

СТАНОВЛЕНИЕ ТУРИЗМА МАССОВОГО И ЭЛИТАРНОГО



НАЧАЛО СТАНОВЛЕНИЯ МАССОВОГО ТУРИЗМА

Середина XIX в.

Туризм – неотъемлемая часть образа жизни образованных и состоятельных людей.

Конец XIX в.

промышленная революция

Формирование потребности в туризме как рекреационной деятельности у самых широких слоев общества



ПРИЧИНЫ АКТИВАЦИИ МАССОВОГО ТУРИЗМА (ПОИСК НОВЫХ ФОРМ ОТДЫХА И ВОССТАНОВЛЕНИЯ СИЛ)

- ускоряющийся темп жизни
- тяжелый физический труд
- огромные психологические нагрузки
- сокращение рабочего дня не выполняло своей рекреационной функции полностью
- алкоголизм и депрессии

ЗАРОЖДЕНИЕ МАССОВОГО ТУРИЗМА

Первые годы
после
1-й мировой войны



Поездки приобретают
качественно иной
характер



1-е зачатки
массового туризма

Основное
направление –
Европа

Большое внимание
к памятникам культуры,
к историческим местам

Преобладание
познавательных
целей

Туризм «одиночек»
уступает
туризму широких масс



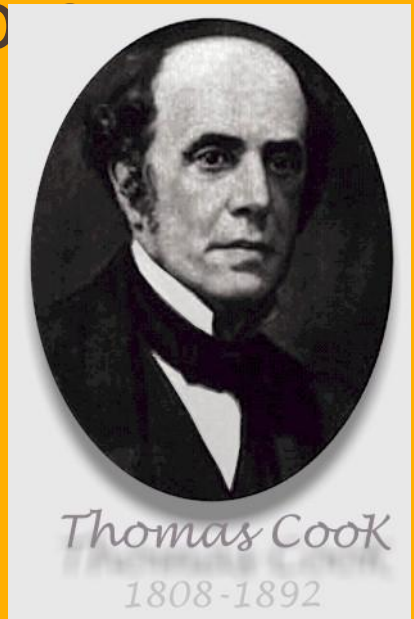
СТАНОВЛЕНИЕ МАССОВОГО ТУРИЗМА СТАНОВИТСЯ ВОЗМОЖНЫМ В СИЛУ СЛЕДУЮЩИХ ИЗМЕНЕНИЙ:

- начало бурного развития промышленности, науки и техники, которое требовало новых скоростей, новых средств передвижения
- появление быстрых и достаточно надежных транспортных средств
- ломка стереотипов жизненного уклада и изменение отношения к путешествиям
- ухудшающееся физическое и психологическое состояние городского населения, усиливающееся пьянство
- повышающаяся мобильность населения



ВКЛАД Т. КУКА В РАЗВИТИЕ МАССОВОГО ТУРИЗМА

- ❖ Организация совместного отдыха для рабочих
- ❖ Организация зарубежных поездок
- ❖ Организация первого кругосветного путешествия
- ❖ Применял систему скидок
- ❖ Создал дорожные чеки
- ❖ Использовал новейшие средства транспорта



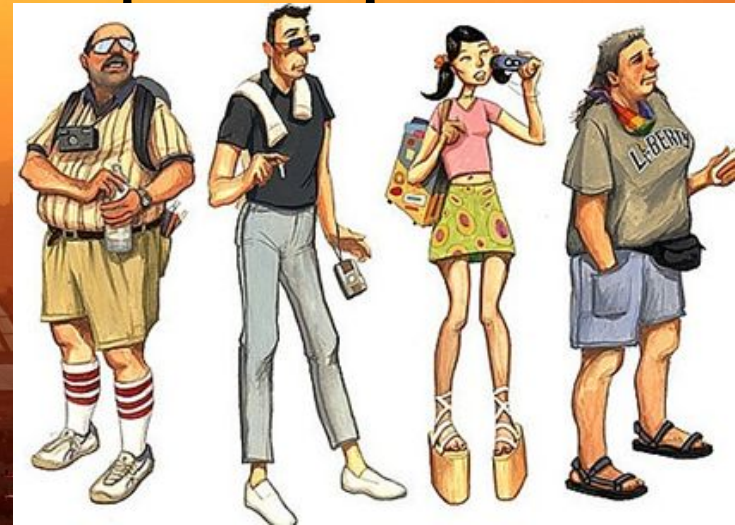
ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МАССОВОГО ТУРИЗМА

- элитарный туризм (сер. XIX в. до нач. XX в.)
- место богатых туристов занимает многочисленная буржуазия (начало XX в. до сер. 1930-х гг.)
- у народа появляется относительная свобода действий в реализации собственных предпочтений (с первой пол. 1950-х гг. и продолжается до наших дней)



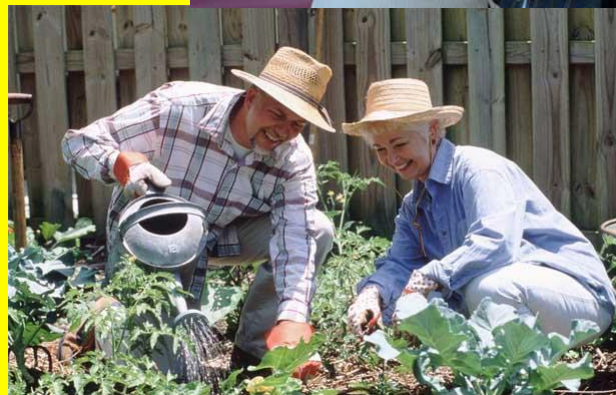
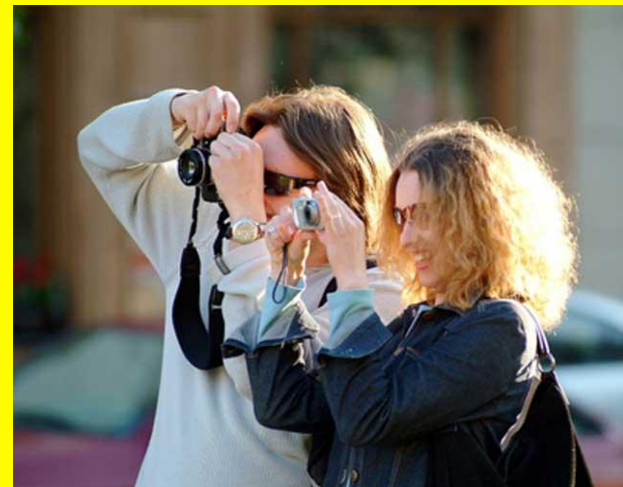
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

- социально-экономические факторы
- рекреационно-ресурсный потенциал территории
- инфраструктурный фактор



НОВЫЕ ФОРМЫ И ВИДЫ ТУРИЗМА

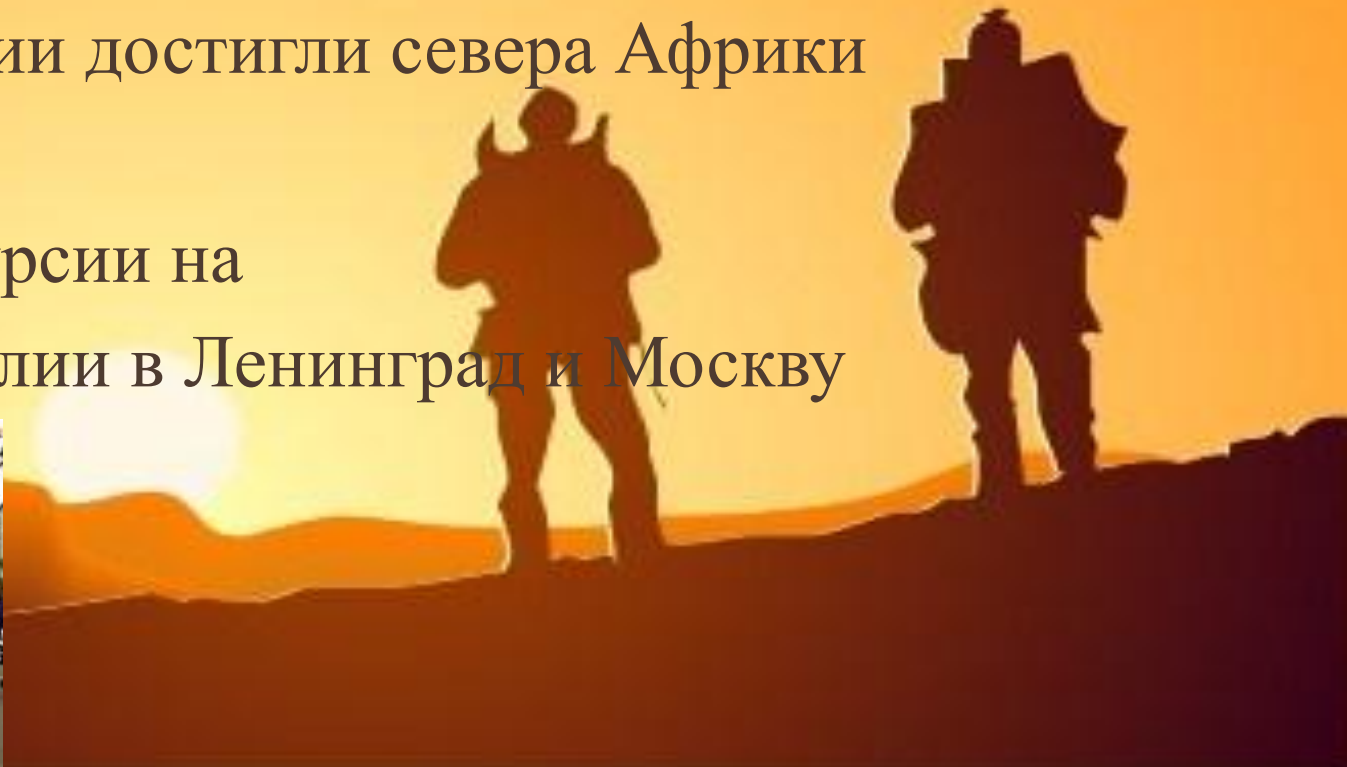
- ❖ *Индивидуальные туры*
- ❖ *Летний отдых на дачах*
(традиция длительного отдыха
для представителей среднего
класса)
- ❖ *Горный и спортивный туризм*
- ❖ *Туризм по политическим*
мотивам



ПЕРВЫЕ ЭКСКУРСИИ НА АВТОБУСАХ

- В 1919/20 г. англичане организовывают экскурсии в районы боев во Франции, а позднее – на Лазурный берег, в Испанию и другие районы Европы.

- 1935 г. экскурсии достигли севера Африки
- тогда же были совершены экскурсии на автобусах из Англии в Ленинград и Москву

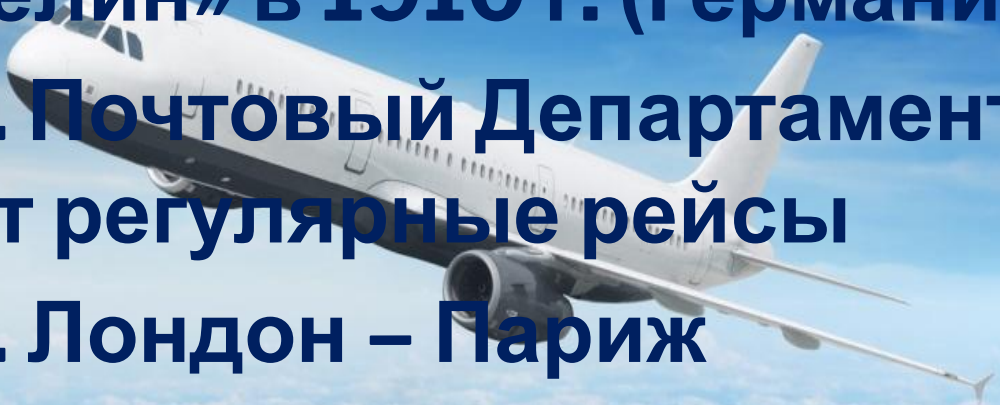


РАЗВИТИЕ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА

- прогресс в развитии морского транспорта сделал туризм вполне массовым явлением
- однако морской транспорт был далеко не безопасным
- начиная с 1960-х гг., морской транспорт теряет свое значение в регулярных пассажироперевозках и постепенно сводится только к круизам
- в 1980-е гг. поиск мест, которые ранее массово не посещались



РАЗВИТИЕ АВИАЦИОННОГО ТРАНСПОРТА

- Первые авиаперевозки осуществил «Цеппелин» в 1910 г. (Германия)
 - 1918 г. Почтовый Департамент США вводит регулярные рейсы
 - 1919 г. Лондон – Париж
 - 1929 г. коммерческий маршрут из Англии в Индию
 - 1919-39 гг. – значительные успехи в авиации, прогнозировании, аэродинамике и др.
- 
- A white commercial airplane is shown in flight, banking upwards and to the right. The aircraft is set against a bright blue sky filled with soft, white cumulus clouds. The perspective is from a slightly elevated angle, looking down at the plane as it moves across the frame.

ПРЕПЯТСТВИЯ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ В ТУРИЗМ ШИРОКИХ МАСС

- **Бедность**
- **Отсутствие оплачиваемых отпусков**
- **Отсутствие «привычки к путешествиям» (кроме Великобритании, где сложилась устойчивая традиция отпусков “holidays”)**

РАБОЧЕЕ ТУРИСТСКОЕ ДВИЖЕНИЕ ПОСЛЕ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

- организацию поездок брали на себя профсоюзы
- в первую очередь рассматривался как средство укрепления мира и взаимопонимания между народами
- важнейшая проблема – поддержание низкого уровня стоимости туров
- с 1930 г. количество рабочих туристок-женщин превышало количество мужчин
- многие рабочие предпочитали экономить



ДЕПРЕССИЯ 30-Х ГГ.

- Экономическая депрессия 30-х гг. привела к резкому сокращению финансовых возможностей различных слоев населения для осуществления туристских поездок
- И как следствие этого явился кризис в системе гостеприимства
- Помочь ликвидировать кризис в 1935 г. вызвался Г.Дуттвайлер, который создает фирму «Отельплан» (цель: восстановление гостиничного и туристского бизнеса)

ПЕРЕД ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНОЙ

Страны-лидеры по приему туристов:

Италия (более 5 млн. человек)

Швейцария (2 млн. человек)

Бельгия (1,8 млн. человек)

Франция (1,5 млн. человек)

К началу Второй мировой войны потоки туристов растут и превышают в 2 раза докризисные.

ПОСЛЕДОВОЕННЫЕ ГОДЫ

• приобретает массовый характер

- становится формой досуга не только элиты общества, но и среднего класса, молодежи, учащихся.
- Формируется мощная индустрия отдыха с развитой инфраструктурой.
- активная деятельность туристских фирм, массовое строительство гостиниц, мотелей, заведений для отдыха и развлечений.
- Широкое распространение получает международный обмен
- туризм переходит от индивидуальных форм к организованным.
- 1947 г. - в Париже был утвержден Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО).
- Социальный туризм все меньше ориентировался на рабочее движение

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПОСЛЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

- трансформация массового конвейерного
туризма в массовый дифференцированный

Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однообразность потребностей и мотивации туристов и обезличенно-конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличают разнообразная парадигма потребностей и мотивации туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Для дифференцированного туризма характерен глубокий ассортимент услуг.

ЗАВЕРШЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ МАССОВОГО ТУРИЗМА

- интенсивность туризма - важнейший показатель завершения процесса формирования массового туризма

- интенсивность туризма $> 50\%$ => сформировавшийся массовый туризм

