

UDC 330

Market Functions in Tourism

¹ Aynar G. Kogoniya² Marina G. Kvitsiniya

¹ Abkhazian State University, Republic of Abkhazia
1, Universitetskaya street, Sukhumi
student

² Abkhazian State University, Republic of Abkhazia
1, Universitetskaya street, Sukhumi
PhD (Economy), associate professor
E-mail: absu1@mail.ru

Abstract. Tourism competition growth in the world arena demands Abkhazia to improve the quality of the rendered services, as well as to increase the number of tour routes and diversify the types of tourism, for instance, equine tourism, hunting tourism, speleological tourism and ethnotourism, rapidly developing in recent years.

Keywords: function; tourism; market.

Предметом нашего исследования является туристский рынок. Изучение его конъюнктуры способно повлиять на управление туристической отрасли. Отметим, что эта проблема пока еще не получила должного научного внимания и мало исследована, несмотря на то, что на развитие курортно-туристической отрасли Республики Абхазии делается основная ставка в ее перспективном развитии.

Туристский рынок – это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно. Каждый производитель и потребитель туристского продукта имеет свои экономические интересы, которые могут не совпадать.

Туристский рынок довольно сложен, так как его товар чаще всего продается не напрямую, а через посредников (хозяйствующий субъект – туроператор – турагент – потребитель).

Принято считать, что рынок эффективно функционирует в том случае, если соблюдаются следующие основные условия:

- свободная конкуренция, при которой все участники рынка стремятся достичь своих целей (продать товар с максимальной прибылью или купить товар с минимальными затратами);
- наличие основных правил в области качества и безопасности выпускаемого продукта и оказываемых услуг;
- возможность свободного выбора потребителя.

Современный туристский рынок выполняет следующие *специфические функции*:

1. *Функция реализации стоимости и потребительной стоимости*, заключенных в туристском продукте. Это означает движение стоимости, которое отражается посредством обмена денег и туристского продукта. В результате этого обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туризма.

2. *Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя* (туриста). Реализуется посредством сети турагентов и туроператоров. Турист, потратив денежные средства на туристский продукт, удовлетворяет свои потребности в материальных и духовных благах. Следовательно, туристский рынок способствует возмещению затрат рабочей силы и воспроизводству главной производительной силы общества.

3. *Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду.* Заключается в том, что в процессе взаимообмена денег и туристского продукта на рынке распределение (как необходимая фаза воспроизводства) предстает в завершенном виде.

Туристский рынок имеет свои *специфические особенности*:

1. Туристские услуги неосязаемы. Важное значение имеет надежность продукта, гарантии обещанного уровня и качества, также исчерпывающая информация о потребительских свойствах тура. От этого зависит доверие к фирме со стороны клиентов и ее устойчивость на рынке.

2. При реализации туристского продукта имеется разрыв во времени между приобретением продукта и его потреблением, поэтому важны четкость и надежность каналов продвижения туристского продукта и ответственность фирмы, реализующей продукт.

3. На туристский спрос влияют сезонные колебания и неравномерность туристского потока. Уменьшение этих отрицательных явлений возможно методом дифференциации цен на элементы обслуживания по сезонам, а также через снижение емкости перевозок туристов.

4. Качество продукта в большей степени зависит от конкретных исполнителей, поэтому менеджмент внутри туристского предприятия должен постоянно развиваться.

Туризм в Абхазии носит сезонный характер. Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет.

Сезонность в туризме характеризуется следующими *признаками*:

- период максимальной интенсивности туристского потока называется главным туристским сезоном;

- туристский регион, туристская фирма в зависимости от развития вида туризма могут иметь один или несколько туристских сезонов;

- развитие в туристском отношении страны, регионы, центры, фирмы имеют более продолжительный главный туристский сезон, а интенсивность туристского потока не имеет ярко выраженной сезонной неравномерности, то есть значительные сезонные колебания характерны для невысокого уровня развития туристского предложения;

- сезонные колебания в туризме различны для отдельных видов туризма по времени.

Сезонность в туризме определяется целым рядом *факторов*:

- природно-климатических – количество и качество специфических благ для развития спортивного, оздоровительного, познавательного и других видов туризма;

- экономических – структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения;

- социальных – наличие свободного времени;

- демографических – дифференцированный спрос по половозрастному составу и другие признакам;

- психологических – традиции, мода, подражание;

- материально-технических – развитие сети размещения, питания, транспорта, культурно-оздоровительного обслуживания;

- технологических – комплексный подход в предоставлении качественных услуг.

Все перечисленные выше факторы сезонных колебаний можно подразделить на первичные и вторичные. К первичным относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий; ко вторичным – все остальные.

Следовательно, существует реальная возможность влияния на сезонную неравномерность спроса в туризме. Сезонность туризма ведет к сезонному характеру занятости работников туристской индустрии. Это имеет свои положительные и отрицательные стороны.

С одной стороны, туризм порождает неравномерное распределение рабочего времени (сверхурочные в туристский сезон и недостаточная загруженность рабочих в межсезонье) и, как следствие, значительный удельный вес не полностью занятых работников и текучесть кадров.

С другой стороны, сезонность туризма стимулирует многопрофильный характер рабочих мест, когда один и тот же работник выполняет разные функции в зависимости от сезонных особенностей.

Специфика развития туризма заключается в наличии значительного мультипликационного эффекта, проявляющегося в развитии ряда взаимосвязанных отраслей экономики: строительства, торговли, транспорта, связи, сети ресторанов, кафе, зон отдыха и развлечений.

Примечания:

1. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. М., 2004.
2. Рябцев А.А., Яковлев А.А. Индустрия отдыха и развлечений как элемент сферы услуг // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 211–214.
3. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. М., 2003.

УДК 330

Функции рынка в туризме

¹ Айнар Гариевич Когония
² Марина Георгиевна Квициния

¹ Абхазский государственный университет, Республика Абхазия
г. Сухум, ул. Университетская, 1
студент

² Абхазский государственный университет, Республика Абхазия
г. Сухум, ул. Университетская, 1
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: absu1@mail.ru

Аннотация. Усиление конкуренции на мировой арене в области туризма требует от Абхазии не только повышения качества оказываемых услуг, но и увеличения числа туристических маршрутов и разнообразия видов туризма, как, например, конного, охотничьего, спелеологического, а также активно развивающегося в последние годы этнотуризма.

Ключевые слова: функция; туризм; рынок.