

# Введение в туризм

Программу  
подготовила  
преподаватель  
кафедры экономики,  
магистр экономики  
Арикова Л.Н.

# Тема №1. **Туризм как явление в современном мире.**

1.1. История возникновения и развития туризма.

1.2. Основные понятия в сфере туризма.

Турист как субъект туризма.

1.3. Классификация туризма.



# 1.1. История возникновения и развития туризма.



ALDAY.RU

Туризм - (французское *tourisme*, от *tour* – прогулка, поездка) свободное перемещение людей от места их проживания и работы, а также сфера услуг, созданная для удовлетворения потребностей, возникших в результате этого перемещения.





Туризм как массовое социальное явление стал складываться лишь после Второй мировой войны, хотя корни туризма уходят в глубокое прошлое. В истории развития туризма различают четыре этапа:

Первый этап - от древности до начала XIX века.

Второй этап - от начала XIX века до начала XX века.

Третий этап - от начала XX века до Второй мировой войны.

Четвертый этап - после Второй мировой войны до наших дней.





**Первый этап** развития туризма называют предисторией туризма.

Начало этого этапа относится к античному периоду

(Древняя Греция и Рим), когда основными мотивами путешествий были торговля, паломничество, лечение, образование. В этот период зародились спортивные поездки. Например, участники и зрители Олимпийских игр добирались до места соревнований из самых удаленных уголков Греции.

Позже, в Средние века, стимулом к путешествиям становится религиозный фактор – поклонение святыням христианства и мусульманства. Эпоха Возрождения ослабляет религиозные мотивы и усиливает индивидуальный характер путешествий.

В эпоху Просвещения путешествия носили образовательную направленность.



**Второй этап** развития туризма называют элитарным туризмом. Именно на этом этапе начинают

создаваться первые специализированные предприятия по производству туристских услуг. Важнейшую роль на этом этапе развития туризма сыграли революционные изменения в транспорте. Изменились средства доставки и передвижения. В 1807 г. изобретателем Фултоном был сконструирован и построен первый пароход. Первый паровоз был создан Стефенсоном в 1814 г. Совершенствовались средства доставки почтовых отправок, расширялись сети дорог. Все это обусловило гораздо большую надежность и скорость передвижения. При этом расходы на путешествие снижались за счет более экономичных средств передвижения.



Возникли первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей. На смену скромным пансионатам приходят первые гостиницы.

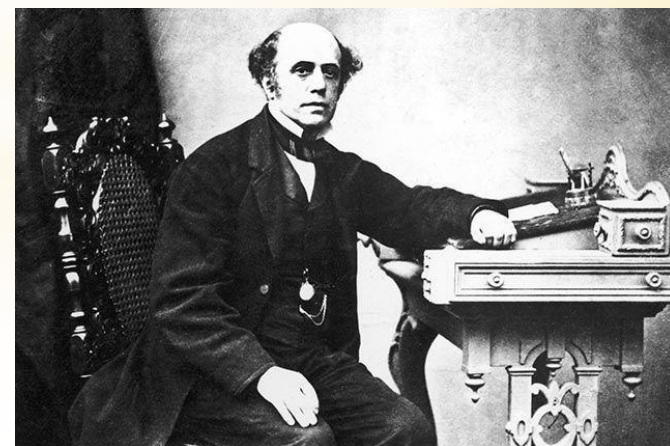
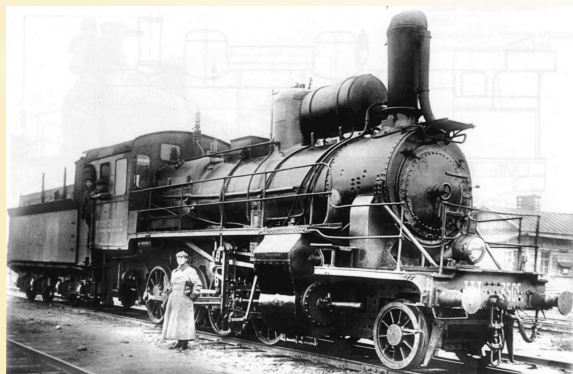


В 1801 году в Германии (г. Баден-Баден) открылась гостиница «Бадише-Хоф». В 1812 году в Швейцарии вступает в строй отель «Риги - Клестерли», в 1832 году построена гостиница в городе Фаульхорн. В городе Интерлакене (Швейцария) в 1859 году простроен «Гранд-отель Швайцерхоф». В Германии на рубеже XVIII - XIX в.в. возникают первые курорты минеральных вод - в Хайлигендаме, Нордернее и Травемюнде.

В этот период становления туризма строились в первую очередь роскошные гостиницы, которые обслуживали представителей аристократических кругов.



Примером первого пэкидж-тура (комплекс туристских услуг, продаваемый по единой цене) может служить групповой тур на отдых, организованный Томасом Куком в 1841 г. Комплекс услуг включал в себя двадцатимильную поездку по железной дороге, чай, булочки и духовой оркестр. Вся поездка стоила каждому пассажиру всего один шиллинг. Естественно, что Т. Кук преследовал не коммерческие, а, скорее, социальные цели. Он стремился подобной акцией привлечь внимание к возможностям целесообразного использования рабочего времени.





**Третий этап** ознаменовал собой начало становления социального туризма. Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х годов и Вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Вместе с тем, именно в этот период появляются элементы массового туризма, который достиг своего расцвета в послевоенные десятилетия.



Например, в Швейцарии возникает фирма «Отельплан», которая в настоящее время является одним из крупнейших производителей туруслуг в этой стране.



В основе образования фирмы в 1935 г. лежали идеи ее создателя Г. Дуттвайлера о том, что вовлечение «маленького человека» в туризм оказало бы неоценимую помощь гостиничному хозяйству. Массовые дешевые турпоездки становятся основным продуктом фирмы. Уже в первом финансовом году фирма реализовала более 50 тысяч туристских путевок.



Четвертый этап называется этапом массового туризма. Именно в этот период туризм приобретает массовый характер. Из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения индустриально развитых стран. Формируется индустрия отдыха и развлечений со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.

Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однородность потребностей и мотиваций туристов и, соответственно, обезличенный конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличают разнообразие потребностей и мотиваций туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения.

## 1.2. Основные понятия в сфере туризма.

### Турист как субъект туризма.



**Туризм** - временное передвижение туриста по туристскому маршруту, т.е. через определенное время турист возвращается к месту постоянного проживания

**Туризм** - это путешествие, не включающее деятельность по извлечению прибыли.

**Турист** — потребитель тура, туристского продукта или туристских услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии; находящийся в данной местности не менее чем 24 часа, но не более 12 месяцев в течение календарного года



Аналогично приведенному определению можно выделить следующих участников туризма: международный турист, внутренний турист, экскурсант, посетитель.

Международный (иностранный) турист. Комитетом статистических экспертов при Лиге Наций в 1937 году было дано следующее определение: иностраный турист – это лицо, путешествующее в целях туризма в другую страну, не являющуюся страной его обычного местожительства и находящуюся за пределами его обычной среды, на срок не менее 24 часов без занятия оплачиваемой деятельностью. Международными туристами считаются лица, путешествующие:

- с целью отдыха, лечения, посещения родственников
- с целью участия в семинарах, конгрессах (научных, дипломатических, религиозных, административных, спортивных и т. д.);
- с деловыми целями;
- в морском круизе, даже если они остаются на судне менее 24 часов.



Внутренний турист – это ночующий временный посетитель, то есть совершающий в посещаемом месте как минимум одну ночевку, постоянно проживающий в определенной местности и путешествующий в целях туризма в иную местность в пределах своей страны, но вне пределов его обычного обитания на срок, не превышающий 12 месяцев, и не занимающийся оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

В публикациях Национального комитета США по анализу туристских ресурсов (1973 год) дано следующее определение: внутренний турист – это лицо, путешествующее вне своего места жительства, при условии перемещения более, чем на 50 миль (в один конец) с деловыми, познавательными, личными и другими целями, кроме занятий оплачиваемой деятельностью, и совершающий одну ночевку или возвращающийся в тот же день.

## ТИПОЛОГИЯ ТУРИСТОВ:



Исходя из ориентации туристов как покупателей туристского продукта, их можно разделить на четыре категории:

«**ЭКОНОМНЫЕ**» покупатели туристского продукта, которых отличает высокая чувствительность к цене, качеству и ассортименту услуг;

«**персонифицированные**» покупатели туристского продукта, для которых важны вид туристского продукта и качество услуг туризма, в то время как цена тура или услуги не является решающим фактором;

«**ЭТИЧНЫЕ**» покупатели туристского продукта, склонные платить низкие цены за туры с широким ассортиментом услуг, туризма;

«**апатичные**» покупатели туристского продукта, для которых важно качество услуг туризма, а цена на них не играет роли.

В зависимости от вида предъявляемого спроса на туристский продукт туристов можно разделить на три группы:



- ✓ люди с туристскими потребностями и желанием путешествовать;
- ✓ люди с высокой покупательной способностью, спрос которых направлен на элитные и самые престижные туры, оригинальные путешествия, высокий уровень туристского обслуживания (комфорт, особое внимание обслуживающего персонала, предоставление индивидуального гида-переводчика и автотранспорта и т. п.);
- ✓ люди с покупательским поведением (покупательское поведение туриста касается всех тех природных, психологических, социальных и других причин, которые заставляют его реагировать определенным образом на рекламу).

В зависимости от активности туристов во время отдыха выделяют шесть групп :



□ любители спокойного отдыха. Его представители отправляются в отпуск для того, чтобы освободиться от повседневных стрессов и отдохнуть в спокойной и приятной обстановке. Они боятся посторонних и большого скопления людей, их привлекают солнце, песок и море;

□ любители удовольствий. Очень предприимчивые туристы, которые во время отдыха заняты поиском разнообразных удовольствий и предпочитают светскую атмосферу:







□ Любители активного отдыха. Эти туристы любят природу и создают активную нагрузку своему телу. Предпочитают размеренное движение и пребывание на свежем воздухе. Их отпуск можно совместить с лечением.

□ Любители спортивного отдыха.

Все внимание туристов-спортсменов сконцентрировано на соревнованиях. Как хобби спорт для них очень важен. Они не боятся физических нагрузок.





□ Отдыхающие с целью познания, изучения. Данный тип туристов заинтересован в повышении своего образовательного уровня.



□ любители приключений. К этому типу относятся искатели необычных впечатлений, любители острых ощущений, странствий в одиночку, подвергающие себя при этом действительно серьезному риску. Для таких туристов риск — это возможность испытать себя



## 1.3. Классификация туризма.



### лечебный туризм

- лечение на курорте
- санатории

### рекреационный туризм

- отдых, спортразвлечения
- развлечения

### экскурсионный туризм

- знакомство с достопримечательностями

### научный туризм

- знакомство с достопримечательностями
- изучение флоры и фауны и др.

### деловой туризм

- деловые встречи
- переговоры

### этнический туризм

- свидания с родственниками



Как правило, продолжительные путешествия дополняются непродолжительными поездками. К непродолжительным поездкам относятся транзитный, однодневный и кратковременный туризм.

**Транзитный туризм** — это остановки туристов по пути следования к месту назначения.

**Однодневный туризм** — это туры продолжительностью в световой день, не предполагающие остановки на ночлег.

**Кратковременный туризм** — важная форма непродолжительного туризма. Он включает в себя деловой туризм и поездки на выходные дни. Независимо от того, совершаются поездки в деловых или личных целях, средняя продолжительность кратковременных путешествий составляет не более 3 суток.

Формы туризма в зависимости от возраста путешественников. При классификации форм туризма учитывается также возраст путешественников. По возрастной шкале определены следующие группы туристов:



- \* - дети, путешествующие со своими родителями;
- \* - молодежь (туристы в возрасте 15–24 лет);
- \* - относительно молодые, экономически активные люди в возрасте 25–44 лет;
- \* - экономически активные люди среднего (45–64 лет) возраста (путешествуют, как правило, с детьми и старше).



Формы туризма в зависимости от транспортных средств. В зависимости от транспортного средства, используемого для перемещения туристов из одного места в другое, различают туризм с использованием личного транспорта и туризм с использованием общественного транспорта — авиатуризм, автобусный, железнодорожный и морской.



Обычно туризм подразделяют на два вида:

**рекреационный туризм** – классический вид туризма, включающий в себя:

- \* - оздоровительный («пляжный»);
- \* - познавательный (экскурсионный);
- \* - этнический туризм;
- \* - спортивный туризм;

**деловой туризм:**

- \* - бизнес-туризм;
- \* - конгресс-туризм;
- \* - шоппинг-туризм;
- \* - экстремальный туризм;
- \* - индустриальный туризм;
- \* - археологический туризм;



*Спасибо за внимание.*

