

**Рекреационная география –
наука о туризме и отдыхе, путешествиях и
путешественниках, странах и народах,
экономике и устойчивом развитии**

Н.В.Шабалина

***кафедра рекреационной географии и туризма
МГУ имени М.В. Ломоносова
2016г.***



Программа курса (36 часов):

- *Цель дисциплины* - дать целостное представление о территориальных туристско-рекреационных системах мира и РФ, ресурсах и условиях их формирования, закономерностях и тенденциях их развития.
- *Задачи курса:*
 - ознакомить с понятийным аппаратом рекреационной географии как науки,
 - рассмотреть основные пространственно-временные особенности туристско-рекреационного освоения территории и формирования научных подходов к ее исследованию;
 - изучить методологию и методику рекреационно-географических исследований,
 - раскрыть современные научные подходы к исследованиям рекреации и туризма,
 - дать представление о факторах, ресурсах и особенностях пространственно-временной организации туристско-рекреационных систем;
 - ознакомить с современными подходами к туристско-рекреационному районированию территории и пространственно-организационным формам развития туризма;
 - дать представление об отечественном и зарубежном опыте в области теории и практики туристско-рекреационного освоения территории.

Рекомендуемая литература:

- География туризма: учебник //Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
- История туризма: учебник //коллектив авторов ; отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.
- Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Новиков В.С., Аигина Е.В.. технологии управления и саморегулирования в сфере туризма. М.: Диалог культур, 2014. – 348 с.
- Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М.: МПСИ, Флинта , 2005. - 496 с.
- Менеджмент туризма: учебник //А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
- Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М.: Изд-во МГУ, 1981, 280 с.
- Основы туризма: учебник //коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

Источники информации.

Международные статистические базы

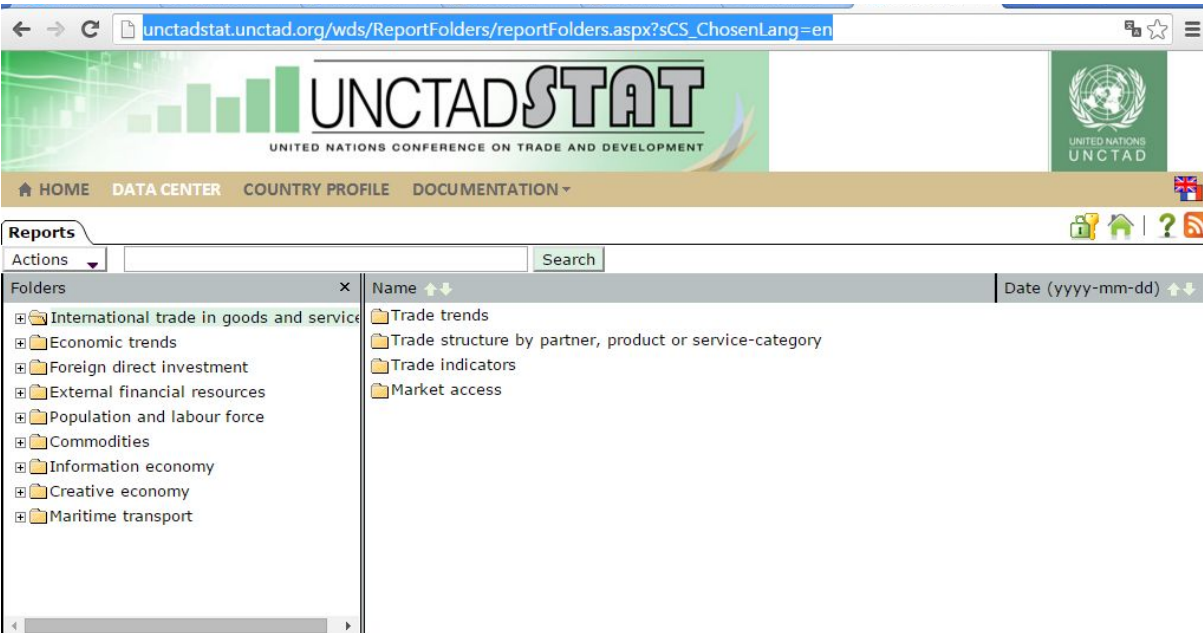
- The World Factbook (ЦРУ)
<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>

The screenshot shows the CIA World Factbook website. The browser address bar displays the URL: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>. The page title is "THE WORLD FACTBOOK". A navigation menu includes "ABOUT", "REFERENCES", "APPENDICES", "FAQs", and "CONTACT". A search bar prompts the user to "Please select a country to view". Below the navigation, a "WELCOME TO THE WORLD FACTBOOK" banner is visible. The main content area features a world map with a color-coded legend and a "SELECT A REGION OR CONTINENT" dropdown menu. The text on the page describes the Factbook as a resource for US policymakers, providing information on the history, people, government, economy, energy, geography, communications, transportation, military, and transnational issues for 267 world entities. A "WHAT'S NEW" section at the bottom right highlights a news item from October 16, 2015, regarding the Polynesian island nation that owns the Internet top-level domain extension of ".tv?".

Международные статистические базы

- UNCTADstat (ЮНКТАД)

http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en



The screenshot displays the UNCTADstat website interface. The browser address bar shows the URL: unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en. The page header features the UNCTADSTAT logo and the United Nations UNCTAD emblem. A navigation menu includes links for HOME, DATA CENTER, COUNTRY PROFILE, and DOCUMENTATION. Below the header, there is a "Reports" section with a search bar and a list of folders. The folders are organized into two columns:

Folders	Name	Date (yyyy-mm-dd)
International trade in goods and services	Trade trends	
Economic trends	Trade structure by partner, product or service-category	
Foreign direct investment	Trade indicators	
External financial resources	Market access	
Population and labour force		
Commodities		
Information economy		
Creative economy		
Maritime transport		

Международные статистические базы

- Data Worldbank (Всемирный банк, база данных)
<http://data.worldbank.org/russian>

The screenshot shows the Data Worldbank website for the Russian Federation. The browser address bar displays data.worldbank.org/country/russian-federation. The website header includes the World Bank logo and the tagline "Working for a World Free of Poverty". The main navigation menu includes "Home", "About", "Data", "Research", "Learning", "News", "Projects & Operations", "Publications", "Countries", and "Topics". The "Data" section is highlighted in red. Below the "Data" section, there are tabs for "By Country", "By Topic", "Indicators", "Data Catalog", "Microdata", "Initiatives", "What's New", "Support", and "Products". The page content for the Russian Federation includes the following information:

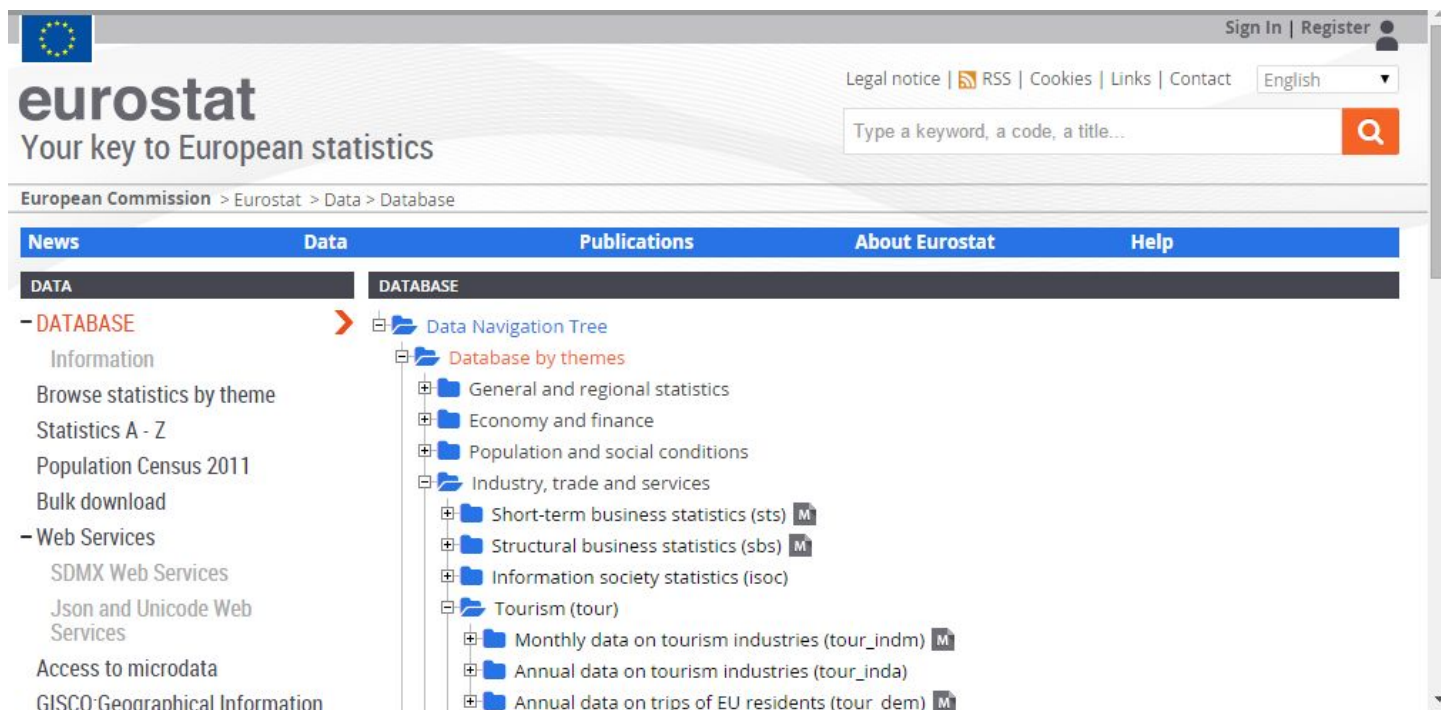
Income level	GDP (current US\$)
High income: nonOECD	\$1.861 trillion 2014
	Population, total
	143.8 million 2014

On the right side, there is a "BROWSE" section with a list of categories: World Development Indicators, Global Economic Prospects - Forecasts, Projects & Operations, Finances, Surveys, and Climate. At the bottom of the page, there is a "World Development Indicators" link and a "Help/Feedback" button.

Международные статистические базы

■ Eurostat (Евростат)

<http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>



The screenshot displays the Eurostat website interface. At the top, there is a navigation bar with the Eurostat logo, the text "Your key to European statistics", and links for "Sign In | Register", "Legal notice", "RSS", "Cookies", "Links", "Contact", and a language dropdown set to "English". A search bar is also present with the placeholder text "Type a keyword, a code, a title...". Below the navigation bar, the breadcrumb trail reads "European Commission > Eurostat > Data > Database". The main content area features a blue navigation menu with tabs for "News", "Data", "Publications", "About Eurostat", and "Help". Under the "Data" tab, there are two sub-sections: "DATA" and "DATABASE". The "DATABASE" section is expanded, showing a "Data Navigation Tree" with a "Database by themes" folder. This folder contains several sub-folders: "General and regional statistics", "Economy and finance", "Population and social conditions", "Industry, trade and services", and "Tourism (tour)". The "Industry, trade and services" folder is further expanded, showing sub-folders for "Short-term business statistics (sts)", "Structural business statistics (sbs)", and "Information society statistics (isoc)". The "Tourism (tour)" folder is also expanded, showing sub-folders for "Monthly data on tourism industries (tour_indm)", "Annual data on tourism industries (tour_inda)", and "Annual data on trips of EU residents (tour_dem)".

Международные статистические базы

- UNWTO (ЮНВТО)

- <http://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>

- <http://www2.unwto.org/annual-reports>

World Tourism Organization

UNWTO eLIBRARY

HOME TOURISM STATISTICS JOURNALS BOOKS FAQ CONTACT US HOW TO SUBSCRIBE

Enter words / phrases / DOI / ISBN / authors / keywords / etc. This Journal Search Advanced search

Most Read Most Cited

China: Country-specific: Basic indicators (Compendium) 2009 - 2013 (04.2015)

France: Country-specific: Basic indicators (Compendium) 2009 - 2013 (04.2015)

China: Country-specific: Arrivals of non-resident visitors at national borders, by nationality 2009 - 2013 (04.2015)

Browse by Economic Group

ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ЮНВТО/UNWTO)

- специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, является ведущей международной организацией в сфере туризма и путешествий;
- Была создана как международный конгресс официальных туристских ассоциаций в 1925 г. В Гааге;
- 1974 г. Международный союз официальных туристских организаций был преобразован во Всемирную туристскую организацию;
- в состав ЮНВТО входят 157 стран, 6 территорий и
- около 300 присоединившихся членов, представляющих предприятия частного сектора, учебные заведения, туристские ассоциации и местные туристские администрации

ЗАДАЧИ ЮНВТО

- Развитие
- Маркетинг
- Международные проекты
- Законодательство
- Внедрение инновационных технологий
- Образование

Д/З - привести примеры реализации задач ЮНВТО

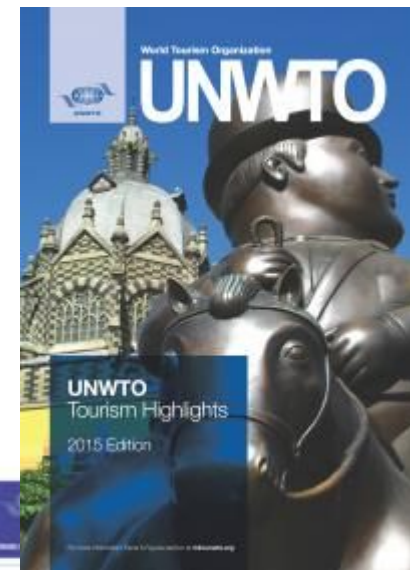
Международные статистические базы

■ Основные издания:

UNWTO Tourism Highlights,
2016 Edition

UNWTO world Tourism
Barometer January 2016

UNWTO Annual
Report 2015



Российские статистические базы

- Федеральная служба статистики - <http://www.gks.ru/>

- Федеральное агентство по туризму
<http://www.russiatourism.ru/>



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

- Министерство культуры Российской Федерации
<http://www.mkrf.ru/>

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ:

ТЕРМИН	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ТУРИЗМ	<p>-совокупность явлений и отношений, возникающих в результате путешествия людей до тех пор, пока это не приводит к их постоянному пребыванию в определенном месте и не связано с получением какой-либо выгоды</p> <p>- Временные выезды (путешествия) граждан российской федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.</p>
РЕКРЕАЦИЯ	<p>совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования людьми свободного времени для различных видов деятельности на специализированных территориях</p>
ТУРИСТСКАЯ ПОЕЗДКА	<p>поездка путешествующего лица в основное место назначения за пределами обычной среды менее чем на один год с любой целью (деловой, развлекательной и др.), кроме трудовой деятельности на предприятиях – резидентах в посещаемом месте</p>
ТУРИСТ	<p>- турист – это посетитель, путешествующий и прибывающий в местах за пределами привычной среды, сроком не больше 12 месяцев с какой угодно целью, кроме занятий деятельностью, которая оплачивается из источников посещаемых мест;</p> <p>- лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания. Путешествующее лицо, предпринимающее туристскую поездку и совершающее по меньшей мере одну ночевку в поездке</p>
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО	<p>часть социо-культурного пространства, связанного с организацией туристско-рекреационной деятельности.</p>

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ (продолжение):

ТЕРМИН	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА	<i>Социально-экономическая геосистема, состоящая из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих (рекреантов/туристов), природных и культурных комплексов, объектов туристского показа, инфраструктурных объектов и инженерных сооружений, обслуживающего персонала, научно-образовательных учреждений, информационной системы и органов управления</i>
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	<i>природные, культурно-исторические, социально-экономические устойчивые в пространстве и во времени характеристики территории (объекты и явления), способные удовлетворять потребности людей в туризме и отдыхе</i>
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИИ	<i>совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий реализации, способствующих удовлетворению туристско-рекреационных потребностей людей.</i>
ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ	<i>это территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, и удовлетворяющая следующим условиям: 1) наличие географических и административных границ; 2) наличие определенного набора туристско-рекреационных продуктов и услуг, 3) привлекательность ресурсов; 4) доступность (экономическая, транспортная и др.); 5) имидж и репутация, влияющие на ее конкурентоспособность на туристском рынке.</i>

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ (продолжение):

ТЕРМИН	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ	<ul style="list-style-type: none">- (в традиционном понимании) это совокупность потребительных стоимостей, произведенных и существующих в форме туристских товаров и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время туристского путешествия;- комплекс основных и дополнительных услуг, работ и товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста
ТУРИСТСКИЙ РЫНОК	<ul style="list-style-type: none">- сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;- система экономических, юридических, социальных отношений, связывающих большое количество производителей туристского продукта, реальных и потенциальных покупателей, способных и имеющих желание купить этот туристский продукт
ТУРИСТСКАЯ СИСТЕМА	<p>- представляет собой целостную в пространстве и во времени, динамичную, частично самоорганизующуюся и саморазвивающуюся социально-экономическую геосистему, эмерджентные свойства которой обеспечиваются достаточными организованными связями и отношениями элементов, воздействием факторов и условий (внешних и внутренних), а функционирование направлено на решение определенных туристских целей.</p>
ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ	<p>это территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, и удовлетворяющая следующим условиям: 1) наличие географических и административных границ; 2) наличие определенного набора туристско-рекреационных продуктов и услуг, 3) привлекательность ресурсов; 4) доступность (экономическая, транспортная и др.); 5) имидж и репутация, влияющие на ее конкурентоспособность на туристском рынке.</p>

РОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ

1-й классификационный признак:
отношение турпотоков к Государственной границе и



2-й классификационный признак:
сущностный (мотивационный)

- ### ВИДЫ ТУРИЗМА
- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. Купально-пляжный | 12. Этнографический |
| 2. Лечебно-оздоровительный | 13. Ностальгический |
| 3. Культурный | 14. Орнитологический |
| 4. Деловой (подвиды *) | 15. Шоп-туризм |
| 5. Круизный водный (подвиды: морской, речной) | 16. Экстремальный (подвиды ****) |
| 6. Религиозный | 17. Гольф-туризм |
| 7. Спортивно-оздоровительный (подвиды **) | 18. Дайв-туризм |
| 8. Горно-лыжный (подвиды ***) | 19. Военный (подвиды *****) |
| 9. Охотничий | 20. Секс-туризм |
| 10. Рыболовный | 21. Космический |
| 11. Сельский ("зеленый") | 22. Спортивный |
| | — Другие виды |

3-й уровень классификационных признаков:
формальные

- ### ФОРМАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ
- Число участников в туристской группе
 - Возрастной состав участников путешествия
 - Дальность путешествия
 - Продолжительность путешествия
 - Используемые транспортные средства
 - Источники финансирования путешествия (из средств туристов, социальная помощь - социальный туризм)
 - Способ организации путешествия (самостоятельный, организованный)
- Другие признаки

Блоки видов туризма:
событийный туризм;
экологический туризм

- | | |
|--|--|
| <h3>СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ (основные виды туризма)</h3> <ol style="list-style-type: none"> Культурный Спортивный Этнографический Деловой <p>— Другие виды</p> | <h3>ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ (основные виды туризма)</h3> <ol style="list-style-type: none"> Пешеходный Походы по экотропам Велосипедный Конный Дайвинг <p>— Другие природно-ориентированные виды туризма</p> |
|--|--|

туризм и рекреация

■ ТУРИЗМ (tourisme):

совокупность явлений и отношений, возникающих в результате путешествия людей до тех пор, пока это не приводит к их постоянному пребыванию в определенном месте и не связано с получением какой-либо финансовой выгоды

■ РЕКРЕАЦИЯ (recreatio):

совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования людьми свободного времени для различных видов деятельности на специализированных территориях

- **Определение понятия РГ:**
РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ – научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию деятельности человека в свободное время, особенности формирования и функционирования территориальных туристско-рекреационных систем
- **Объект РГ – ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА** – социальная геосистема - часть социо-культурного пространства, связанного с осуществлением и организацией туристско-рекреационной деятельности

- **Предмет РГ** – прямые и обратные связи (потоки вещества, энергии и информации) между элементами, входящими в ТТРС
- **Цель РГ** – исследование прямых и обратных связей между элементами, входящими в ТТРС, для развития туристско-рекреационной деятельности
- **Задачи РГ:**
 - Изучение природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов
 - Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий разного ранга
 - Изучение мотивов туристско-рекреационной деятельности
 - Изучение свободного времени
 - Проектирование и управление туристско-рекреационными системами разного ранга и организационной формы
 - Изучение процессов функционирования и трансформации туристско-рекреационных систем разного ранга



ПОЧЕМУ ТУРИЗМ?

Люди

50 лет устойчивого спроса – улучшение жизни гостей и хозяев



Обмен опытом

Средства к существованию

Поощрение предпринимательства

Борьба с бедностью

Рост продолжительности жизни

Повышение доходов

Рост благосостояния

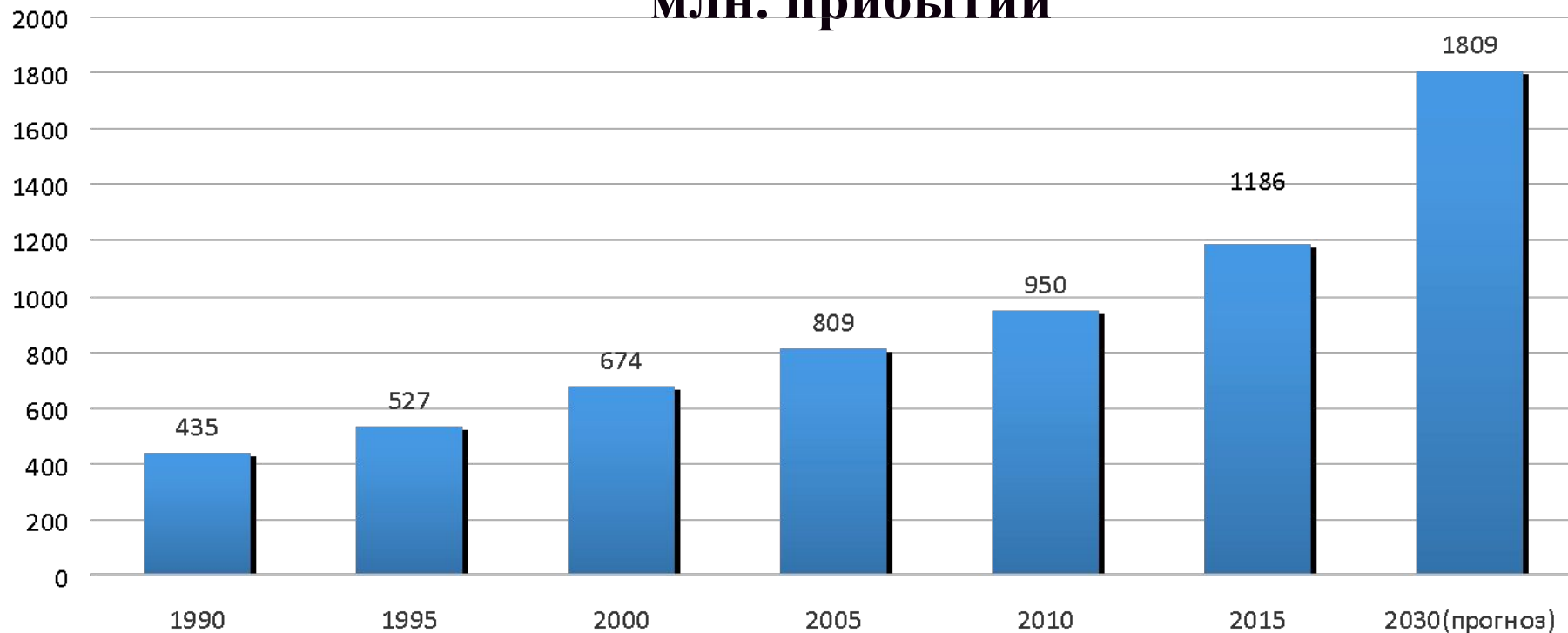
Облегчение доступа

Новые направления

Доступные тарифы

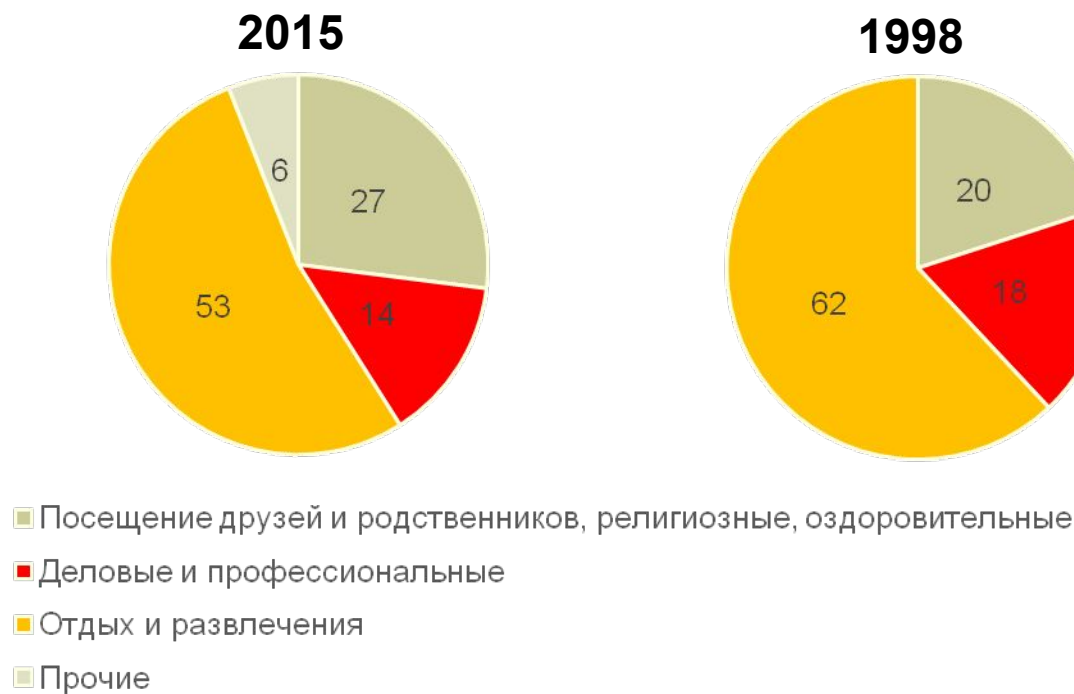


Международные туристские прибытия в целом по миру, млн. прибытий



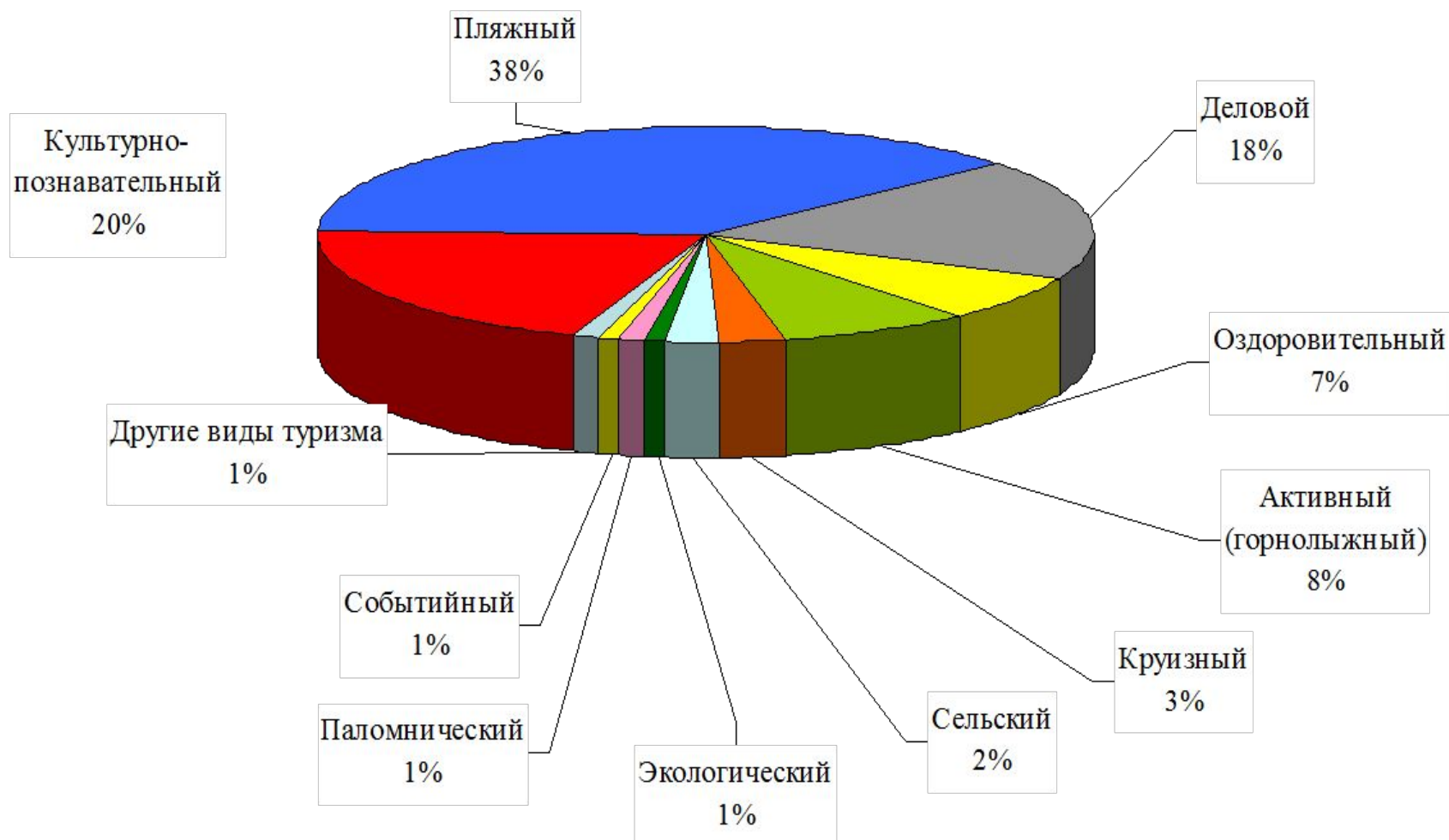
Число международных туристских прибытий в 2015 году равно 1186 млн., рост составил 52 млн. (+4.6 %) по сравнению с прошлым годом.

Цели международных туристских прибытий

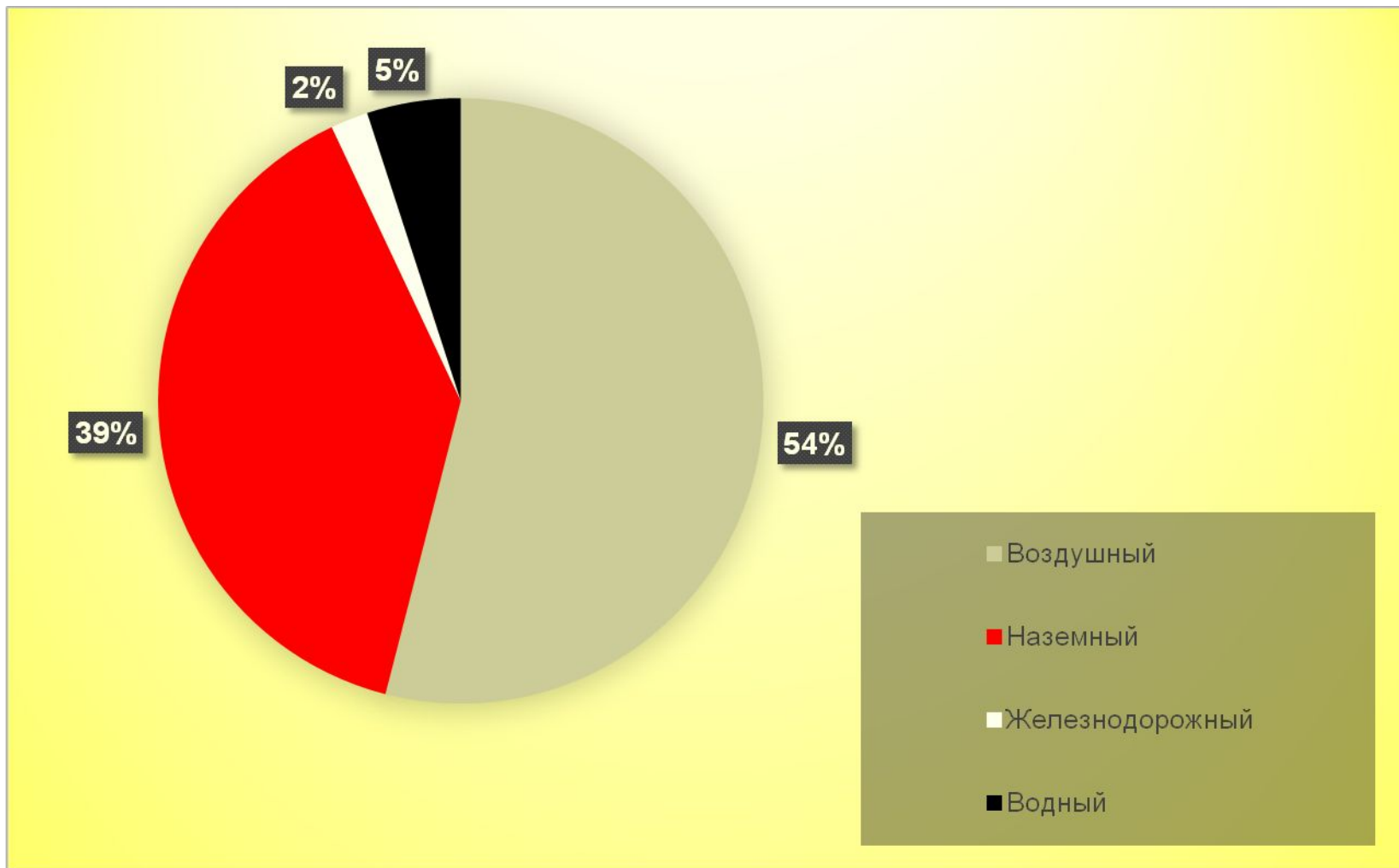


Это свидетельствует о продолжающейся диверсификации туристской деятельности, возникновении все новых видов туризма, которые существенно меняют масштабы и географию международных туристских потоков.

Виды туризма и их доля на российском рынке



Использование транспорта в туризме



Страны-лидеры по международным туристским прибытиям

Место	Страна	Туристских прибытии, млн		Процентное соотношение	
		2014	2015	14/13	15/14
1	Франция	83.7	84.5	0.1	0.9
2	США	75.0	77.5	7.2	3.3
3	Испания	64.9	68.2	7.0	5.0
4	Китай	55.6	56.9	-0.1	2.3
5	Италия	48.6	50.7	1.8	4.4
6	Турция	39.8	39.5	5.3	-0.8
7	Германия	33.0	35.0	4.6	6.0
8	Великобритания	32.6	34.4	5.0	5.6
9	Мексика	29.3	32.1	21.5	9.4
10	Россия	29.8	31.3	5.3	5.0

Экономика

Одна из крупнейших мировых индустрий, № 1 в сфере обслуживания

Мировой рынок

Внутренний рынок



Оборот туризма выше, чем у автомобилестроения, сельского хозяйства или электронной промышленности



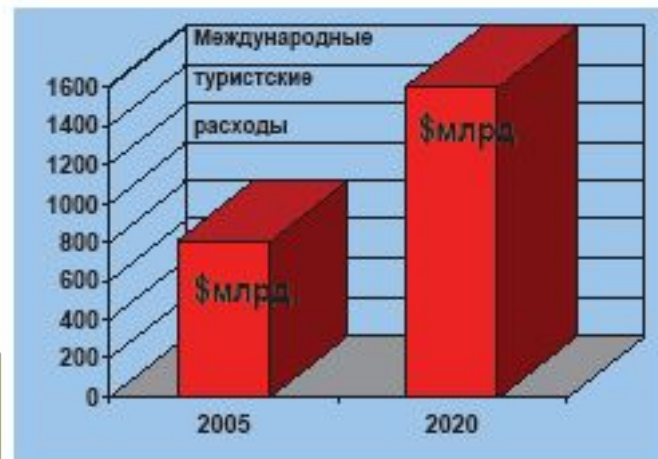
Миллиарды долларов ВВП

Сотни миллионов рабочих мест

Масштабный экспорт и инвестиции

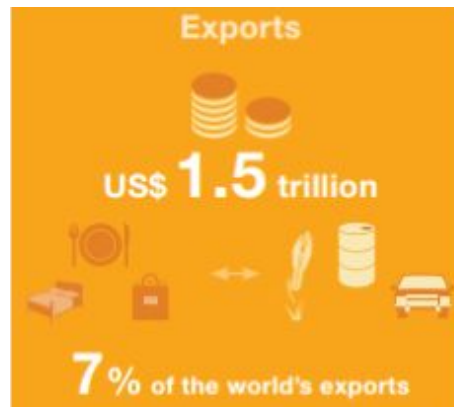
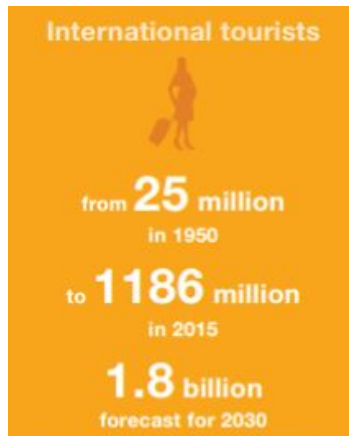
Устойчивость к кризисам и катастрофам

800 миллиардов долларов в год. К 2020 году ожидается удвоение оборота.



Международный туризм

- Число международных туристских прибытий в 2015 г. выросло на **4.6%** что составило **1 186 млн. чел.**, а 2030 г. число международных туристских прибытий составит **1, 8 млрд.**
- В 2015 г. годовой оборот в сфере туризма составил **1,260** трлн. долл.
- 2015 г. – **10%** мирового ВВП, 7% мирового экспорта (**1.5 трлн. долл.**)
- 2015 г. -каждый **11** в мире занят в индустрии путешествий



Роль туризма в социально-экономическом развитии Российской Федерации в 2015 году:

- Вклад туризма
 - в ВВП России
 - 1005,4 млрд руб.
 - Прямой вклад в ВВП страны* -1,5%
 - Вклад в ВВП с учетом мультипликативного эффекта - 6%
 - Вклад в общий объем капитальных инвестиций - 2,7%
 - Поступления от въездного туризма
 - (по данным Всемирной туристской организации)
 - 8,465 млрд. долл.
 - По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), экспорт туристских услуг – 715,5 млрд руб.
 - По индексу конкурентоспособности в туризме и путешествиях (World Economic Forum Travel & Tourism Competitiveness Report, 2015) Российская Федерация в 2014 г. заняла 45 место
- * Включает мини- и микропредприятий

Страны с наибольшими доходами от международного туризма

Место	Страна	Доход, млрд. долл		Процентное соотношение	
		2014	2015	14/13	15/14
1	США	191.3	204.5	7.8	6.9
2	Китай	105.4	114.1	-	8.3
3	Испания	65.1	56.5	3.9	-13.2
4	Франция	58.1	45.9	2.8	-21.0
5	Великобритания	46.5	45.5	11.8	-2.3
6	Таиланд	38.4	44.6	-0.8	16.0
7	Италия	45.5	39.4	3.6	-13.3
8	Германия	43.3	36.9	4.9	-14.9
9	Гонконг	38.4	36.2	-1.4	-5.8
10	Макао	42.6	31.3	-1.1	-26.4

**Показатель поступлений от туризма в расчете на 1
прибытие по регионам мира (долл. на прибытие, 2015 г.)**

В среднем по миру	- 1060
В развитых странах	- 1190
В развивающихся странах	- 910

- Европа – 740
- Азия и Океания – 1500
- Америка – 1580
- Африка – 620
- Ближний Восток – 1020

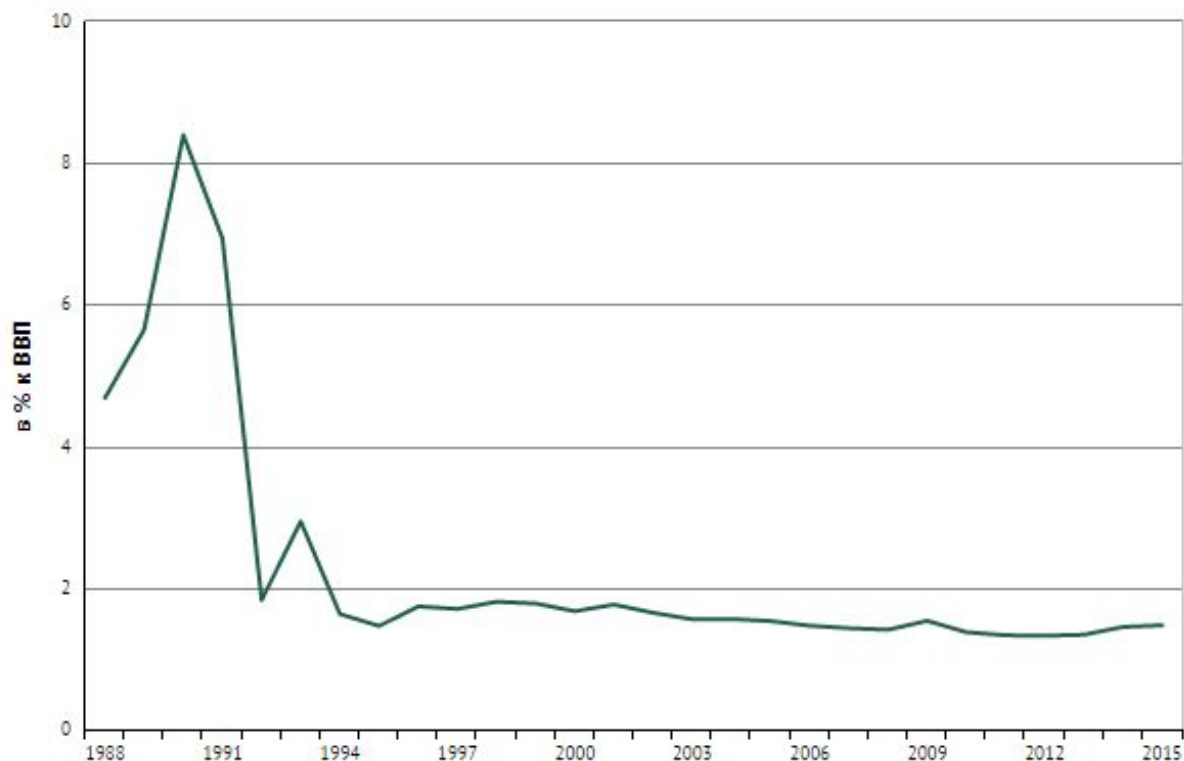
Страны с наибольшими расходами на международный туризм

Место	Страна	Расходы, млрд. долл	
		2014	2015
1	Китай	234.7	292.2
2	США	105.5	112.9
3	Германия	93.3	77.5
4	Великобритания	62.6	63.3
5	Франция	48.7	38.4
6	Россия	50.4	34.9
7	Канада	33.8	29.4
8	Южная Корея	23.2	25.0
9	Италия	28.8	24.4
10	Австралия	26.4	23.5

Доходы от туризма в России в 2015 г. составляют 1.5 % всего ВВП, что означает примерно \$8.465 млн. в год

1,5
(доля, %)
в 2015

Российская Федерация - Прямой вклад туризма в ВВП



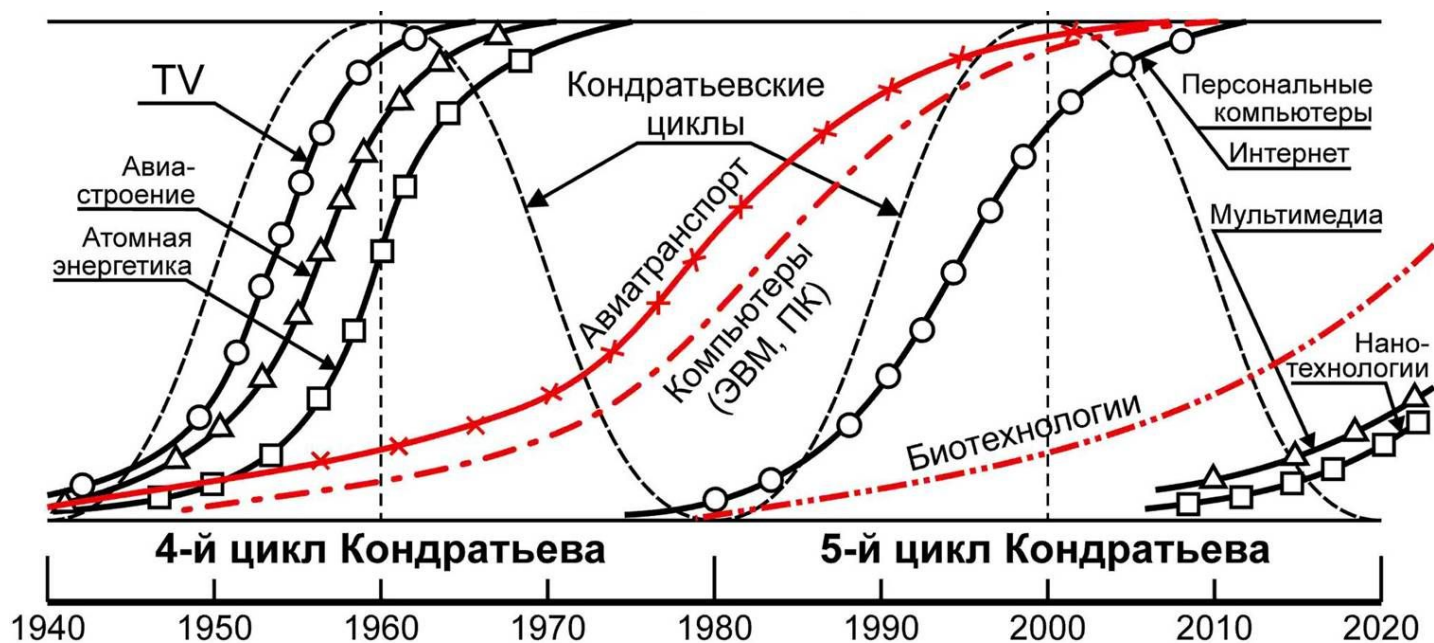
Дата	Значение	Изменение, %
2015	1,5	1,66%
2014	1,4	8,22%
2013	1,3	1,11%
2012	1,3	-0,53%
2011	1,3	-3,14%
2010	1,4	-10,49%
2009	1,5	8,95%
2008	1,4	-1,55%
2007	1,4	-2,36%
2006	1,5	-4,28%
2005	1,5	-1,90%
2004	1,6	



Экспорт туристских услуг

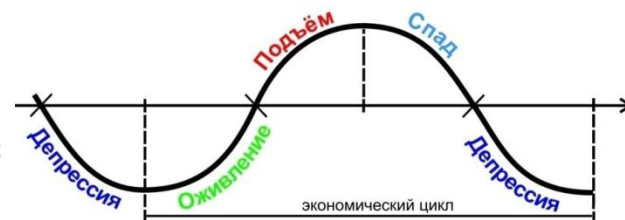
ЦИКЛИЧНОСТЬ

Длинные циклы Кондратьева



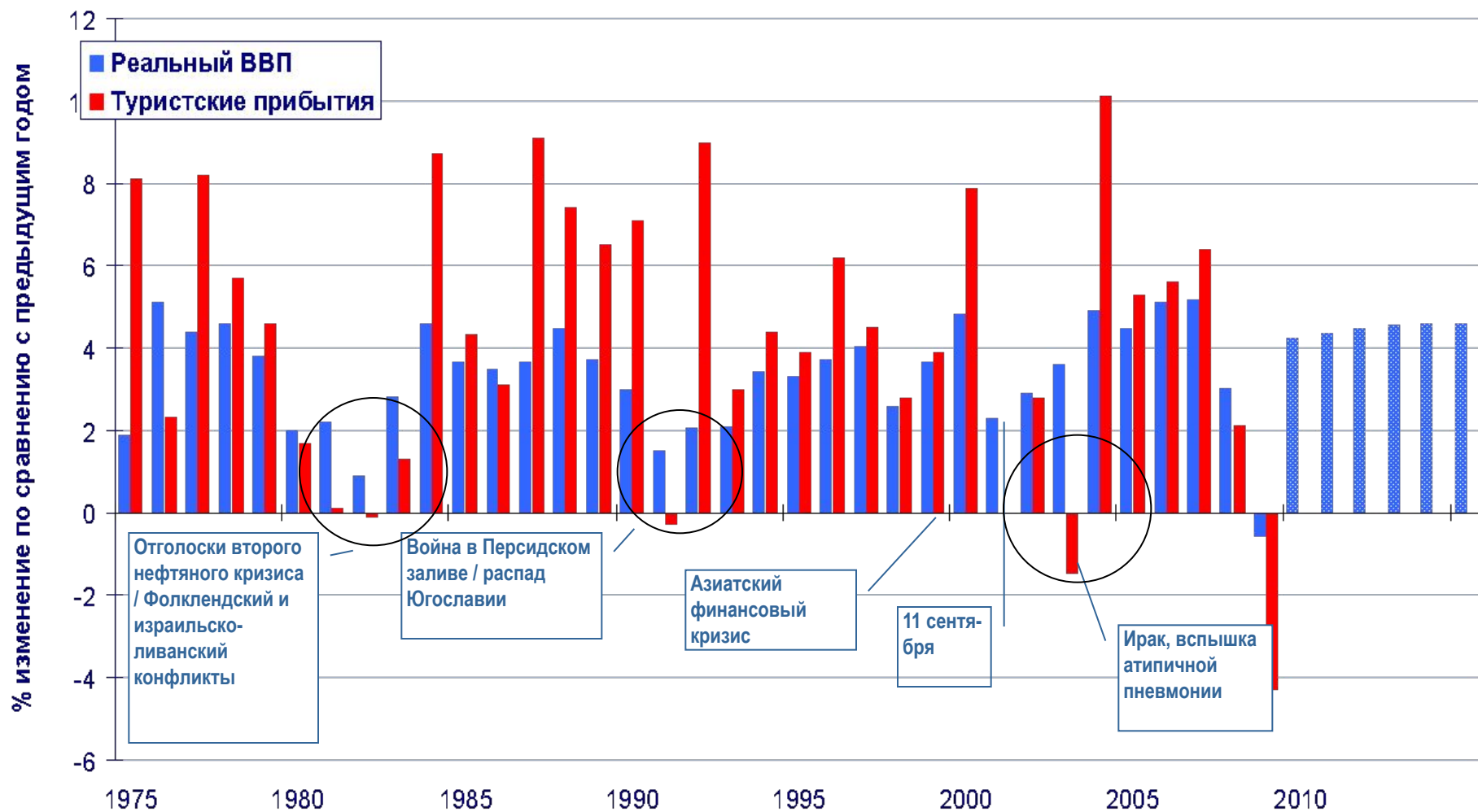
Смена технологического уклада:

- 1-й цикл — текстильные фабрики, промышленное использование каменного угля;
- 2-й цикл — угледобыча и чёрная металлургия, железнодорожное строительство, паровой двигатель;
- 3-й цикл — тяжёлое машиностроение, электроэнергетика, неорганическая химия, производство стали и электрических двигателей;
- 4-й цикл — производство автомобилей и других машин, химическая промышленность, нефтепереработка и двигатели внутреннего сгорания, массовое производство;
- 5-й цикл — развитие электроники, робототехники, вычислительной, лазерной и телекоммуникационной техники;
- 6-й цикл — конвергенция nano-, био-, информационных и когнитивных технологий



Туризм и экономика

Мир: рост реального ВВП и международные туристские прибыли

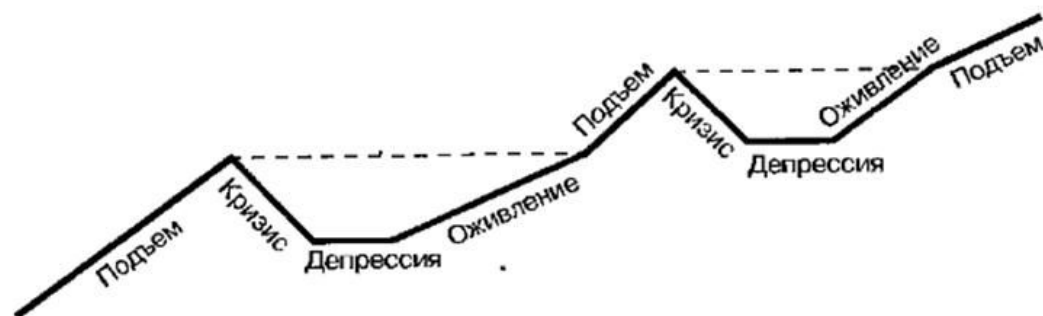
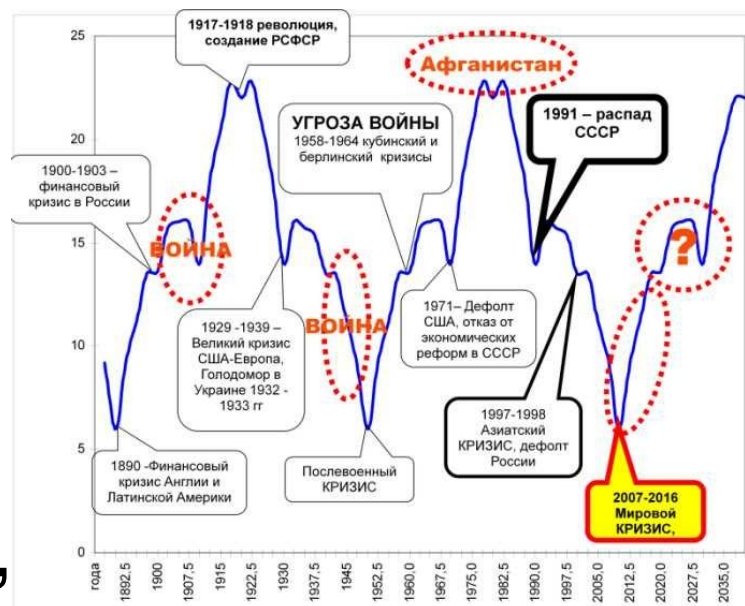


Экспорт туристских услуг

ЦИКЛИЧНОСТЬ

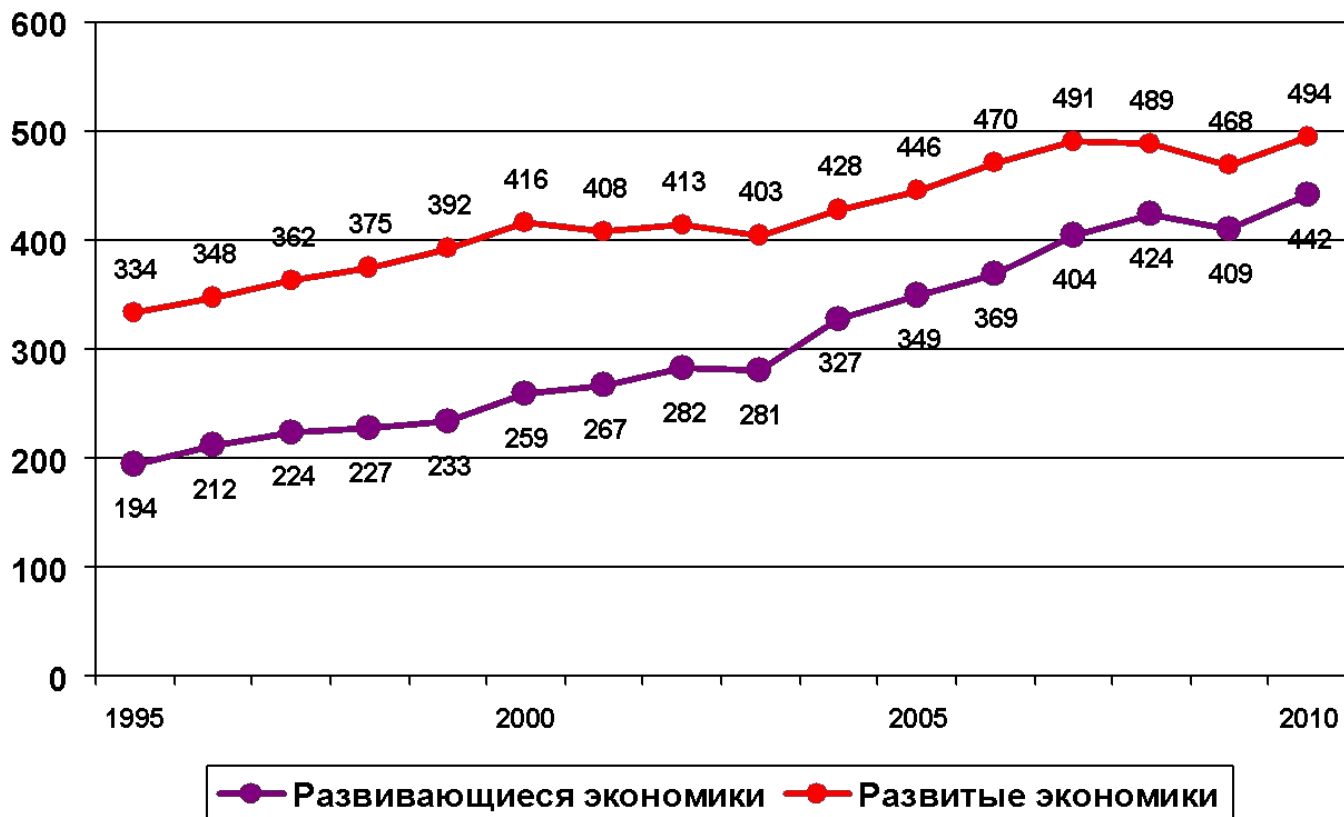
Цикличность мировых кризисов

- 1973-74,
- 1981-82,
- 1990-91,
- 2000-01 (1998 в Азии),
- 2008-2009гг.
- сегодня



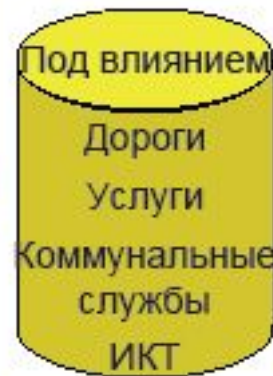
Развивающиеся и развитые ЭКОНОМИКИ

Въездной туризм

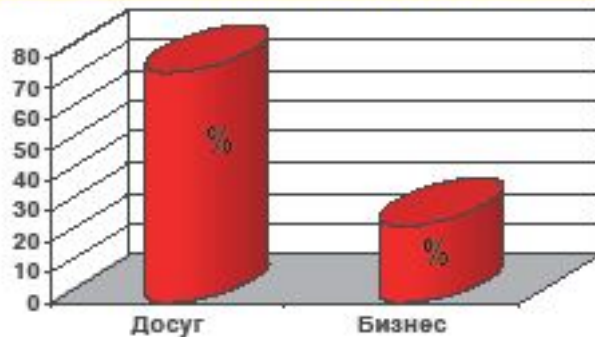


Предприятия

Миллионы рабочих мест в транснациональных и местных фирмах



Четверть оборота туризма занимают деловые поездки в интересах мировой торговли



Подавляющее большинство занятых в туризме работают в малых и средних предприятиях

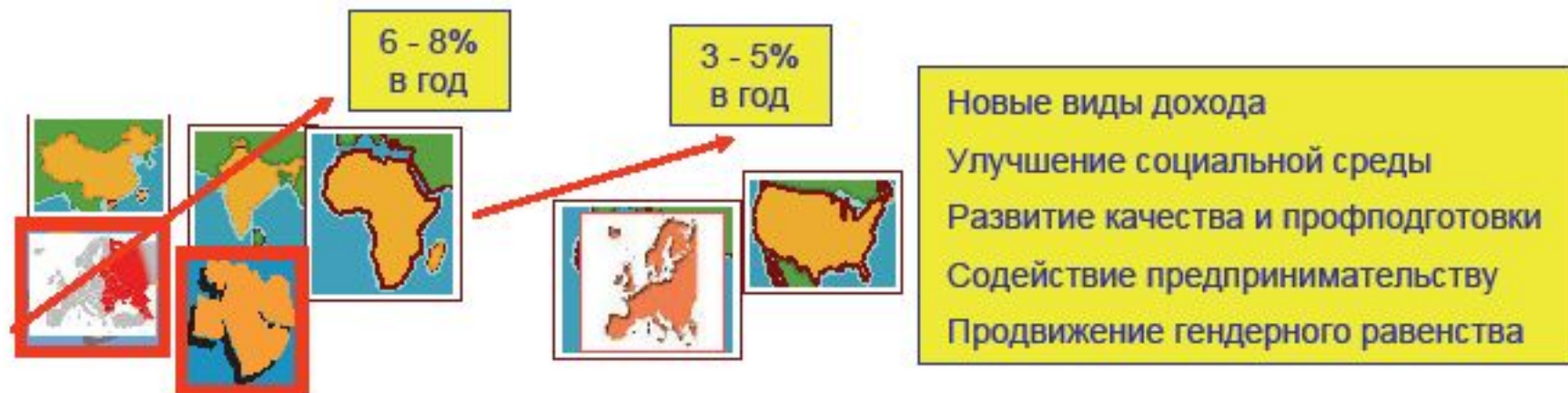


Количество туристских компаний в 2015 г.

Всего	11893
Туроператорских	349
Турагентских	9701
Экскурсионная деятельность	684
Туроператорская и турагентская деятельность	1159

Развитие

Наиболее быстрый рост на новых рынках, вклад в Цели развития тысячелетия



Передача средств, технологий и навыков

В последние 10 лет темпы роста туризма в 49 беднейших странах были в 6 раз выше, чем в Европе



Сообщества

Прямые доходы на местном уровне



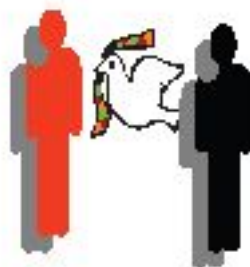
Мир



Основные положения мирных договоров
Контакты на личном уровне
Знакомство с ценностью других культур
Уважение религиозных убеждений
Развитие трансграничных контактов



Связи
Культурный обмен
Объединение семей
Новые инвестиции
Трансграничные проекты



Глобальный этический кодекс туризма ЮНВТО
Ответственный и устойчивый туризм
Достойное поведение гостей и хозяев
Глобальные принципы, воплощенные на местном уровне
Участники: государственный и частный сектор, гражданское общество

Взаимопонимание

В конечном счете Туризм - это **ЛЮДИ**



Установление отношений
Признание разнообразия
Создание доверия
Практика терпимости
Обеспечение устойчивости



Путешествуют миллионы
Принимают миллионы
Работают миллионы





Благодарю за внимание!

natshab@yandex.ru