий, рекомендательный характер.

Индикативное планирование развития туристского региона, основывающееся на анализе спроса и предложения на региональные туристские услуги, требует наличия большого объема информации о потребителях и производителях туристских услуг; о факторах, влияющих на туристский спрос, и характере этого влияния, а также о существующих тенденциях изменения уровня потребления. Однако в настоящее время это вызывает у российских специалистов некоторые проблемы в связи с отсутствием методического единства по вопросам исследования спроса и предложения в области туризма. Поиск, сбор и анализ информации по вышеперечисленным вопросам целесообразно осуществлять с помощью маркетинга.

Как отмечают эксперты из Ростуризма, в настоящее время многие субъекты Российской Федерации принимают собственные целевые программы развития туризма, что способствовало появлению новых региональных точек роста российской туринаустрои. Так, в лидеры российского туристского рынка помимо Москвы и Санкт-Петербурга выходят и Бурятия, которая в 4 раза увеличила поток въездного туризма, и Карелия, где объем доходов от туринаустрои превысил деревообрабатывающую промышленность, и Алтайский край, принимающий более 1 млн. 200 тыс. туристов в год. В регионах в условиях дефицита ресурсов начинают рассматривать туризм как локомотив социально-экономического развития. Принятие и, главное, реализация целевых программ развития устойчивого туризма в регионах, обладающих значительным рекреационным потенциалом, на внутреннем уровне обеспечивает приток туристов, создает единство туристов и работников индустрии туризма со сторонниками защиты окружающей среды, а также местным населением, заинтересованным в повышении уровня жизни, на внешнем уровне — позволяет создать привлекательный имидж региона на международном туристском рынке.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Провести сравнительный анализ трех-четырех региональных программ развития туризма с точки зрения их структуры и содержания. Объектом сравнения должны служить:

- структура программы;
- процесс ее утверждения;
- постановка целей, задач программы и адекватность включенных в нее мероприятий по их реализации;
- соответствие региональной программы реализуемым в настоящее время федеральным программам в области туризма;
- процесс мониторинга реализации программы развития;
- показатели эффективности реализации мероприятий и программы в целом.

2. На основе проведенного анализа разработать методические рекомендации по разработке региональных программ развития туризма.

3. Провести анализ Федеральных программ развития туризма в РФ, принятых и реализуемых за последние 20 лет.

Объектом сравнения должны служить:

- цели и задачи, их адекватность и реальность выполнения;
- зависимость поставленных целей и задач от существующей в то время экономической ситуации и общего уровня развития туризма в стране;
- степень выполнения запланированных мероприятий;
- степень решения поставленных целей и задач;
- преемственность программ развития.

4. По результатам выполнения задания 3 подготовить аналитический доклад.

Образовательные технологии: интерактивная форма проведения занятия.

Формы контроля самостоятельной работы: проверка конспектов, собеседование.

Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций: устный опрос, тестирование.

Тест по теме:

К достоинствам структурных моделей относят:

5. Возможность получения многовариантных прогнозов на базе ЭВМ;
6. Высокую стоимость работ, связанных с разработкой и реализацией этих моделей;
7. Возможность получения взаимно сбалансированных прогнозов по большому числу показателей
8. Широкие возможности использования при прогнозировании циклического развития исследуемых объектов.

Планирование рассматривают как:

5. Процесс обработки информации для принятия наилучшего решения
6. Как процесс разработки плановых документов с их последующей корректировкой
7. Как процесс определения источников финансирования на данный момент
8. Как процесс детального описания объекта исследования со всех сторон

Основными методами планирования являются:

6. Нормативный;
7. Программно-целевой;
8. Балансовый;
9. Графический
10. Регрессионный

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Перечень основной литературы

1. Бозо Н.В. Территориальное планирование. Часть I. Стратегическое планирование: учебное пособие / Бозо Н.В.- Н.: Новосибирский государственный технический университет, 2013. - 211с. <http://www.iprbookshop.ru/45043>
2. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса (8-е издание): учебное пособие / Виноградова М.В., Панина З.И.- М.: Дашков и К, 2014.- 446 с. <http://www.iprbookshop.ru/24799>
3. Виноградова С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С.- М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. -208 с. <http://www.iprbookshop.ru/15712>
4. Виноградова С.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Виноградова С.А., Сорокина Н.В., Жданова Т.С.- С.: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. -158 с. <http://www.iprbookshop.ru/16742>
5. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. - 2-е изд., доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 188 с. - (Серия : Университеты России). - ISBN 978-5-534-07278-5. www.biblio-online.ru/book/09818D69-D505-48C1-8431-4C5D09285339
6. Молокова Е.И. Планирование деятельности предприятия: учебное пособие / Молокова Е.И., Коваленко Н.П.- С.: Вузовское образование, 2013. -196 с. <http://www.iprbookshop.ru/11394>
7. Стёпочкина Е.А. Планирование и прогнозирование в условиях рынка: учебное пособие / Стёпочкина Е.А.- С.: Вузовское образование, 2015. -152 с. <http://www.iprbookshop.ru/29290>

Дополнительная литература

1. Мавлютов Р.Р. Макроэкономическое планирование и прогнозирование: учебно-методическое пособие / Мавлютов Р.Р.- В.: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2015.- 36 с. <http://www.iprbookshop.ru/44378>
2. Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса: практикум / Панина З.И., Виноградова М.В.- М.: Дашков и К, 2015.- 244 с. <http://www.iprbookshop.ru/5101>
3. Прогнозирование и планирование: учебно-методическое пособие / - М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016.- 24 с. <http://www.iprbookshop.ru/60828>
4. Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества: учебно-методическое пособие / - К.: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.- 44 с. <http://www.iprbookshop.ru/29713>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- <http://www.unwto.org> - Официальный сайт Всемирной туристской организации.
- <http://www.russiatourism.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации:
- <http://www.rata.spb.ru> - Официальный сайт Российского союза туристской индустрии.
- <http://www.tssr.ru> - Официальный сайт Федерации спортивного туризма России.
- <http://www.kukiani.ru> - Информационный портал о туризме.
- <http://tourlib.net> - Сайт "Все о туризме - туристическая библиотека".
- <http://tourest.ru>- Справочник по туризму.

Методические рекомендации по проведению практических занятий составил преподаватель кафедры туризма Черняк А. Ю.

