

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.

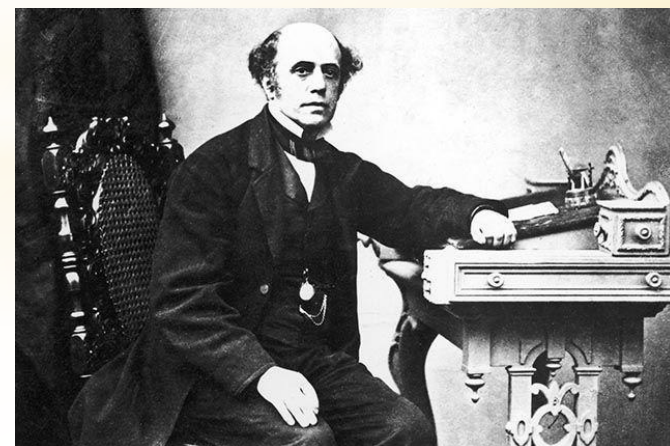
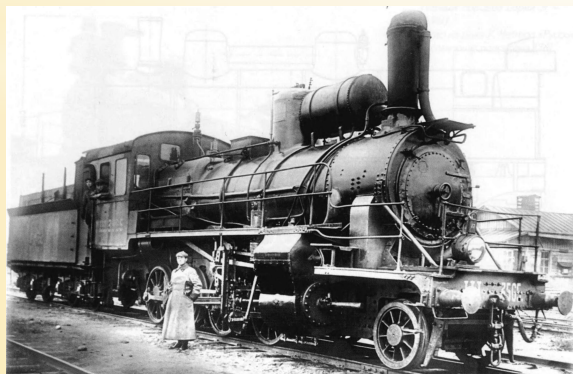


В 1801 году в Германии (г. Баден-Баден) открылась гостиница «Бадише-Хоф». В 1812 году в Швейцарии вступает в строй отель «Риги - Клестерли», в 1832 году построена гостиница в городе Фаульхорн. В городе Интерлакене (Швейцария) в 1859 году простроен «Гранд-отель Швайцерхоф». В Германии на рубеже XVIII - 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 семьей и друзьями);
- * - люди 65 лет 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.

