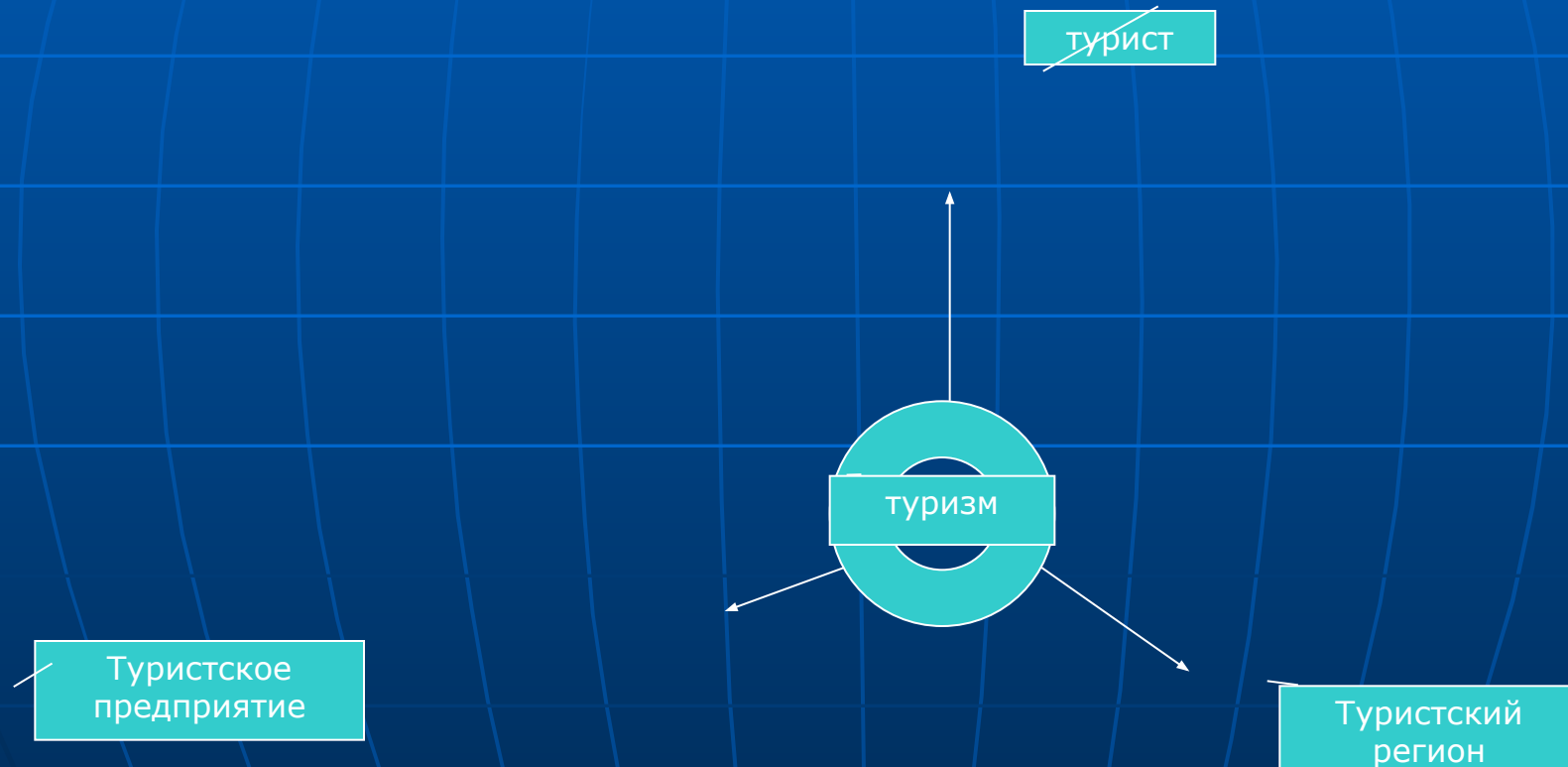


Туризм как система

The background of the slide is a solid blue color with a faint, light blue grid pattern that resembles a globe's latitude and longitude lines. The grid consists of curved vertical lines and straight horizontal lines.

Основные компоненты туризма:



турист

- Путешествие и деятельность во время путешествия

Турист - это

Посетитель, т.е. «лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 месяцев с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте.

Признаки туриста и экскурсанта:

- Выезд за пределы обычной среды
- Продолжительность пребывания
- Цель (мотив) поездки

Туристское предприятие:

- **В широком смысле объединяет предприятия, оказывающие отдельные услуги (транспорт, проживание, питание, программа) и предлагающие комплексный продукт (туроператоры и турагенты)**

Туристский регион:

- Территория привлекательная для жителей других местностей и располагающую сетью учреждений и сооружений, необходимых для организации отдыха

Противоречия между компонентами сферы туризма

- Турист - туристское предприятие
- Турист - туристский регион
- Туристское предприятие – туристский регион

ТУРИЗМ

- **Это совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы**

Сервис

- ***Сервис – работа по оказанию услуг, по удовлетворению потребностей клиентов.***
- ***Сервис - это совокупность услуг.***

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ



1. Предыстория туризма

- Античные времена (торговля, образовательные цели, паломничество, лечение, Олимпийские игры). В Римской империи возникают постоянные дворы.
- Средние века – паломничество
- Эпоха просвещения – путешествия дворян с целью лечения и просвещения
- Великие географические открытия

Резюме:

- Примитивизм средств передвижения;
- Путешествие – это средство достижения какой-либо цели, места
- Все путешественники относились к привилегированному сословию

2. Элитарный туризм и зарождение массового туризма

- Изобретение парохода Фултоном в 1807 г., паровоза Стефенсоном в 1814г., совершенствование почтовой связи, расширение сети дорог в Европе, миграция европейцев в Северную и Южную Америку, уменьшение рабочего времени, введение гарантированных оплачиваемых отпусков



5 июля 1841 г.

- В 1841 году англичанин Томас Кук создал первый пекидж-тур, возникают первые бюро путешествий, издаются каталоги
- Кук был признан «изобретателем туризма», а основанное им туристическое агентство завоевало всемирную известность. Через пять десятков лет фирма «Томас Кук и сын» владела 84 отделениями, 85 агентствами, и её услугами воспользовались более 3 миллионов человек.
- В 1863 году первое туристское бюро основано в Германии. Основная цель поездок - дачный туризм

Резюме:

- В начале 19 века ряд таких факторов как: промышленная революция, развитие транспорта, увеличение свободного времени благоприятно повлияло на развитие туризма.
- Потребовалось строительство новых гостиниц, организация бюро путешествий, развитие комплексных туристских услуг.

3. Начало становления массового туризма

- Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х гг, вторая мировая война оказали негативное влияние на туризм
- Начало вовлечения «маленького человека» в туризм (Швейцария, «Отельплан» - рост на 50000 турпоездов и Германия, «Имперский комитет по туризму –с 1934 по 1938гг. рост туристских поездок в 5 раз

Резюме:

- В этот период развития туризм одиночек постепенно уступал место групповому туризму широких масс.
- Изменился характер путешествий (познавательные цели).
- В маршруты включаются познавательные места, памятники культуры

4. Массовый туризм

- Основной показатель завершения процесса формирования массового туризма – интенсивность туризма
- Интенсивность туризма показывает, какая часть (в%) населения ежегодно совершает хотя бы одну туристическую поездку, и рассчитывается как процентное отношение ко всему населению страны.
- Этот показатель должен быть более 50%

Резюме:

- Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.
- Совершается переход от массового конвейерного к массовому дифференцированному туризму.

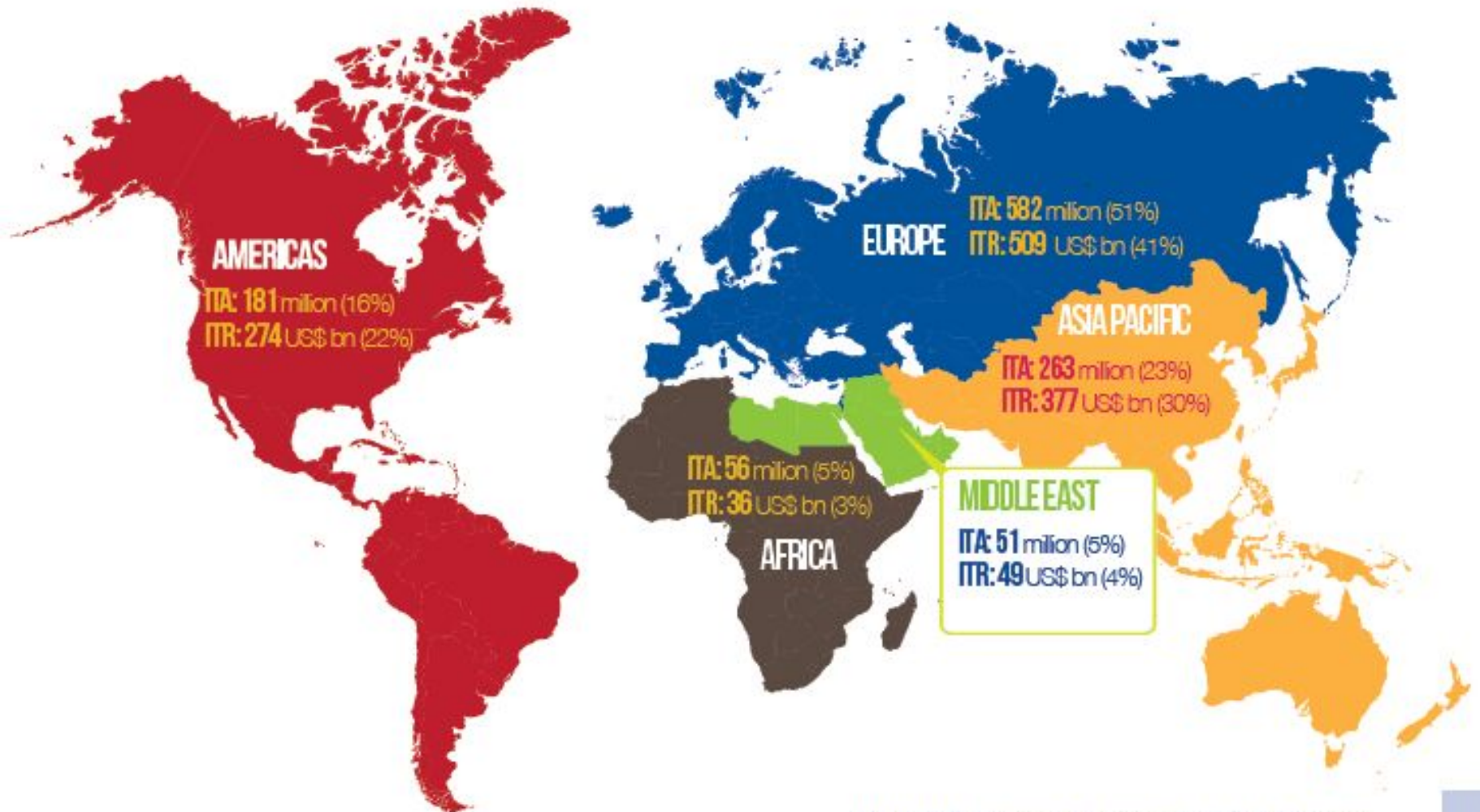
Экономические аспекты развития туризма

- 10 % мирового ВВП
- 9% общего объема инвестиций
- 11% мировых потребительских расходов
- 5% всех налоговых поступлений
- 260 миллионов рабочих мест, или 1 из каждых 12 рабочих мест на планете
- Доходы от международного туризма составили 1500 млрд.долл (2014).
- 6% от общего экспорта товаров и услуг (6 место после топлива, офисного и телекоммуникационного оборудования, продукции химической промышленности и автомобилестроения, продуктов питания.
- Рост туристских прибытий с 50 млн.чел. (1950-е гг) до 1,133млрд.чел. (2014г)

INTERNATIONAL TOURISM 2014

International tourist arrivals (ITA): 1133 million

International tourism receipts (ITR): US\$ 1245 billion



International Tourist Arrivals

Rank	Series ¹	Million		Change (%)		
		2013	2014*	13/12	14*/13	
1	France	TF	83.6	83.7	2.0	0.1
2	United States	TF	70.0	74.8	5.0	6.8
3	Spain	TF	60.7	65.0	5.6	7.1
4	China	TF	55.7	55.6	-3.5	-0.1
5	Italy	TF	47.7	48.6	2.9	1.8
6	Turkey	TF	37.8	39.8	5.9	5.3
7	Germany	TCE	31.5	33.0	3.7	4.6
8	United Kingdom	TF	31.1	32.6	6.1	5.0
9	Russian Federation	TF	28.4	29.8	10.2	5.3
10	Mexico	TF	24.2	29.1	3.2	20.5

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

¹ See note on page 9

International Tourism Receipts

Rank	US\$				Local currencies	
	Billion		Change (%)		Change (%)	
	2013	2014*	13/12	14*/13	13/12	14*/13
1 United States	172.9	177.2	7.0	2.5	7.0	2.5
2 Spain	62.6	65.2	7.6	4.2	4.1	4.2
3 China	51.7	56.9	3.3	10.2	1.4	9.2
4 France	56.7	55.4	5.6	-2.3	2.1	-2.3
5 Macao (China)	51.8	50.8	18.1	-1.9	18.1	-1.9
6 Italy	43.9	45.5	6.6	3.7	3.1	3.7
7 United Kingdom	41.0	45.3	12.1	10.3	13.2	4.8
8 Germany	41.3	43.3	8.2	5.0	4.7	4.9
9 Thailand	41.8	38.4	23.4	-8.0	22.1	-2.7
10 Hong Kong (China)	38.9	38.4	17.7	-1.4	17.7	-1.5

(Data as collected by UNWTO May 2016)

Лидеры по тратам туристов

Rank	International Tourism Expenditure (US\$ billion)		
	2013	2014*	
1	China	128.6	164.9
2	United States	104.1	110.8
3	Germany	91.4	92.2
4	United Kingdom	62.7	67.6
5	Russian Federation	53.5	50.4
6	France	42.9	47.8
7	Canada	35.2	33.8
8	Italy	27.0	28.8
9	Australia	28.6	26.3
10	Brazil	25.0	25.6

Перспективы развития международного туризма (к 2020 г)

- 1. Китай – 137,1 млн. туристских прибытий
- 2. США – 102,4
- 3. Франция – 93,3
- 4. Испания – 71,4
- 5. Гонгконг – 59,3
- 6. Италия – 52,9
- 7. Великобритания – 52,8
- 8. Мексика – 48,9
- 9. Россия – 47,1
- 10. Чехия - 44

- **1.** К 2020 году в мире будет насчитываться уже не 1 млрд, а около 1,6 млрд туристов, ежегодно посещающих те или иные страны.
- **2.** Затраты «среднего» туриста в посещаемой стране вырастут с 1000 долл в 2012 г. до приблизительно 1300 долл в 2020 г.
- **3.** Благодаря этим двум факторам поступления от международного туризма к 2020 году вырастут почти в 2 раза и составят более 2 триллионов долл.

Черты современного рынка:

- Усиление экономического соперничества;
- Конкуренция за внимание потребителя;
- Особое значение творческих идей;
- Диктат потребителя;
- Распространение новых моделей ценообразования.

Основные тренды мирового туризма

Согласно данным, представленным в 2011 году на конференции UNWTO в Лиссабоне на данный момент существует пять наиболее перспективных туристических направлений:

- 1.** Приключенческий туризм.
- 2.** Экологический туризм (природный туризм).
- 3.** Культурно-познавательный туризм.
- 4.** Круизы.
- 5.** Тематический туризм (тематические объекты и парки).

Значение туризма

- Экономическое (прямое и косвенное)
- Социальное
- Гуманитарное

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

- Александрова, А.Ю. Международный туризм [Текст] / А.Ю. Александрова. – М., 2010.
- Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М. – СПб.: Изд-во Невский Фонд, Издательский дом Герда, 2008. – 319с.
- Бутко, Иван Иванович. Туристический бизнес [Текст] : основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. - Изд. 2-е. - Ростов н/Д : Феникс, 2008.
- Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб. для образоват. учреждений туристского профиля / Валерий Александрович, Квартальнов. - Изд. 2-е, перераб. - М.: Финансы и статистика, 2007.

Дополнительная литература:

- Зорин, И.В. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности [Текст]: учебник / И.В. Зорин, Т.П. Каверина. – М.: Финансы и статистика, 2008.
- Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы [Текст] / под.ред. В.А. Квартальнова. - М.: Финансы и статистика, 2008.
- Мониторинг развития туризма в Кировской области (конкурсный проект ВятГГУ 2007) [Текст] : отчет о НИР (заключ.) / ГОУ ВПО "ВятГГУ" ; рук. Е. В. Конышев ; исполн.: Е. В. Митягина, Е. Л. Ситникова. - Киров, 2008. - 202 с.

Программное обеспечение и интернет-ресурсы

- **КонсультантПлюс: электронная библиотека студента [Электронный ресурс].** - Электрон. дан. - М. : КонсультантПлюс, 2009. - 1 эл. опт. диск (DVD-ROM) : цв. - Систем. требования: Windows ME/NT4/2000/XP ; DVD-ROM ; ОПЕРАТИВНАЯ ПАМЯТЬ 128 МВ. - Загл. с этикетки диска. - 250.00 р.
- **Туризм в цифрах. 2007 [Электронный ресурс]** : стат. материал / [ред.-сост. Т. О. Коник, В. Н. Нестеров]. - Электрон. текстовые дан. - М. : Статистика России, 2007. - 1 эл. гиб. диск. - Загл. с этикетки диска. - 147.00 р.

Вопросы для самостоятельного изучения:

Тема: «Туризм как система»

- Этапы развития туризма в различных странах мира.
- Этапы развития туризма в России
- Великие географические открытия и их влияние на развитие туризма

№ п/п	Страны	2005 год		2011 год		
		Доля рынка мирового туризма	место	Доля рынка мирового туризма	Величина туристских прибытий, млн.чел.	место
1.	Франция	9,45	1	8,01	78,498	1
2.	США	6,12	3	5,87	57,526	2
3.	Китай	5,83	4	5,87	57,526	3
4.	Испания	6,96	2	5,78	56,644	4
5.	Италия	4,54	5	4,73	46,354	5
6.	Англия	3,49	6	3,12	30,576	6
7.	Турция	2,52	9	2,99	29,302	7
8.	Германия	2,66	8	2,89	28,322	8
9.	Малайзия	2	13	2,64	25,872	9
10.	Австрия	2,48	10	2,36	23,128	10
11.	Мексика	2,73	7	2,33	22,834	11

В 2011 году наибольшая доля поступлений от международного туризма в абсолютных числах

1. Европа (45% или 463 млрд. долл. США (333 млрд. евро)
2. Азиатско-Тихоокеанский регион (28%, или 289 млрд. долл. США / 208 млрд. евро)
3. Американский регион (19%, или 199 млрд. долл. США / 143 млрд. евро)
4. Ближний Восток (4%) заработал 46 млрд. долл. США (33 млрд. евро)
5. Африка (3%) - 33 млрд. долл. США (23 млрд. евро)

Страны-лидеры по доходам от туризма в 2011 году

1. Соединенные Штаты (прирост 13 млрд. долл. США, всего 116 млрд. долл. США)
2. Испания (прирост 7 млрд. долл. США, всего 60 млрд. долл. США),
3. Франция (прирост 7 млрд. долл. США, всего 54 млрд. долл. США),