

Мельникова А.В.,
студент,
Астраханский государственный университет
Россия, Астрахань

ОСОБЕННОСТИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

Аннотация: В статье рассмотрены и проанализированы отличительные особенности инфраструктуры туризма. Приведены примеры реализации специфической инфраструктуры. Произведен краткий анализ ключевых функций инфраструктуры туристского рынка.

Ключевые слова: инфраструктура туризма, специфическая инфраструктура, инфраструктура туристского рынка.

Melnikova A.V.,
student,
Astrakhan State University
Russia, Astrakhan

FEATURES OF TOURISM INFRASTRUCTURE

Abstract: In the article are the distinctive features of tourism infrastructure. Examples of specific infrastructure implementation are given. A brief analysis of the key functions of the infrastructure of the tourist market is made.

Key words: tourism infrastructure, specific infrastructure, tourism market infrastructure.

Развитие туризма, как и любого другого сектора экономики во многом зависит от общего состояния инфраструктуры рынка. Инфраструктуру туризма принято рассматривать, как комплекс взаимосвязанных структур и туристских ресурсов, направленных на

создание общих условий для реализации туризма и субъектов, обслуживающих туристскую деятельность.

К общей инфраструктуре относятся все те элементы, которые создаются не только для туризма в целом, но и для других сфер и отраслей (электрокоммуникации, транспортные системы, водоснабжение и др.). Для обеспечения туризма данные составляющие используются как общие ресурсы, но без них туризм не может функционировать[2].

Однако, на сегодняшний день стала четко прослеживаться тенденция к выделению специальных единиц, обслуживающих исключительно туристскую сферу. К примеру, в совокупности институциональной инфраструктуры рассматривают законодательные акты, имеющие отношение исключительно к туризму, а также деятельность страховых компаний, непосредственно взаимодействующих с туристскими предприятиями. Отсюда следует, что существует специфическая инфраструктура, которая используется и создается преимущественно для туристских целей. Следует понимать разницу между инфраструктурой, созданной человеком (гостиницы, парки, музеи и т.п.) и инфраструктуру, созданную природой и используемую в туристских целях (реки, скалы, водопады и т.п.)[1,2].

В инфраструктуру туризма включены разнообразные туристские ресурсы. Данные ресурсы являются той основой, которая формирует туристский интерес, а также обеспечивает высокую мотивацию туристов.

Туризм-это сложное общественное явление, заключающее в себе множество различных видов туризма. Для реализации конкретного требуются определенные компоненты инфраструктуры, в частности, специфической.

Неспецифическая инфраструктура для любого вида туризма включает в себя стандартные компоненты инфраструктуры, используемые

для всех видов туризма. К ним можно отнести транспортные средства, объекты размещения, предприятия питания, объекты рекреации и т.п.

Специфическая инфраструктура существует для реализации определенного вида туризма. Допустим, лечебно-оздоровительный невозможен без наличия оздоровительных комплексов, надлежащих природно-климатических условий и наличия оздоровительных источников. Для каждого вида туризма возможно выделить наиболее традиционные компоненты инфраструктуры, которые обеспечивают основные потребности выбранного вида туризма[2,3].

Характерная инфраструктура является базой для создания основного туристского продукта. С маркетинговой точки зрения для привлечения туристов необходимо наличие отличительных черт предоставляемого туристского продукта. Для этого как правило создается сопутствующая инфраструктура. Именно она будет создавать дополнительную привлекательность и образовывать новые мотивы для туристов, тем самым повышать аттрактивность дестинации.

Инфраструктура рынка представляет собой организационно-экономическую систему, обеспечивающую общие условия для эффективного динамического движения товаров от продавца к покупателю в неразрывной связи с финансовыми и информационными потоками с помощью системы организаций и институтов рынка.

Что касается инфраструктуры туристского рынка, то она обладает рядом особенностей. Прежде всего представляет собой организационно-экономическую систему, определяющую движение туристских продуктов и услуг от продавца к покупателю, совокупность институтов и организаций, обслуживающих туристский рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования.

Среди ключевых функций инфраструктуры туристского рынка следует выделить: обеспечение взаимодействия покупателя и продавца туристских товаров и реализация интересов всех участников рыночных отношений в сфере туризма; регулирование туристского товарооборота путем саморегулирования субъектов рыночных отношений в соответствии с конъюнктурными колебаниями туристского рынка, а также организационно-правовое обеспечение всех операций, осуществляемых между субъектами туристского рынка. Следует отметить, что субъектами туристского рынка могут выступать производители туристских услуг, посредники, продавцы и сами туристы[2].

Развитая инфраструктура туристского рынка способствует повышению оперативности и эффективности деятельности участников туристского рынка за счет развития специализации отдельных субъектов и видов деятельности. Еще одной не менее важной задачей является обеспечение выполнения функции государственного регулирования и поддержки организованного товародвижения на туристском рынке, а также осуществление надзора над экономической деятельностью субъектов туристского рынка со стороны государства. [2,3].

Как известно, развитие инфраструктуры туризма в целом, оказывает прямое влияние, как и на состояние дел в социально-экономическом развитии регионов, так и в целом на обеспечение единого туристского пространства Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. -М. : Издательство Юрайт, 2019. -165 с.
2. Морозов, М. А. Экономика туризма: учебник для СПО / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 291 с.- с.65;

3. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии: учеб. пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 205 с.-с.113;