

Лекция 1. Введение

План лекции:

1. Предмет, содержание, цели и задачи курса.
2. Эволюция туризма в России
3. Исторические формы въездного международного туризма в России
4. Законодательная база внутреннего туризма
5. Экономическая функция внутреннего туризма

▣ *География внутреннего туризма* – раздел социальной (рекреационной) географии , изучающий закономерности и факторы территориальной организации туризма как одного из видов отдыха и отрасли хозяйства.



▣ **Цель** дисциплины: формирование знаний о рекреационно-туристской освоенности и перспективах развития туризма в различных регионах России.

▣ **Задачи:**

- ▣ - изучение природных и социально-культурных ресурсов российского туристского рынка
- ▣ - выявление специфики туристских регионов и специализированных региональных туристских центров.



Основная литература:

1.А.Ф. Арбузов « География туризма»- учебник СПО, М: Академия, 2009 г.

Дополнительная литература:

2.Н.С. Лукьянова « География туризма: туристские регионы мира и России» : практикум, М: КОНРУС, 2010 г.

3.Н.Г. Филиппова , В.Л. Погодина, Е.А. Лукьянова « География туризма»- учебник : «Бизнес-пресса» С-Петербург, 2007 г.

4.М.В. Асташкина и др. « География туризма»- учебное пособие СПО, М: Альфа-М, Инфра-М, 2008 г.

5.Д.С. Ушаков « Технологии выездного туризма»: ИЦ « Март» М-З-на-Д, 2007

6.Интернет-ресурсы





Развитие в России
внутреннего туризма (6,5 мин)



Эволюция туризма в России

период	название	характеристика	Развитие турорганизаций
До 1890-х	Просветительский	Путешествия связаны с познавательными, торговыми, политическими, религиозными целями. Для расширения кругозора и знакомства с достижениями разных народов, для лечения и оздоровления	отсутствует

период	название	характеристика	Развитие турорганизаций
1890-1917	Предпринимательский	Познавательно-экскурсионная направленность. Становление и развитие разных видов спортивного туризма	Образовались Русский туринг-клуб (Петербург, 1895). Русское горное общество (Москва.1901)
1917-1930	Туристско-экскурсионный	Формирование рынка туристских услуг и туристской инфраструктуры. Появление туристских бюро и обществ с целью активизировать массовый отдых трудящихся и удовлетворять потребности в изучении культурных ценностей и природы России	В 1920 г. появилось Объединенное лекционно-экскурсионное бюро. В 1925 г- Государствен-ное АО « Советский турист», в 1929- ВАО «Интурист»

период	название	характеристика	Развитие туристских организаций
1930-1990	Административно-нормативный	Создание материальной базы для рекреационного туризма, лимитирование выездного туризма. С 1970-х туристско-экскурсионное дело вошло в быт. Советский туризм отличается жестким нормированием и планированием	В 1958 создано Международное молодежное бюро «Спутник»
С 1990	Переходный	Переход от административного распределения к коммерческой торговле. Разрушение старой материальной базы. Рост выездного туризма, сокращение внутреннего	На рынке РФ работает 8 тыс. фирм, 6 тыс. из которых имеют лицензию на международную деятельность.



▣ *Справка*

- ▣ В 18 в. модно посылать молодых аристократов в ознакомительную поездку по Европе
- ▣ В советское время «одаривались» путевками победители производства. Цена профсоюзной путевки 1/10 цены
- ▣ Главными здравницами стали черноморское побережье Крыма и Кавказа, где отдыхали не только по путевкам, но и «дикарями»
- ▣ В 1990-х годах темпы туристской отрасли замедлился в связи с резким падением доходов россиян.





- ▣ ***3. Исторические формы въездного международного туризма в России***
- ▣ **Въездной международный туризм**- путешествия, организуемые для граждан зарубежных государств по территории своей страны, связанные с пересечением ими государственной границы и совершаемые с некоммерческими целями на срок не менее одних суток и не более полугода.



- Международный въездной туризм в России имеет колоссальный потенциал, хотя пока далеко не идеальное состояние туристского бизнеса и туристской инфраструктуры.
- *Потенциал российского въездного туризма объясняется:*
- 1. наличием у нашей страны многочисленных туристских ресурсов (природных, бальнеологических, культурных, исторических, этнологических- 182 народности)



- 2. интерес к России и происходящим в ней событиям (страна « наследница сверхдержавы», внешняя и внутренняя политика , которая определяет расстановку сил на мировой арене.)
- 3. культура российских народов, благодаря мировой известности писателей, художников, композиторов, режиссеров;



ШИШКИН





Репин « Не ждали»

Репин « Иван Грозный и сын »



Васнецов «Три богатыря»



Айвазовский «Девятый вал»



□4. исторические триумфы (военные победы, торжество науки, технологий, трудовые подвиги);



- С 2004 г. города Москва и Санкт-Петербург , уверенно вошли в десятку самых «узнаваемых» городов мира наряду с Парижем, Римом, Лондоном, Афинами, обогнав Стокгольм, Мадрид, Вену, Стамбул.



Задание: Создать туристские брэнды России : из природы, культурно-исторических объектов, природных явлений, героев и персонажей, позволяющих повысить привлекательность страны и регионов





ТУРИСТИЧЕСКАЯ РОССИЯ

Задание: Создать туристские брэнды России. из культурно-исторических объектов, природных явлений, героев и персонажей , позволяющих повысить привлекательность страны и регионов





- 5. сравнительно высокая квалифицированная рабочая сила.
- Большинство жителей нашей страны могут общаться хотя бы на одном иностранном языке, имеют высшее образование, разделяют общепринятые либеральные и демократические ценности, что делает пребывание иностранцев в России более комфортным.



▣ *Формирование туризма в России*

- ▣ Одним из первых проектов стало северное побережье Финского залива (современная Финляндия)
- ▣ После постройки ж.д. из Москвы на юг, стал развиваться туризм на Южном берегу Крыма. Ялта стала излюбленным местом отдыха императорской семьи.
- ▣ Открытие и признание лечебных свойств уникальных вод района Кавказских Минеральных вод дало толчок развитию лечебно-оздоровительного туризма в Пятигорске. Кисловодске и Железноводске.







alex wind
kubanphoto



- Одним из наиболее грандиозных туристских проектов в Российской империи стало основание Гагры (Абхазия)
- Благодаря появлению отечественных курортов в России появляются первые зарубежные отдыхающие.
- Усиление пароходных компаний стимулирует круизный туризм по рекам и озерам России. Проводить время в круизах становится модным как среди россиян, так и среди иностранцев.



- Довоенный период (до 1941 г) отличается чрезвычайно сложными условиями жизни населения России , как и всей Европы.
- Мировые войны надолго выбили туристские поездки.
- Имидж советской власти, необычайно жестокой к собственному населению не вызывал желания у иностранцев посещать Советский Союз.
- А возведенный «железный занавес» на долгое время парализовал въездной туризм.



- С 50-х годов 20 века начинается новый этап освоения Советского Союза.
- Большинство здравниц Крыма, Черноморского побережья Кавказа и Закавказья, Прибалтики, горнолыжных и бальнеологических зон были введены в 50-е годы 20 века
- Простраивались гостиницы, отличающиеся большим номерным фондом и выгодным месторасположением.



- Внутрисоюзный туристский поток значительно опережал темпы развития въездного туризма в СССР.
- Это можно объяснить негативным имиджем Союза в глазах жителей капиталистических стран.
- Холодная война, «железный занавес», информационные войны, события в Чехословакии, ввод советских войск в Афганистан и невосприятие советской государственной системы формировали образ СССР как «империи зла», основная масса жителей которой - дикие, необразованные, но фанатически верящие в светлое будущее коммунизма люди.





- Большинство (до 85 %) посетителей в 50-60-е годы были жители стран социалистического лагеря- Восточной Европы, Восточной и Юго-Восточной Азии, Кубы, а также развивающихся стран.
- С первого до последнего дня своего пребывания в Союзе турист (особенно капиталистической страны) находился под зорким наблюдением советских спецслужб.



- Наиболее посещаемыми иностранцами были Москва, Ленинград, Киев, Одесса, Ташкент, Баку, Тбилиси, прибалтийские республики, а также всесоюзные здравницы- Ялта, Сочи, Пицунда, Паланга, Юрмала, и горнолыжные курорты Кавказа- Домбай и Приэльбрусье.
- В России преобладал познавательный, идеологический и культовый туризм , отдых и лечение.
- В это время разработаны туристские бренды- **«Золотое кольцо России», «Речные круизы», « Кавказские Минеральные воды», « Русская зима»**



«Золотое кольцо»



Рыбинск

Мышкин

Кострома

Углич

Ярославль

Волга

Калязин

Ростов

Переславль-
Залесский

Иваново

Нерль

Юрьев-
Польский

Клязьма

Сергиев Посад

Александров

Суздаль

Кидекша

Гороховец

Москва

Клязьма

Владимир

Боголюбово

Ока

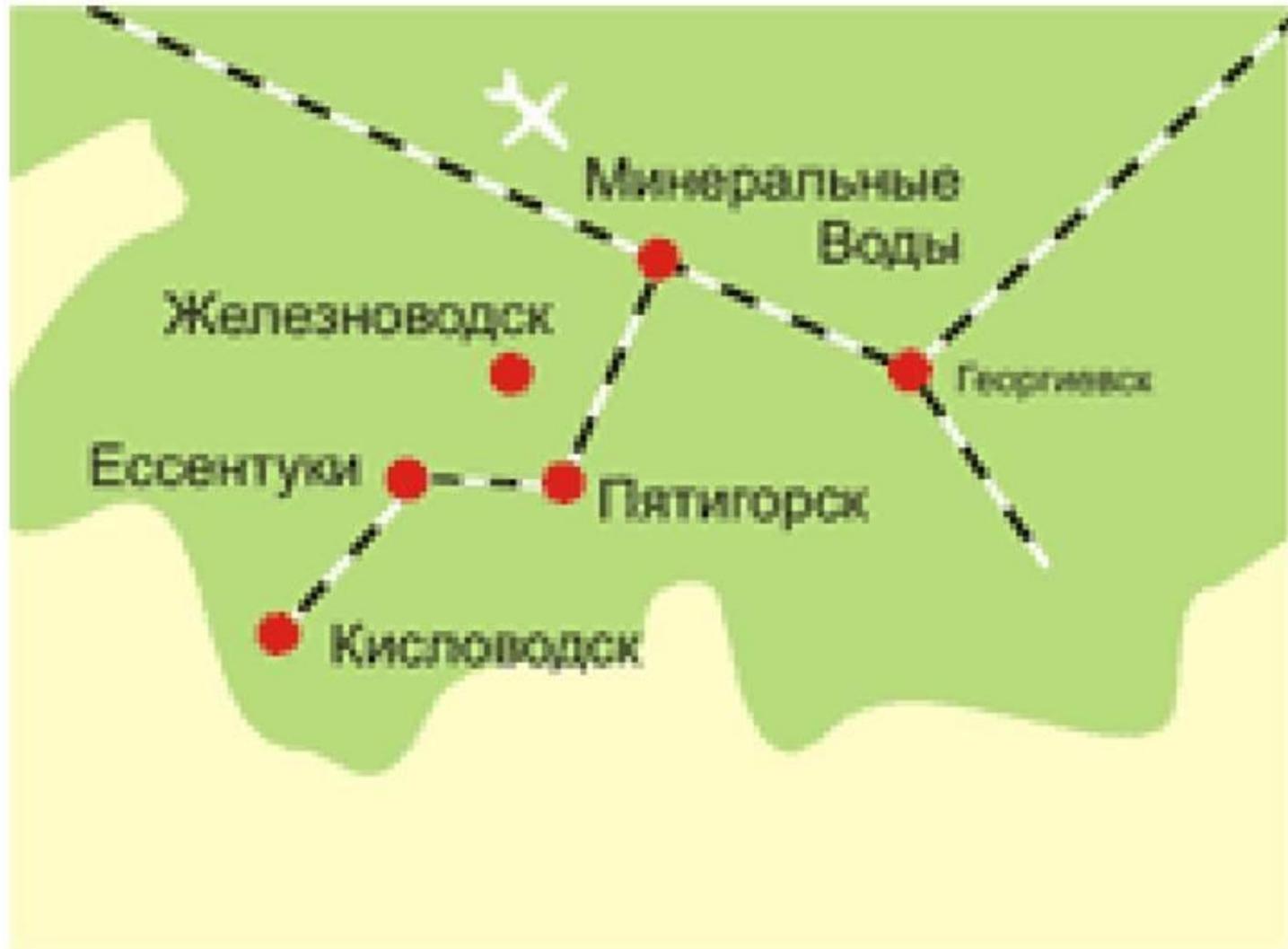
Гусь-Хрустальный

Муром

«Речной круиз»



КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ





**«ХОРОША ТЫ,
РУССКАЯ ЗИМА!»**

- *В административно-нормативном периоде (1930-1990)* популярны:
- - деловые поездки. (столицы, крупные промышленные центры и знаменитые ярмарки империи)- Нижний Новгород, Казань, Самара, Симбирск (Ульяновск), Астрахань, Царицын (Волгоград);
- - отдых, развлечение и лечение на отечественных курортах (Крым, КМВ, Гагры)
- - познавательный и обучающий туризм (мало) Санкт-Петербург: Академия наук, Академия художеств)



- В среднем Россию с различными некоммерческими целями посещали до 3 млн. иностранцев (немногом меньше настоящего времени) , из которых 83 % - жители государств Европы.
- Основным центром туризма стал Санкт-Петербург.
- Характерной чертой данного этапа является его элитарность, недоступность для широких слоев населения.
- Отсутствие единого информационного поля сдерживало въезд иностранцев.





- Прорывом в стереотипах о советской стране стала Олимпиада 1980 г. в Москве. Это было безупречно проведенное мероприятие, сооружение предприятий туристской инфраструктуры (в т.ч. самого большого в мире (по тем временам) отеля « Измайлово», комфортабельного «Космоса».
- Это стало вызывать интерес иностранцев к СССР.



Измайлово



Гостиница Космос



sochi.ru
2014

sochi.ru
2014



- **Перестройка (с 1991 г)** кардинально повлияла на въездной туризм.
- *С одной стороны* :
- ликвидация «железного занавеса» ,
- легализация валютных операций и частная предпринимательская деятельность ,
- политическое банкротство ,
- крах Коммунистической партии СССР, дальнейший развал СССР, вызвал огромный интерес со стороны стран-победителей в многолетней холодной войне.





- С другой стороны, стремительные темпы инфляции и обнищание россиян,
- разгул криминала и слабость новой демократической власти ,
- угроза распада России и локальные конфликты на всем постсоветском пространстве (Карабах, Таджикистан, Абхазия, Южная Осетия, Чечня) ,
- развал национальной промышленности и с/х формировали неблагоприятный туристский имидж России как коррумпированного и мафиозного государства.





- Интерес проявляли западные предприниматели, желающие успеть быстро и практически даром захватить емкость внутреннего туристского рынка.
- В 90-х годах в Москве, Подмосковье и других крупных деловых центрах страны сооружаются гостиничные предприятия, входящие в известные гостиничные цепи или работающие по франшизе, полностью ориентированные на обслуживание состоятельной иностранной публики. Обслуживали значительно лучше россиян.
- Уже в 1993 г. московские бизнес-отели признаны одними из самых дорогих в мире



- Постсоветский турбизнес (90-е годы) ориентируется на *выезд за границу*.
- Внутрироссийский туризм резко сократился из-за потери курортов Крыма и Кавказа, высоких цен на транспорт и цены на отдых .
- Россия на мировом рынке в 1990-х составляет менее 1 % мирового туризма (международный туризм)
- Туристский рынок в России стал не столько элементом досуга, сколько «челночной» формой международной торговли и средством перекачки валютных доходов за границу.



chullmicha757



chullmicha757
kubanphoto.ru

Краснодарский край, Крым, Севастополь, Голубая бухта. Вечерний закат.

- Современная ситуация на российском рынке *въездного туризма* характеризуется устойчивым количеством прибытий иностранных граждан. Такой рост скорее всего продлится недолго (уже в 2010 г.- турприбытия упали на 20 %) .
- Дело не в падении популярности России, а в несоответствии цены и качества турпродукта
- Количество повторных посещений России- одна из самых низких в Европе, а у иностранцев складывается отношение к нашей стране как к месту непозволительно дорогого отдыха, который можно позволить только раз в жизни



Международный туризм в России (в цифрах)



- **4. Законодательная база внутреннего туризма**
- Законодательная поддержка внутреннего российского туризма базируется на международных и национальных правовых актах.
- При этом все международные документы носят рекомендательный характер



- К основным *международным документам* рекомендательного характера относятся:
- Манильская декларация по мировому туризму (1980),
- Гаагская декларация по туризму (1989),
- решения Осакской конференции министров по туризму (1994),
- решения Конференции ООН по окружающей среде и развитию (1992),
- Хартия туризма и Этический кодекс туриста (1985),
- Директива ЕС по качеству туристских услуг и турпродукта в европейских странах (1993),





- *В России внутренний туризм регулируют следующие правовые акты:*
- Федеральные законы :
- Гражданский кодекс РФ;
- « О внесении изменений в Федеральный закон « Об основах туристской деятельности в РФ»»;
- В соответствии со статьями 3,4 Закона государство признает туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики РФ и важным направлением государственного регулирования сферы туризма является поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодельного туризма
- Закон « О защите прав потребителей»



Косвенное, но важное отношение имеет Федеральный закон от 23 февраля 1995 г. № 26-ФЗ « О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» . Он регламентирует порядок использования курортных местностей курортного фонда и условия отдыха и лечения населения.

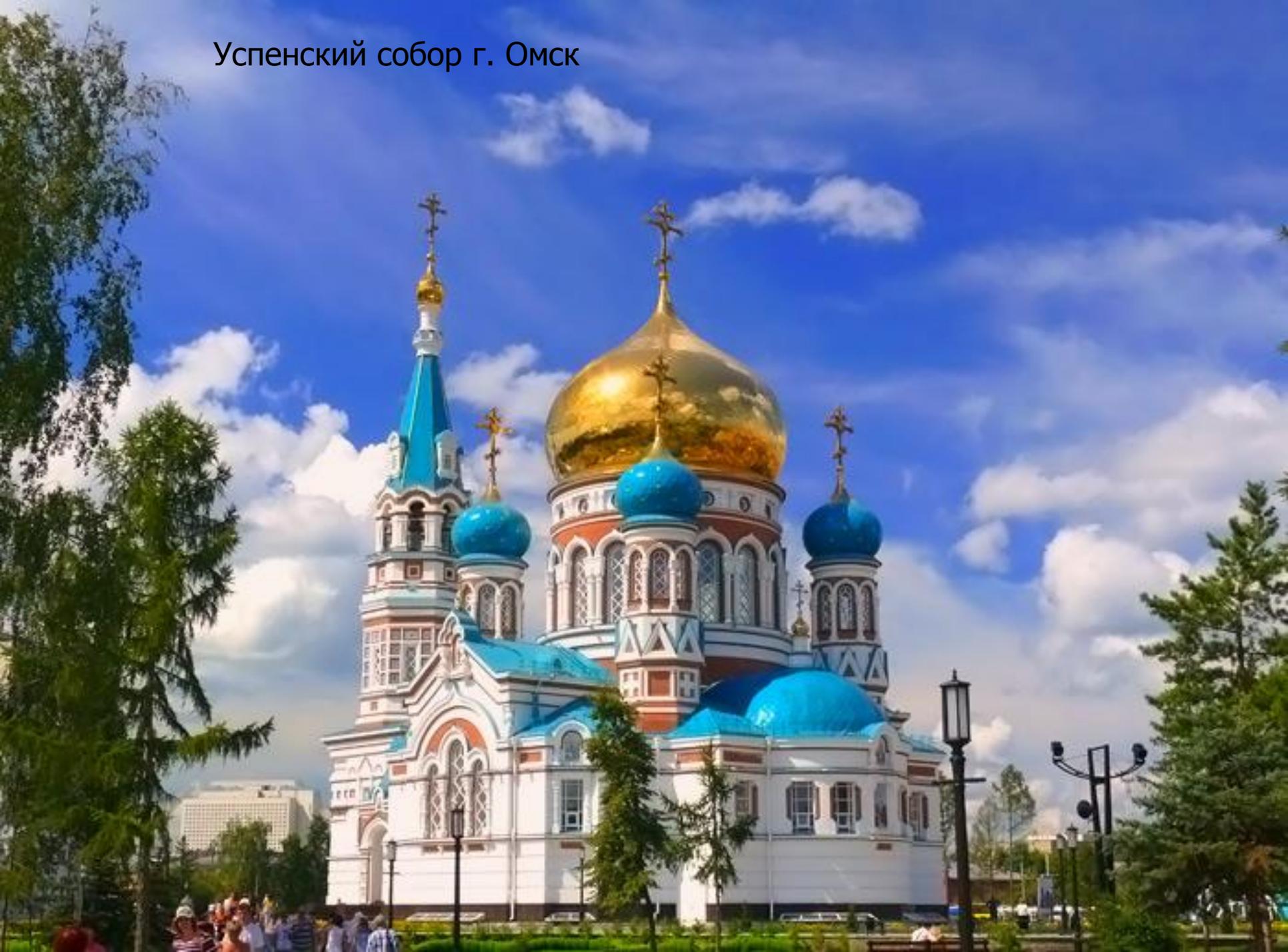
- «О техническом регулировании»;
- «О медицинском страховании граждан в Российской Федерации»;
- «О рекламе»;
- законодательные и иные нормативные акты, связанные с безопасностью туристов (1992-2005)



- Региональные власти также проявляют законодательные инициативы. Во многих субъектах РФ в конце 90-х гг 20 в. были приняты законы о региональной туристской деятельности.
- ***Ведомственная целевая программа «Развитие туризма в Омской области на 2011-2013 годы»***
- Постановление Правительства Омской области от 15.10.2013 N 251-п (ред. от 09.04.2014) "Об утверждении государственной программы Омской области "Развитие культуры и туризма" на 2014 - 2020 годы»
- ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ "РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА" НА 2014 - 2020 ГОДЫ (с изменениями на: 06.07.2016) –опубликована газета "Омский вестник" от 18 октября 2013 г. N 47



Успенский собор г. Омск



□ 5. Экономическая функция внутреннего туризма

- *Доля внутреннего туризма в ВВП колеблется от 6-8 % в европейских странах, до 1 % в США и 0,5 % в России (внутренний).*



- Экономическая функция туризма
- Имеет индустриальную форму, которая значительно расширяет и углубляет связи туризма с другими отраслями национальной экономики
- Создает новые рабочие места,
- Выступает пионером освоения новых районов,
- Ускоряет развитие национальной экономики
- Перераспределяет доходы в пользу районов, специализирующихся на туризме





- Служит ростом национального дохода, занятости , развития местной инфраструктуры.
- Характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций
- Выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия.
- Совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека.



Павел Воля –Туризм в России



Павел Воля- мы живем в России

