

Тема 1 Введение в дисциплину. Основные понятия и определения.



Основные термины, ФЗ N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

- **туризм** - 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;
- **туристская деятельность** - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;
- **туризм внутренний** - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- **туризм выездной** - туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;
- **туризм въездной** - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;
- **туризм международный** - туризм выездной или въездной

Основные термины, ФЗ N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

- **туризм социальный** - туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;
- **туризм самодетельный** - туризм, организуемый туристами самостоятельно;
- **турист** - 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
- **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ОБМЕН** – общесоциальное понятие

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ (ФЗ N 132-ФЗ)

- **туристские ресурсы** - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;
- **туристская индустрия** - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников;
- **туристский продукт** - комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Основные понятия (ФЗ N 132-ФЗ)

- **туроператорская деятельность** - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор);
- **турагентская деятельность** - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее - турагент);
- **заказчик туристского продукта** - турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;
- **формирование туристского продукта** - деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);
- **продвижение туристского продукта** - комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ (ФЗ N 132-ФЗ

)

- **реализация туристского продукта** - деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором;
- **экскурсант** - лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;
- **экскурсовод (гид)** - профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;
- **гид-переводчик** - профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;
- **инструктор-проводник** - профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов;

Профессиональная классификация видов туризма

А) Функциональная классификация туризма по целеполаганию:

рекреационный;

лечебно – оздоровительный;

культурно-познавательный;

деловой (бизнес-туризм, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм);

спортивный;

этнический, в т.ч. ностальгический

событийный;

активный (пеший, водный, конный, комбинированный);

экологический;

религиозный (паломнический);

транзитный;

образовательный.

Профессиональная классификация ВИДОВ туризма

Б) В зависимости от типа транспорта и способа передвижения:

- *Авиатуризм,*
- *Автомуризм,*
- *Железнодорожный туризм,*
- *Круизный туризм,*
- *Пеший туризм.*

В) В зависимости от времени путешествия:

- *сезонный и внесезонный (сейчас грани стираются).*

Г) В зависимости от состава группы:

- *массовый, индивидуальный, семейный, молодежный, детский.*

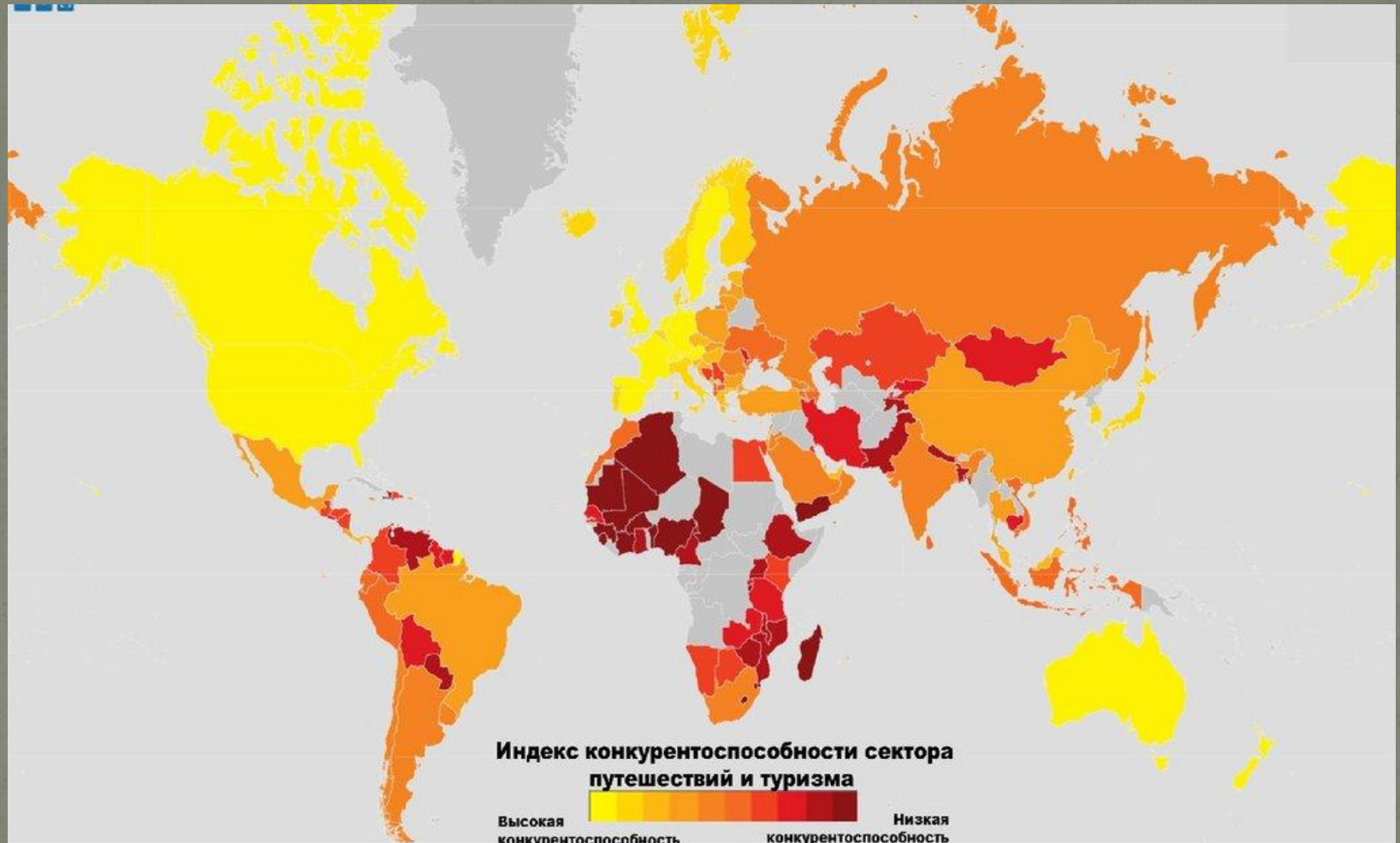
Д) В зависимости от организационных форм:

- *организованный, неорганизованный, самостоятельный (организованный туристскими объединениями, клубами – некоммерческими организациями).*

Международный туризм

- * Международный туризм является составной частью международных экономических отношений. В отраслевом аспекте его следует рассматривать как часть мировой торговли услугами. Значение международного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие современного общества возрастает по мере ускорения процесса глобализации мировой экономики.

Индекс туристской конкурентоспособности стран



Определение туристского региона, дестинации, кластера, туристской зоны

- *Туристский регион* – это территория страны, располагающая однородными (сходными) природно-климатическими условиями, другими природно-рекреационными ресурсами, трудовыми ресурсами, производственным и научным потенциалом, специализацией и кооперацией производства туристского продукта, внутриотраслевыми связями, определенным местом во внутрироссийском и международном разделении труда.

Определение туристского региона, дестинации, кластера, туристской зоны

Термины «дестинация», «кластер» определяют исключительную значимость территории в туристском обмене, ее (территории) узнаваемость и конкурентоспособность на международном рынке.

Туристская дестинация понимается как некая социально-географическая местность (место, регион, город, деревня, парк аттракционов), которую конкретный турист или целый сегмент туристского спроса выбрал в качестве цели поездки и которая располагает всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания и инфраструктурой развлечений.

Общие черты дестинаций

1. Дестинация представляет собой совокупность следующих компонентов:

достопримечательность (природные богатства или созданные человеком, т.е. то, что побуждает туриста совершать путешествие);
удобства (размещение, питание, развлечения, а также розничная торговля и другие предприятия сферы услуг, такие как банки, обменные пункты, парикмахерские, медицинские предприятия, т.е. все то, что не только обеспечивает приют и пищу, но и создает общее ощущение радушного приема туристов данной дестинацией); **транспортная доступность**.

Общие черты дестинаций

2. Дестинация представляет собой культурную ценность: посетители должны считать дестинацию привлекательной и заслуживающей времени и денег, потраченных на путешествие.
3. Дестинация неразделима, т.е. туристский продукт потребляется там, где он непосредственно производится.
4. Услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и другие люди: местные жители и работники данной дестинации.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР (ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР -

сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.



Цель создания туристического кластера – повысить конкурентоспособность территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в т.ч.:

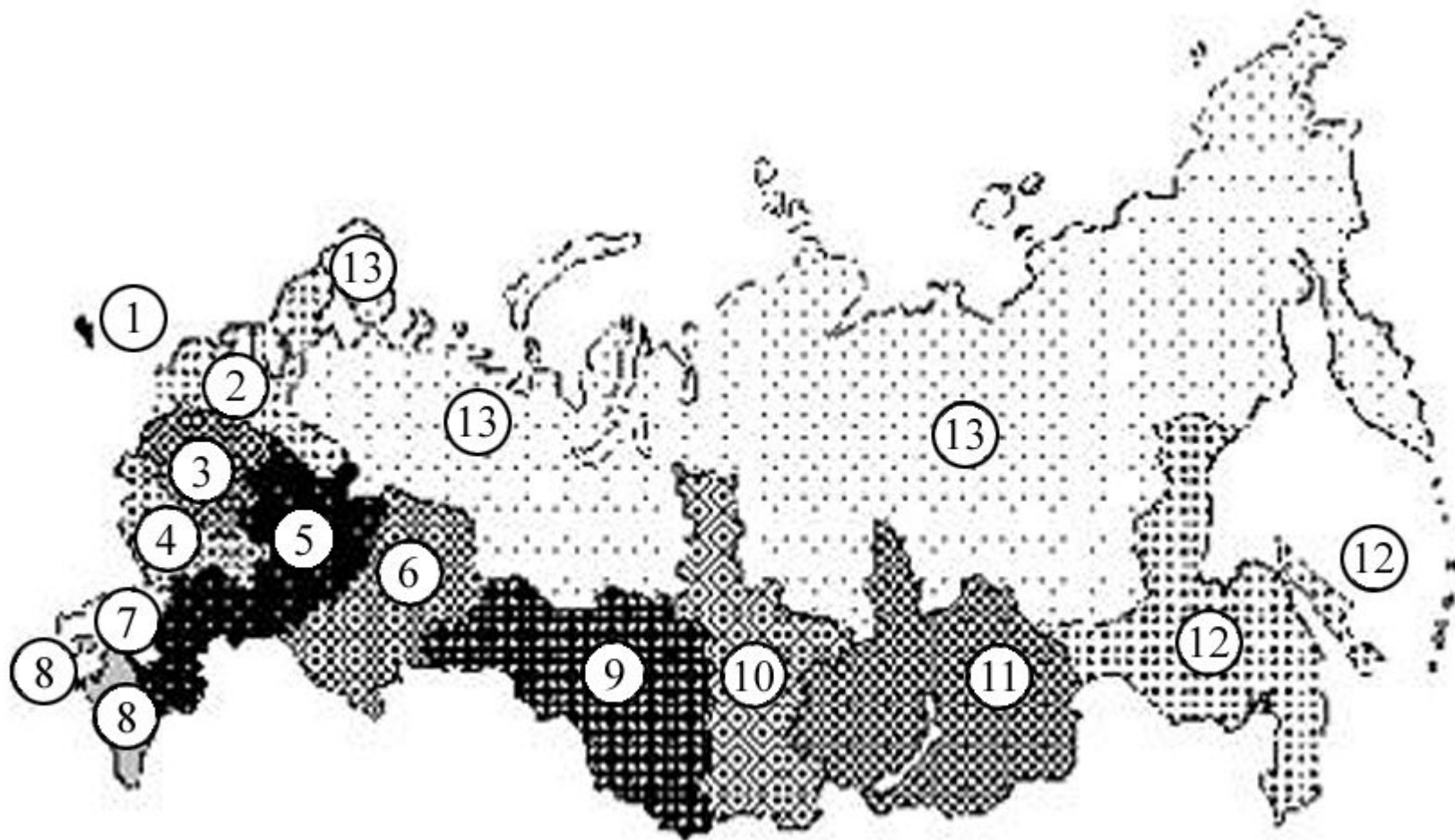
- повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер,
- стимулирования инноваций,
- стимулирования развития новых направлений.

На конкретной территории должны быть созданы (а не унаследованы!) такие специализированные факторы, как квалифицированные кадры, инфраструктура и капитал. Это и создает кластеру конкурентное преимущество, копирование которого затруднительно.

В соответствии с методикой, принятой ГОСКОМСТАТОМ РФ в России существует 13 туристских зон федерального значения.

Картограмма туристских зон федерального значения в России

Источник: Российский союз туриндустрии.



- 1. Западная
- 2. Северо-Западная
- 3. Центральная
- 4. Южно-Русская
- 5. Поволжская
- 6. Уральская
- 7. Черноморская
- 8. Кавказская
- 9. Алтайская
- 11. Байкальская
- 10. Енисейская
- 12. Дальневосточная
- 13. «Российский Север»

Факторы, влияющие на развитие туризма

I группа факторов:

- 1) статичные (природно-климатические, географические и культурно-исторические);
- 2) динамичные (демографические, социально-экономические, материально-технические и политические);
- 3) факторы туристского рынка.

II группа факторов:

- 1) стимулирующие;
- 2) сдерживающие.

Динамичные факторы.

А. Социально-экономические:

- 1. Демонополизация, рост предприятий туризма.
- 2. Плата за рекреационные ресурсы.
- 3. Состояние материально-технической базы.
- 4. Нормативно-правовое обеспечение функционирования туризма.
- 5. Внедрение рыночных отношений.
- 6. Информационная база (консолидированная).
- 7. Уровень поддержки государством, уменьшение иммиграционных ограничений.

Б. Демографические:

- 8. Изменение уровня дохода
- 9. Соотношение сельского и городского населения
- 10. Уровень образования и культуры
- 11. Средняя продолжительность жизни и средний возраст выхода на пенсию.
- 12. Процент рождаемости населения
- 13. В целом увеличение свободного времени населения

Факторы туристского рынка:

- Соотношение туристского спроса и предложения, рост индивидуального туризма.
- Возрастание роли сегментации рынка.
- Координация и интеграция – рост партнерства в сфере туризма, создание союзов, профессиональных ассоциаций, туристских общественных организаций.
- Повышение роли СМИ и связей с общественностью.
- Возрастание роли кадров в туризме.

Во второй группе факторов особо следует выделить *сдерживающие факторы* – это кризисы, политическая и финансовая нестабильность, угроза войны, криминогенная обстановка, неблагоприятная экология, ужесточение туристских формальностей