



Основы туризма

Рассохина Татьяна Васильевна

К.Г.Н.,

заместитель директора

**Московского филиала РМАТ по научно-
организационной и воспитательной работе,
декан факультета туристской индустрии**



Тема №1. Определение туризма, туриста. Классификация путешествующих лиц.



путешествия

**Путешест
вия с
туристск
ими
целями**

туризм

Туристы – 1 миллиард 35 млн.

13 .12.12. – 1 000 000 000 международных прибытий



Значение туризма

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO)

- Количество международных туристских поездок в 2012 году – 1 млрд. 35 млн.
- Ежедневно около 7 миллионов человек одновременно находятся на отдыхе
- Каждое 12-е рабочее место в мире прямо или косвенно связано с туризмом
- Туризм обеспечивает 9% мирового ВВП



Согласно федеральному закону РФ от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания



Туризм – отрасль экономики, занимающаяся организацией туристской деятельности (туристская индустрия – синоним).

**Ежегодный оборот финансов - 1,7 трлн.\$
миллиардов долларов США**

Туристская индустрия

**Туристская
индустрия**

**Индустрия
гостеприимств
а**

**Туроператорс
кие
и
турагентские
предприятия**

**Организаторы
экскурсионны
х
услуг**

**Транспортные
предприятия**

Индустрия гостеприимства



Транспортная индустрия

Организация туристских перевозок





Туризм – глобальный социокультурный процесс, связанный с перемещением огромных туристских потоков и имеющий большое экономическое, социальное и гуманитарное значение



турист - физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки;



Признаки туриста:

1. Перемещение вне обычной среды.
2. Туристские цели: оздоровительная, развлекательная, лечебная, спортивная, религиозная, экологическая, посещение родственников и знакомых, познавательная, образовательная.
3. Сроки пребывания. Турист – ночующий посетитель, т.е. от суток (не ночующий – экскурсант) и максимально до 12 месяцев.
4. Не получение доходов.

Согласно классификации Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО) в статистику туризма на сегодняшний день включаются следующие категории посетителей

- а) лица, осуществляющие поездку развлекательного характера или путешествующие по семейным обстоятельствам, состоянию здоровья;
- б) лица, отправляющиеся на совещания или в командировки, какого бы рода они ни были (научные, спортивные, административные, дипломатические, религиозные). Сюда относятся служащие международных организаций, направляющиеся в какую-либо страну в командировку ограниченной продолжительности, не превышающие, как правило, один год;
- в) лица, совершающие деловые поездки (служащие коммерческих или промышленных предприятий, направляющиеся в какую-либо страну для установки оборудования, и т.д.);
- г) студенты и молодежь, проживающие за границей в интернатах или школах, а также перемещающиеся в период каникул и выполняющие временную работу;
- е) транзитные пассажиры, пассажиры-участники морских круизов, причем даже в том случае, когда продолжительность их пребывания может быть более или менее 24 часов (последние могут учитываться как отдельная группа);
- ы, пересекающие страну, продолжительность пребывания которых не ограничивается;
- ж) члены экипажей иностранных кораблей и самолетов, находящихся на ремонте или делающих остановку в какой-либо стране;
- з) артисты, находящиеся на гастролях в какой-либо стране.



Туристами не являются:

1. Дипломаты и члены их семьи (в рамках дип. миссии).
2. Экипажи транспортных средств.
3. Военнослужащие, выполняющие свой долг.
4. Лица без определённого места жительства.
5. Граждане, направляющиеся к месту работы или меняющие место жительства.
6. Путешествующие с профессиональными целями (спортсмены, учёные).



Спасибо за внимание



Тема № 2

Классификация туризма





Типы туризма:

1. Внутренний туризм – путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

В России объём внутреннего туризма примерно 36 млн. чел. за 2012 год.

2. Въездной туризм – путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации; (деньги приходят в нашу экономику, поэтому с точки зрения экономики - Невидимый экспорт).

3. Выездной туризм – путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну; (деньги уходят из страны - Невидимый импорт).



Категории туризма:

1. **Международный туризм – туристские путешествия, связанные с пересечением границ..**
2. **Национальный туризм – вся туристская деятельность граждан какого – либо государства (определяет активность граждан государства и степень развитости сектора организации туризма).**
3. **Туризм в пределах страны – вся туристская деятельность, осуществляющаяся на территории страны. (Определяет объёмы развития туристской индустрии и особенно отрасли гостеприимства в стране)**



III Виды туризма по целям:

а) Туризм с целью отдыха и развлечений.

Оздоровительный туризм. Целью является отдых, смена обстановки (4S).

2. Лечебный туризм. Профилактика и лечение конкретных заболеваний.
3. Познавательный. Повышение собственного интеллектуального уровня.
4. Образовательный. Обучение и посещение образовательных заведений. Подтверждается сертификатом.
5. Спортивный туризм. Бывает активный (связан с физическими нагрузками) и туризм болельщиков (выезды болельщиков на соревнования).
6. Экологический туризм. Связан с путешествиями по мало изменённым экологическим системам.
7. Религиозный туризм

б) Деловой туризм MICE.

1. Деловые поездки (командировки).
2. Выставки,
3. Конгрессы, семинары, привязаны к конкретным событиям.
4. Инсентив туризм (поощрительный). Туры, которыми предприятие поощряет сотрудников. Это производственные расходы компании.



IV Виды туризма в зависимости от использования рекреационных ресурсов.

туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил;

1. Водный туризм (морской и речной).
2. Горный туризм.
3. Культурный туризм.
4. Рекреационный туризм (использование зон, которые восстанавливают человека).



V Классификация по дальности путешествия:

1. Ближний или пригородный туризм (до 300 км или 5 часов езды на общественном транспорте).
2. Средне – удалённый (до 1000 км, до суток езды на общественном транспорте, до 2 часов полёта на самолёте).
3. Дальний (более 1000 км, более 5 часов на самолёте, более суток на общественном транспорте).



VI Классификация по продолжительности путешествия

1. Краткосрочный (3-4дня).
2. Отпускной (среднесрочный) до 3 – х недель.
3. Долгосрочный. Более 3 – х недель, но менее 6 – ти месяцев.



VII Классификация по количеству участников.

1. Индивидуальный.
2. Семейный (2 – 10 человек).
3. Групповой (5 и более человек).



VIII Классификация по возрастному составу туристов.

1. Детский (до 14 лет).
2. Молодёжный туризм (14 – 25).
3. Туризм среднего возраста (25 – 60).
4. Туризм людей третьего возраста (туризм людей пожилого возраста).



IX Классификация по источникам финансирования.

- 1. Коммерческий. Деятельность оплачивается лично (спонсором).**
- 2. Социальный.**
туризм социальный - путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды



X Классификация туризма по способу организации.

- 1. Организованный туризм. Туристские организации (туроператоры и турагенты).**
- 2. Самодеятельный туризм.
туризм самодеятельный - путешествия, организуемые туристами самостоятельно;**

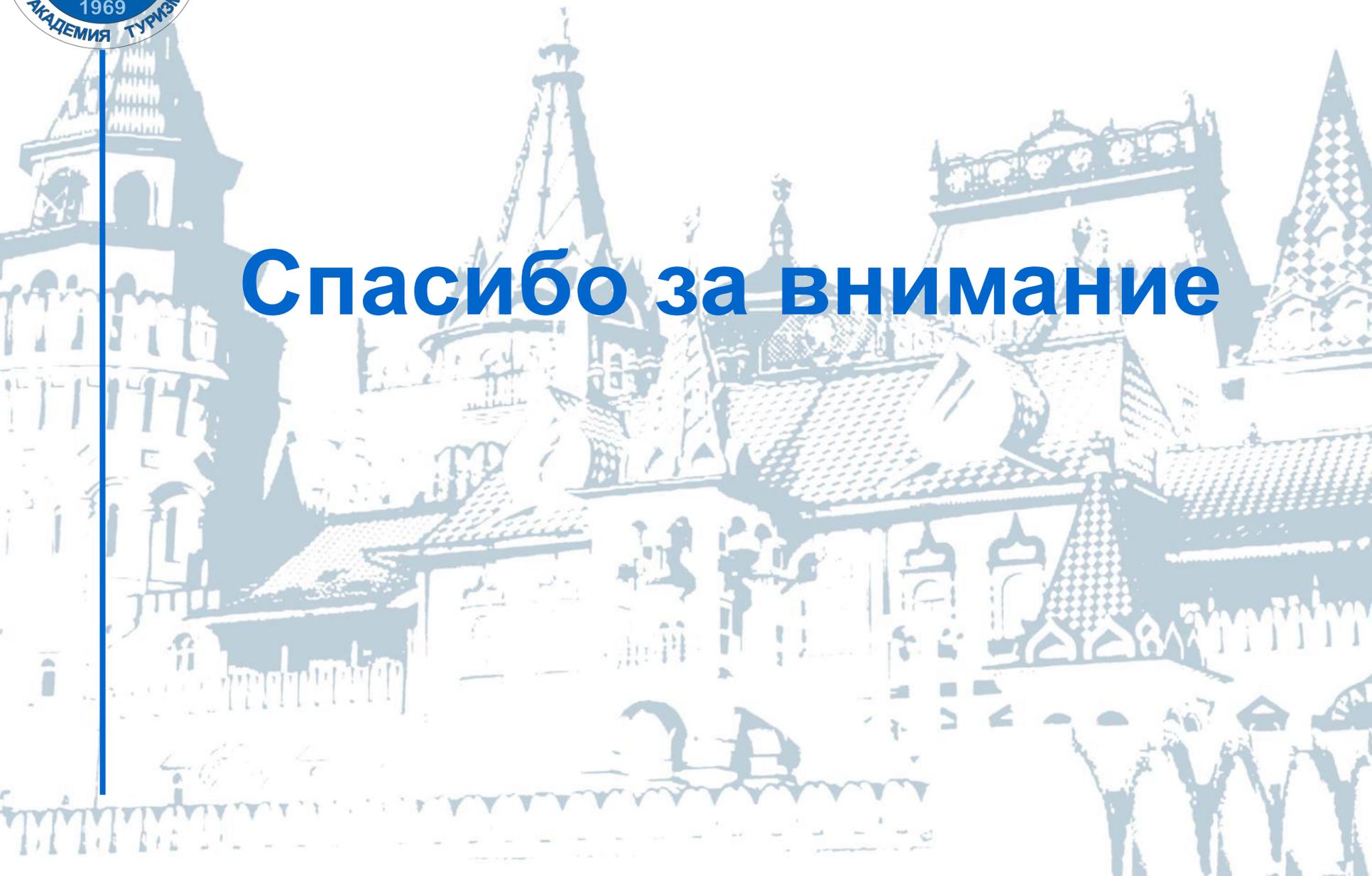


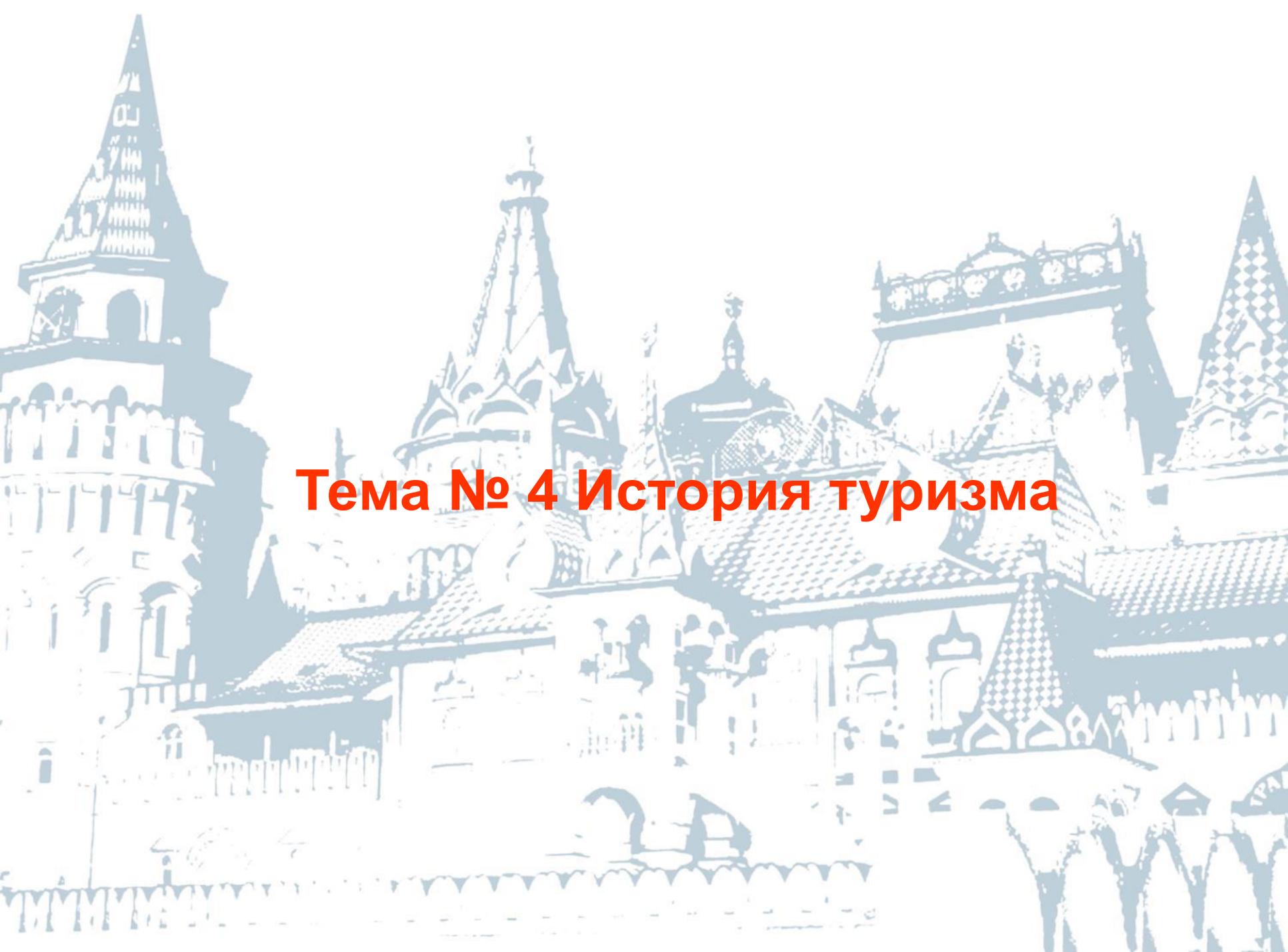
X I Классификация туризма по виду транспорта.

1. Железнодорожный туризм
2. Водный (круизный) туризм
3. Автотуризм
4. Авиатуризм
5. Космический туризм



Спасибо за внимание

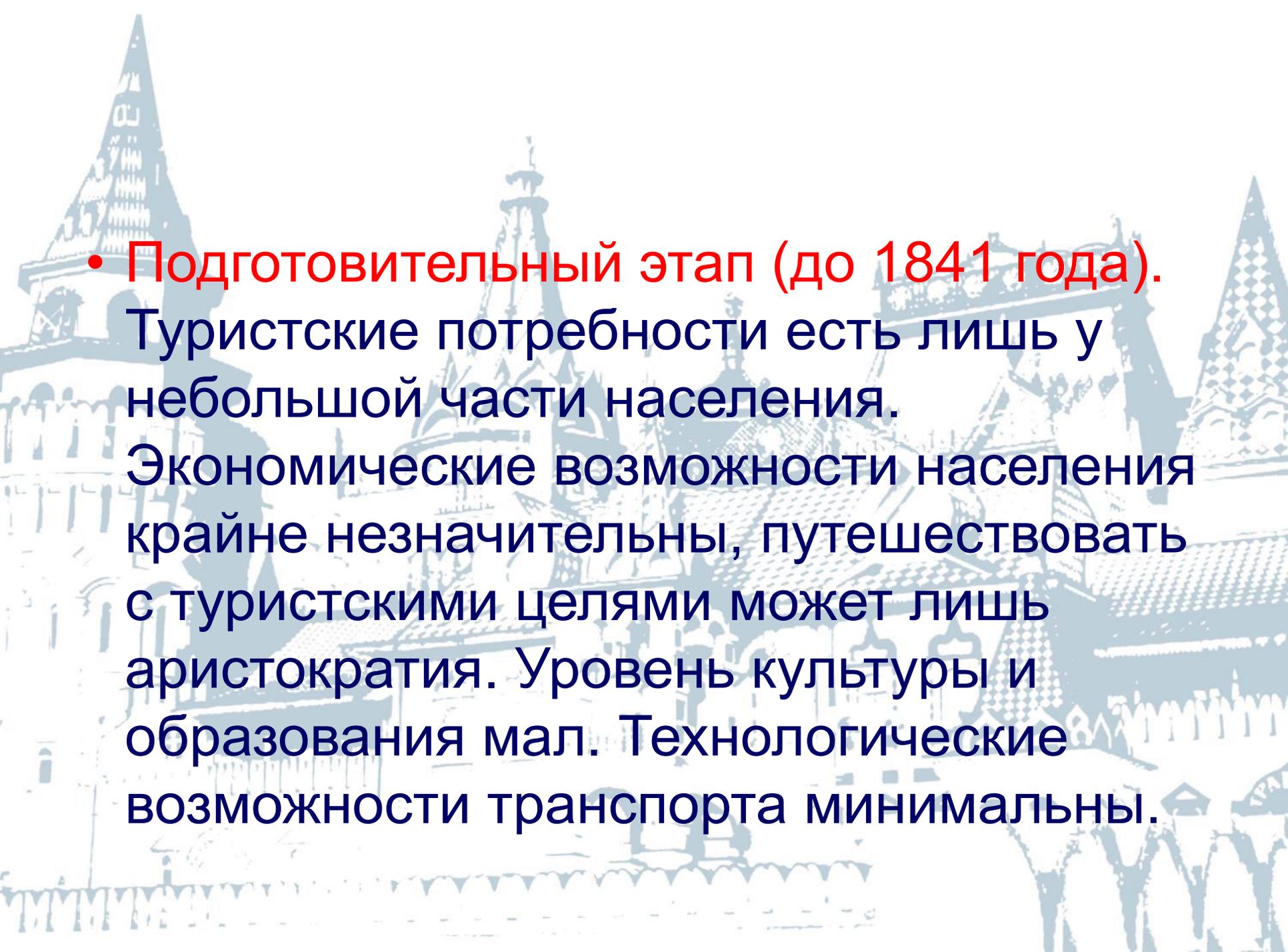




Тема № 4 История туризма

Факторы определяющие развитие туризма

- Политический (политическая стабильность в стране).
- Экономический (рост доходов населения).
- Технологический (средства транспорта для перевозки туристов).
- Социальный (наличие психологических потребностей в туризме). Формирование системы социальных льгот (отпуск, пенсия).
- Развитие средств информации о туризме (формирование желания).
- Развитие культуры и образования.

- 
- **Подготовительный этап (до 1841 года).**
Туристские потребности есть лишь у небольшой части населения. Экономические возможности населения крайне незначительны, путешествовать с туристскими целями может лишь аристократия. Уровень культуры и образования мал. Технологические возможности транспорта минимальны.

Начало коммерческого туризма (5 июля 1841 года – 1914 год).

- Основным фактором развития туризма стал технологический. Появление ж/д и поездов, пароходов, сделало возможным безопасную транспортировку больших масс людей на большие расстояния.
- Вырос образовательный уровень. В развитых странах ярко выражены познавательные потребности.
- С развитием промышленности увеличилась платежеспособность населения развитых стран. К аристократии прибавились буржуа и интеллигенция, имеющие свободное время.
- Стали активно издаваться путеводители и журналы о путешествии.

Начало массового туризма (1918(20) – 1939).

- Появляется система социальных льгот, после революции: отпуска, пенсии, выходные дни.
- Свободное время появляется у огромных масс людей. Это приводит к развитию внутреннего туризма в Европе и США.
- Совершенствуется ж/д транспорт. Развивается авиатранспорт.
- Повышается культурный уровень,
- влияние кинематографа.

Массовый туризм (1950 – середина 90 – х годов).

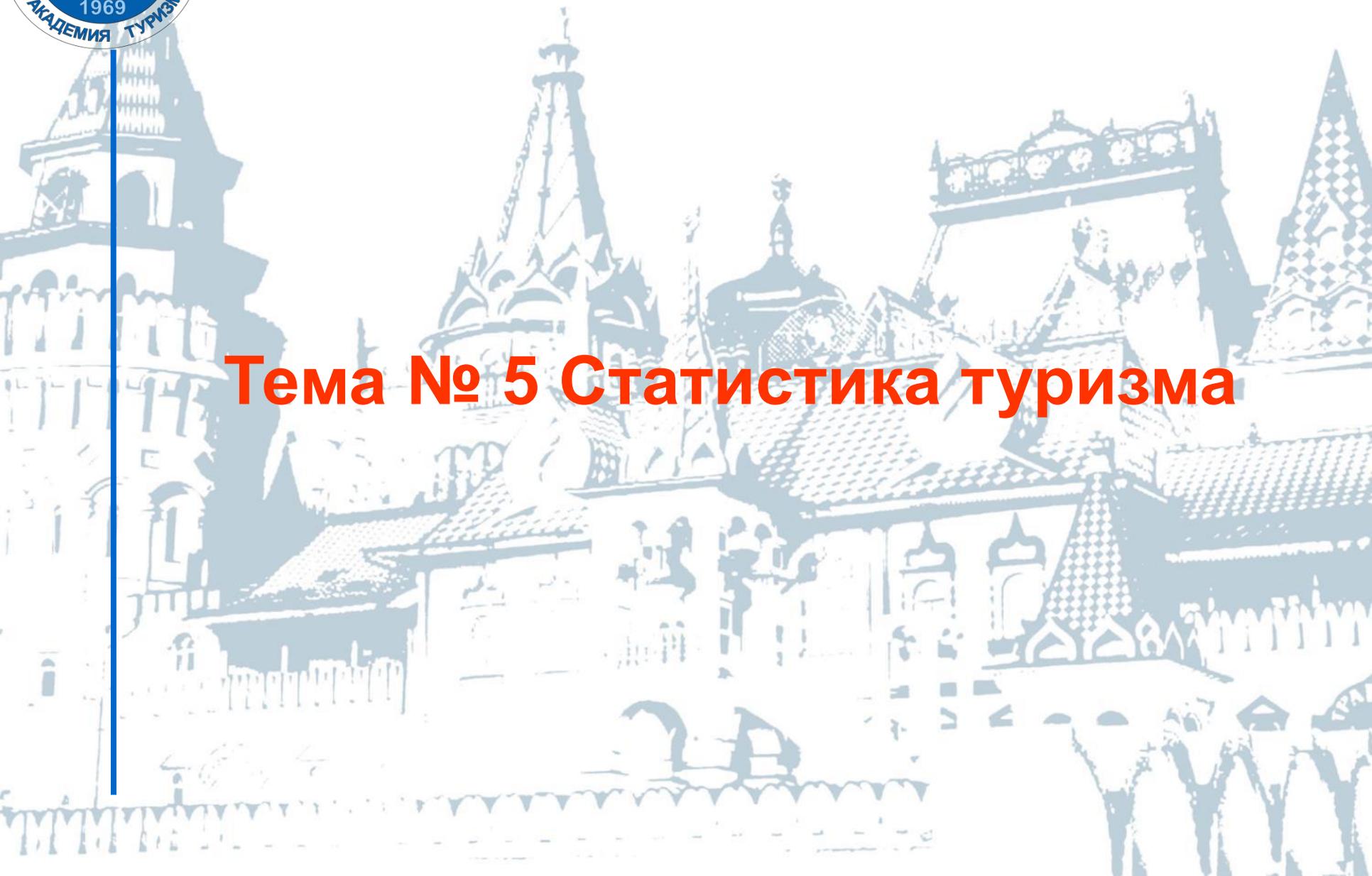
- Увеличение туристских потоков в геометрической прогрессии (с 50 до 500 млн. в 100 раз). Основной пик пришёлся на 60 – е – 70 – е годы. Темпы развития тур. индустрии составляли 15 – 18 % в год).
- Массовое строительство типовых гостиниц, бурное развитие авиатранспорта, развитие гостиничной сети, установление единых стандартов гостеприимства.
- Формируются международные организации туризма (ВТО 75 год, ИАТО и др.).
- Появление глобальных систем бронирования.

Современный туризм 2001- ????

- Развитие Интернета,
- Появление новых видов туризма (космический, экстремальный).
- Изменение структуры туристских потоков.
- Снижение уровня политической безопасности.



Тема № 5 Статистика туризма





Статистика туризма – отрасль туристики, занимающаяся сбором и обработкой сведений, связанных с туристской деятельностью.



Сбор статистической информации ведётся в следующих целях:

- Оценка вклада МТ в экономику стран. Статистический анализ – один из основных методов экономических исследований.**
- Выявление основных направлений и тенденций в развитии туризма для планирования материально – технической базы. Любой бизнес план основывается на анализе статистических данных о потенциальных потребителях.**
- Проведение маркетинговых исследований для продвижения тур. продукта к потенциальным потребителям.**



Вся система мировой тур. статистики определяется документом **«Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме» или «СИСТА».** СИСТА была принята статистической комиссией ООН в 1993 году и включает в себя 2 основных раздела:

1. Статистика туристских потоков.
2. Статистика туристских доходов и расходов.



Статистика туристских потоков.

Статистика туристских потоков учитывает количественные и качественные свойства (характеры) туристских потоков.

Туристский поток – совокупность туристов, перемещающихся в направлении одной дестинации.



Дестинация - территория, имеющая рекреационный потенциал и туристскую инфраструктуру и притягивающая туристские потоки.

Дестинации могут быть разных масштабов.

1. Город
2. регион страны
3. страна
4. Совокупность стран с общими признаками – (субрегион)
5. Континент (регион)



Статистика туристских потоков учитывает 3 основных показателя:

1. Количество прибытий/отбытий.
2. Интенсивность прибытий/отбытий.
3. Продолжительность пребывания.

Каждый из показателей характеризуется через определённые аспекты.



Количество прибытий (отбытий) это число зарегистрированных туристов, прибывших в ту или иную destination (выбывших из неё) за определённый период времени (сезон, год). С целью анализа качества туристского потока, анализируются следующие аспекты:

1. Цель путешествия.
2. Вид транспорта (на чём приехали/уехали – 3. Месяца заезда/выезда для выявления сезонности.
4. По регионам происхождения туристов.
5. Страна происхождения туристов.



Интенсивность прибытий(отбытий) – количество прибытий/отбытий по отношению к местному населению. Обычно в расчёте на 100 чел. местного населения.

Средняя интенсивность прибытий – 10. Эта цифра сильно различается по странам и регионам. Например, в Центральной и Южной Азии – 0,5 на 100 чел. Местного населения, в Карибском бассейне и Океании – 40, в Южной и Западной Европе – 60. Интенсивность отбытий самая большая в Западной Европе.



Продолжительность пребывания. Измеряется в ночёвках.

Ночёвка – одни сутки, проведённые одним туристом в данной стране. Для экскурсантов – в часах.

Одним из важнейших показателей, характеризующих развитие тур. индустрии и дестинации, является средняя продолжительность пребывания треста.



X Классификация туризма по способу организации.

- 1. Организованный туризм. Туристические организации.**
- 2. Самодеятельный туризм.**
туризм самодеятельный - путешествия, организуемые туристами самостоятельно;



Спасибо за внимание



Раздел 2 Туристский рынок

тема 2.1 Туристский рынок.
Понятие, субъекты рынка.



Туристский рынок – система хозяйственных отношений, объединяющая тур. продукт и тур. потребности и формирующая каналы финансового и юридического взаимоотношения между субъектами рынка.



Субъекты туристского рынка:

Тур. продукт.

Потребитель тур. продукта (турист).

Производитель тур. продукта – туристская индустрия.

Финансовые институты (банки, инвестиционные компании и пр.).

Организации, осуществляющие государственное и общественное регулирование.



Туристский рынок – совокупность потребителей на территории страны (района, города), имеющих туристские потребности и возможности для их реализации.



Туристский продукт – совокупность материальных и нематериальных потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его тур. путешествия и вызванных именно этим путешествием.

Туристский продукт – совокупность туристских товаров и услуг.

Может быть 2 уровней:

1. Выставленный на продажу (тур).
2. Продукт территории (дестинации).

туристский продукт (по закону РФ)— право на тур, предназначенное для реализации туристу;



Туристский товар – продукт труда производственных сфер деятельности, созданный для продажи и предназначенный для использования туристами и экскурсантами

Туристская услуга – деятельность предприятия или физического лица по удовлетворению потребностей посетителей в путешествии, отдыхе или экскурсиях



Спасибо за внимание