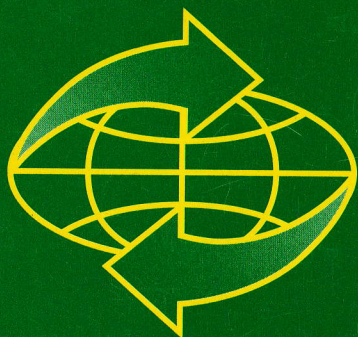


Г.А.Яковлев

ЭКОНОМИКА И СТАТИСТИКА ТУРИЗМА

Учебное пособие

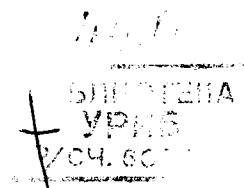


Г.А.Яковлев

ЭКОНОМИКА И СТАТИСТИКА ТУРИЗМА

Учебное пособие

*2-е издание,
переработанное и дополненное*



МОСКВА



2004

Яковлев Г. А.

Я474 Экономика и статистика туризма: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство РДЛ, 2004. — 376 с.

ISBN 5-93840-051-1

В учебном пособии рассмотрены экономическое пространство туризма, особенности функционирования туристских предприятий, а также факторы, влияющие на их развитие. Изложены основные показатели экономической статистики, с помощью которых предприниматель может анализировать состояние дел туристского предприятия, разрабатывать варианты управленческих решений и давать оценку степени достижения поставленных перед предприятием задач. Дается характеристика сущности предпринимательства в целом, его типов, функций и видов предпринимательской деятельности в туризме.

Для студентов высших учебных заведений и факультетов, обучающихся по программе «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», и практических работников сферы туризма.

ББК 65.433я73

ISBN 5-93840-051-1

© Г. А. Яковлев, 2004

Введение

Туризм сегодня превратился в бурно развивающуюся отрасль мировой экономики. Во многих странах туризм занимает значительное место в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, оптимизации внешнеторгового баланса. Для целого ряда стран туризм является источником значительных валютных поступлений, способствует расширению международных контактов и т. д.

Российские предприниматели уже оценили перспективность туристского бизнеса. Однако рынок российского туризма развивается крайне медленно. Несмотря на приоритет развития внутреннего, въездного и социального туризма, как это подчеркивается в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года, в нашей стране пока преобладает рынок выездного туризма.

Для эффективного ведения туристского бизнеса предприниматели должны хорошо разбираться в вопросах экономики туризма, которая оказывает определенное влияние на экономику страны.

Федеральная программа развития туризма в Российской Федерации, утвержденная Правительством РФ в 1996 году, особое внимание обращает на вопросы профессиональной подготовки специалистов туристского бизнеса. Целью данной программы является подготовка широко образованных, творчески и критически мыслящих профессионалов, способных применять на практике полученные теоретические и практические знания, умеющих самостоятельно разрабатывать и применять современные экономические методы и модели в управлении экономикой предприятий социально-культурной сферы и туризма в современных рыночных условиях.

Предлагаемое вниманию читателей учебное пособие написано в соответствии с учебной программой курса «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», рекомендованной Министерством образования России.

В пособии рассмотрены основные концепции экономики туризма, экономические особенности функционирования туристских предприятий, а также изложены основные показатели экономической статистики, с помощью которых предприниматель может ана-

лизировать состояние дел туристского предприятия, разрабатывать варианты управленческих решений и давать оценку степени достижения поставленных перед предприятием задач.

Улучшение организации обслуживания внутренних и зарубежных туристов и подготовка квалифицированных кадров по данной специальности — основная задача деятельности всех туристских предприятий, туроператорских фирм и сети турагентств. Это подтверждает актуальность издания данного учебного пособия.

В процессе подготовки учебного пособия автором был обобщен опыт развития туризма на основе работ по данной тематике И. Т. Балабанова, В. А. Квартальнова, И. В. Зорина, А. П. Дуровича, З. М. Горбылевой, Н. И. Кабушкина, А. Д. Чудновского и др.

Автор благодарен коллективам кафедр статистики и предпринимательства Государственного университета управления за оказанное содействие в написании соответствующих разделов учебного пособия.

Автор заранее благодарен всем, кто сочтет необходимым дать свои замечания и предложения по совершенствованию пособия. Отклики читатели могут направлять в адрес редакции.

Раздел I

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ТУРИЗМА

§ 1.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТУРИЗМА

В литературе существует множество определений туризма. Приведем классическое:

Туризм — временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время для получения удовольствия и отдыха, в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте.

Термин «туризм» с давних времен используется во многих языках. Это слово произошло от выражения «великий тур» (*Grand Tour*) и первоначально означало ознакомительную поездку, которую совершали в XVII—XVIII столетии молодые дворяне. В XIX столетии такие поездки стали популярны и среди других слоев населения. Целью поездок было знакомство туристов с чужими культурами. На протяжении столетий основное назначение туризма — знакомство путешественников с другими странами, налаживание контактов и взаимопонимания с народами, их населяющими.

Основными критериями туризма являются следующие:

1. Изменение места, находящегося за пределами обычного местопребывания. Туризм является разновидностью путешествий и охватывает лиц, пребывающих в местах, находящихся за пределами их постоянного места жительства.

2. Перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени. По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2—3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6—7 дней), меньшую долю занимают 8—12-дневные поездки.

3. Пребывание в другом месте, при этом место пребывания не должно быть местом постоянного или длительного проживания. Оно не должно быть связано с трудовой деятельностью (оплатой труда). Этот нюанс следует учиты-

вать, так как поведение человека, занятого трудовой деятельностью, отличается от поведения туриста и не может классифицироваться как занятие туризмом. Еще одним условием является и то, что путешественники не должны находиться в посещаемом ими месте 12 и более месяцев подряд. Лицо, находящееся или планирующее находиться более одного года в определенном месте, с точки зрения туризма считается постоянным жителем и поэтому не может называться туристом.

4. Выезд людей с места своего постоянного проживания в иную местность, страну в целях туризма. Перемещения в пределах местности постоянного проживания (например, ежедневные поездки на работу) не могут быть отнесены к туризму. По статистике внутреннего туризма, ограничены категории населения, которые следуют ежедневно на работу на определенные временные промежутки и расстояния. Так, для небольшого города это 20—30 минут при расстоянии в несколько километров, для крупного города — поездки на работу продолжительностью до трех часов на расстояние 50—100 км. Учитывается и минимальный промежуток отсутствия жителя в этом месте, а также отличия и особенности местностей и административных территорий. Для жителя небольшого поселка поездка на 70 км считается дальним путешествием. В то же время в крупных городах это расстояние находится в пределах городской черты.

5. Оплата труда из источника в посещаемом месте. Суть данного критерия состоит в том, что главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Любое лицо, въезжающее в какую-либо страну для работы, оплачиваемой из источника в этой стране, считается мигрантом, а не туристом. Это относится не только к международному туризму, но и к туризму в пределах одной страны. Каждый человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны (или в другую страну) для осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в этом месте (или стране), не считается туристом этого места.

Анализ приведенных особенностей и критериев позволяет выделить *признаки* туризма:

✧ деловые поездки, а также путешествия с целью проведения свободного времени — это перемещение за пределы обычного места жительства и работы. Если же житель города передвигается по нему с целью совершения покупок, то он не является туристом, так как не покидает своего функционального места;

✧ туризм — это не только важная отрасль экономики, но и важная часть жизни людей. Он охватывает отношения человека с окружающей его внешней средой.

Следовательно, **туризм** — это совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в

местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Кроме того, **туризм** — это туроператорская и турагентская деятельность туристских предприятий, а также иных организаторов и посредников (например, транспортных компаний).

В зависимости от составляющих услуг и обслуживаемых категорий населения туризм подразделяется на внутренний и международный.

Внутренний туризм — временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях.

Международный туризм — систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории Российской Федерации (*въездной туризм*) и предоставлением туристских услуг и туристского продукта за рубежом (*выездной туризм*). Международный туризм осуществляется на основе межгосударственных договоров.

Совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма (то есть обслуживание туристов из числа жителей своего государства) называется **национальным туризмом**.

По способу организации различают плановый и самостоятельный туризм.

Плановый туризм — это любые виды туризма, разрабатываемые и реализуемые организаторами туризма (туроператорами). Плановый туризм регулируется государством с помощью законодательных и нормативных актов и составляет основу индустрии массового туризма. Именно этот вид туризма является главной составляющей деятельности различных туристских коммерческих организаций и предпринимателей.

Самостоятельный туризм основывается на деятельности добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые издают собственные нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность, проводят походы, туристские слеты и соревнования, издают собственную туристскую литературу.

Разновидность туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды, в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды и иные благотворительные организации оказывают социальную поддержку как наименее обеспеченной части населения при использовании их права на отдых, называется **социальным туризмом**.

§ 1.2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

В соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года, определившим принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирующим отношения, возникающие при реализации права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяющим порядок рационального использования туристских ресурсов РФ, приняты следующие определения основных понятий:

♦ **туризм** — временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания;

♦ **туристская деятельность** — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

♦ **туризм внутренний** — путешествия в пределах Российской Федерации лиц, проживающих постоянно в Российской Федерации;

♦ **туризм выездной** — путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

♦ **туризм въездной** — путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

♦ **туризм социальный** — путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;

♦ **туризм самостоятельный** — путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно;

♦ **турист** — гражданин, посещающий 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 осуществляющий не менее одной ночевки;

♦ **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;

♦ **туристская индустрия** — совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов по-

знавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков;

♦ **тур** — комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия;

♦ **туристский продукт** — право на тур, предназначенное для реализации туристу;

♦ **продвижение туристского продукта** — комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и др.);

♦ **туроператорская деятельность** — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом);

♦ **турагентская деятельность** — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (туроператором);

♦ **услуги гида-переводчика** — деятельность профессионально подготовленного физического лица по ознакомлению туристов с туристскими ресурсами в стране (месте) временного пребывания;

♦ **туристская путевка** — документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта;

♦ **туристский ваучер** — документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания.

§ 1.3. ТУРИСТ КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

Потребителем услуг туризма является турист. Как потребитель туристского продукта турист представляет собой *объект туризма*.

В 1963 году на Конференции ООН по международному туризму в Риме было принято определение понятия «турист», которое применительно к российским условиям в полном виде выглядит следующим образом.

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 или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий, по меньшей мере, одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника.

Аналогично приведенному определению можно выделить следующих участников туризма: международный турист, внутренний турист, экскурсанта, посетителя.

Международный (иностранный) турист. Комитетом статистических экспертов при Лиге Наций в 1937 году было дано следующее определение: *иностранный 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.¹ Международными туристами считаются лица, путешествующие:

- ♦ с целью отдыха, лечения, посещения родственников и т. д.;
- ♦ 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.²

¹ Organization for Economic Cooperation and Development. *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*. — Paris: OECD, 1980. — P. 5—7.

² National Tourism Resources Commission. *Destination USA*. Vol. 2. Domestic Tourism. — Washington, D.C.: Government Printing Office, 1973. — P. 5.

Экскурсант — это временный (однодневный) посетитель местности, населенного пункта или страны, независимо от его гражданства, пола, языка и религии, и находящийся в данной местности в целях туризма менее чем 24 часа. К категории экскурсантов относятся пассажиры яхт и других круизных судов, участники туристских железнодорожных маршрутов.

Посетитель. Конференция Организации Объединенных Наций по международному туризму, проходившая в Риме в 1963 году, рекомендовала следующее определение: *посетитель* — это лицо, посещающее страну вне своего места жительства с любой целью, кроме занятий оплачиваемой деятельностью. Это определение включало:

- ♦ туристов как временных посетителей, остающихся в стране более чем на 24 часа и имеющих целью путешествия отдых, лечение, обучение, паломничество, спорт и т. д., а также получение вакантных рабочих мест, деловые поездки, посещение родственников и участие в конгрессах;

- ♦ экскурсантов как временных посетителей, находящихся в стране менее 24 часов.

Экспертная статистическая группа, созданная Комиссией ООН в 1967 году, рекомендовала использовать определение «посетитель», предложенное в 1963 году в Риме, выделив в нем особый класс посетителей, который можно определить как «однодневных посетителей» или «экскурсантов», которые, в свою очередь, разделяются на:

- ♦ однодневных экскурсантов;
- ♦ людей, пересекающих границу с рабочими целями;
- ♦ пассажиров круизов;
- ♦ транзитных пассажиров, которые не останавливаются на ночь в гостиницах.

§ 1.4. ТИПОЛОГИЯ ТУРИСТОВ

Как потребителей туристского продукта туристов можно разделить на отдельные категории. В зависимости от целей исследования могут применяться различные типологии туристов. Так, исходя из ориентации туристов как **покупателей туристского продукта** их можно разделить на четыре категории.¹

- ♦ «экономные» покупатели туристского продукта, которых отличает высокая чувствительность к цене, качеству и ассортименту услуг;

- ♦ «персоналифицированные» 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).

Немецкий исследователь Г. Ган¹ выделяет следующие типы туристов:

- ♦ *S-mun* (нем. Sonne, Sand, See — солнце, песчаный пляж, море) — типичный отпускник, предпочитающий пассивный отдых на морских курортах, спокойствие и комфорт. Избегает суеты, но приветствует контакты с приятными людьми;

- ♦ *F-mun* (нем. Ferme und Flirtorientierter Erlebnisur Lauber — отпускник, предпочитающий поездки на дальние расстояния и флирт) — этому типу свойственна тяга к беспрестанной смене лиц, событий, впечатлений. Он будет проводить свой отпуск только там, где что-то происходит. Кредо такого туриста — общество, удовольствие, смена впечатлений;

- ♦ *W1-mun* (нем. Wald und Wanderorientiert — любитель лесных прогулок и походов) — отпускник, предпочитающий активный отдых, пешие походы и т. п. Его кредо — физическая активность на свежем воздухе независимо от погоды. На отдыхе он стремится к поддержанию хорошей физической формы, но профессионально спортом не занимается;

- ♦ *W2-mun* — скорее спортсмен, чем любитель. Выдерживает длительные и большие, вплоть до экстремальных, нагрузки. При выборе тура доминирует критерий «наличие условий для занятия хобби». Такие критерии выбора, как «ландшафт, культура, история», вторичны (например, летчик-любитель, альпинист и т. д.);

¹ Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. — М.: Ось-89, 1997. — С. 25—26.

¹ См.: Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. — М.: Экономика, 1994.

♦ *A-typ* (нем. Abentener — приключение) — любитель приключений. Риск, новые ощущения, испытание своих сил в неожиданных ситуациях, опасность — вот то, что определяет выбор цели путешествия у туриста данного типа;

♦ *B-typ* (нем. Bildung und Besichtigung — образование и осмотр достопримечательностей) — любознательные туристы. Данный тип подразделяется на три группы: «эксперты», «коллекционирующие» посещаемые ими достопримечательности; «эмоциональные любители культуры и природы»; «специалисты», которые углубляют свои знания в определенных областях культуры, истории, искусства и т. д.

В зависимости от **активности туристов во время отдыха** выделяют шесть групп:¹

♦ *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, познании нового. В данном типе выделяются три подгруппы: П₁, П₂ и П₃. Туристы типа П₁ посещают места, описанные в путеводителях. Тип П₂ уделяет внимание не столько признанным достопримечательностям, сколько поиску таких мест, где он может почувствовать их атмосферу; для него на передний план выступают чувства и настроения. Туристы типа П₃ имеют ярко выраженные культурные и социально-научные интересы, их очень привлекает природа.

♦ *любители приключений*. К этому типу относятся искатели необычных впечатлений, любители острых ощущений, странствия в одиночку, подвергающие себя при этом действительно серьезному риску. Для таких туристов риск — это возможность испытать себя.

Классификация в зависимости от **стиля жизни туристов** предполагает более углубленный подход к выделению типов, так как рассматривает человека и его поведение не изолированно, а в связи с его жизненной позицией, отношением к различным вещам и явлениям. В основу такой классификации положен не какой-то отдельный критерий, а общее отношение человека к своей жизни. Следует иметь в виду, что выделенные классификационные группы постоянно изменяются и границы между ними расплывчаты. В зависимости от стиля жизни выделяют четыре группы туристов:

♦ *любители наслаждений*. Представители данной группы предъявляют очень высокие требования к качеству отдыха. Для них путешествие — это способ самовыражения. От отдыха они желают получить удовольствие, позволить себе некоторые слабости или дать себе спортивную нагрузку.

♦ *тенденциозные туристы*. Для таких туристов отдых — это возможность найти и проявить себя как личность. Это отдыхающие с высокими требованиями, но в отличие от «наслаждающихся жизнью» им не нужны условия класса «люкс». Они ищут единения с природой, тишины и возможности психологической разгрузки. Они осознают проблемы окружающей среды, интересуются политикой и культурой намеченного для посещения регионов.

♦ *семейные туристы*. В эту группу входят исключительно семьи с детьми. Семейные туристы любят проводить отпуск в кругу семьи, друзей, родственников. Они отдыхают в спокойной и удобной обстановке, покупают услуги по выгодным ценам, не любят, чтобы им мешали. Чаще всего обслуживают себя сами.

♦ *всецело отдыхающие*. Важнейшим условием для туристов этого типа является возможность отдохнуть. В данную группу входят сравнительно пассивные туристы, которые проводят свой отпуск традиционным способом: довольствуются тишиной, долго спят, любят вкусно и обильно поесть, совершают короткие прогулки или недалекие поездки.

§ 1.5. ВИДЫ ТУРИЗМА

В качестве признака, позволяющего классифицировать путешествия по видам туризма, используются **мотивационные факторы**, побуждающие человека отправиться в поездку.¹

Туризм с целью отдыха заключается в кратковременном или более продолжительном отдыхе с целью физического или психологического восстановления организма. Кроме того, к этой группе относится и курортный отдых, при котором для лечения или

¹ Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. — Мн.: Новое знание. 2001. — С. 13—16.

¹ Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. — Мн.: Новое знание. 2001. — С. 17—20.

использования сил используются природные свойства почвы, климата и морской среды.

Туризм с целью изучения культуры подразделяется на познавательный и паломнический. *Познавательный туризм* охватывает собой посещение исторических, культурных или географических достопримечательностей. Туристы, путешествующие с познавательной целью, чаще всего интересуются социальными и экономическими отношениями посещаемых ими стран по определенной программе. Целью *паломнического туризма* является посещение мест, имеющих особое религиозное значение.

Общественный туризм — это поездки с целью посещения родственников, знакомых, друзей, а также клубный туризм, отличающийся тем, что путешествующие сознательно интегрируются в группы. Объединение в группы происходит при наличии интересующей людей развлекательной или спортивной программы.

Спортивный туризм — это поездки с целью активного участия в спортивных мероприятиях, а также поездки, которые носят пассивный характер участия в спортивных соревнованиях.

Экономический туризм — это поездки, совершаемые из профессионального и коммерческого интереса: посещение бирж, выставок, ярмарок и т. д.

Научный туризм — это посещение конгрессов, симпозиумов, конференций с последующими экскурсионными поездками.

Политический туризм подразделяется на дипломатический туризм, участие в конгрессах, а также туризм, связанный с политическими событиями и мероприятиями.

§ 1.6. ФОРМЫ ТУРИЗМА

Как было отмечено, виды туризма различаются по мотивации путешествующих, то есть по внутренним факторам, а формы туризма — по внешним причинам и воздействиям. Существует много возможностей, позволяющих классифицировать формы туризма по внешним критериям:

- ♦ по происхождению туристов;
- ♦ по организационной форме;
- ♦ по длительности пребывания в путешествии;
- ♦ по возрасту;
- ♦ по транспортным средствам;
- ♦ по времени года или сезону.

Формы туризма в зависимости от происхождения туристов. В зависимости от происхождения туристов различают внутренний и международный туризм. В данном случае слово «происхождение» означает не место рождения человека, а место его жительства и работы.

Формы туризма в зависимости от его организации (организационной формы). В зависимости от форм организации различают паушальный и индивидуальный туризм. *Паушальный туризм* — это стандартизированный, предварительно организованный комплекс туристских услуг (предоставление комплекса услуг за одну стоимость). При *индивидуальном туризме* турист организует и осуществляет его самостоятельно, по собственному плану.

Путешествие в составе группы по плану туристского предприятия называется *групповым туризмом*.

Путешествие одного или группы туристов по точному маршруту и регламенту, установленному туристским предприятием, называется *организованным туризмом*. Организованные туристы и туристское предприятие связаны между собой взаимными требованиями и обязательствами.

Формы туризма в зависимости от продолжительности путешествия. Продолжительность путешествия — это то время, которое затрачивается туристом в ходе поездки или пребывания в посещаемом месте или стране.

Однодневные путешествия классифицируются следующим образом:

- ♦ менее трех часов;
- ♦ 3—5 часов;
- ♦ 6—8 часов;
- ♦ 9—11 часов;
- ♦ 12 и более часов.

Путешествия с ночевкой можно классифицировать следующим образом:

- ♦ 1—3 ночи;
- ♦ 4—7 ночей;
- ♦ 8—28 ночей;
- ♦ 29—91 ночь;
- ♦ 92—365 ночей.

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 путешествующих. При классификации форм туризма учитывается

также возраст путешествующих. 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, без детей);
- ♦ пенсионеры (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.

Формы туризма в зависимости от времени года. В зависимости от времени года различаются зимний и летний туризм. Туризм только в определенное время (летом или зимой) характеризуется как *односезонный*; туризм, совершаемый в любое время года (и летом, и зимой), называется *двухсезонным*. Сезонная классификация форм туризма показывает колебания спроса на туристские услуги в течение года. Время, в которое совершается максимальное количество поездок, называется *туристским сезоном*, период спада путешествий — *межсезоньем*. Туристские сезоны в разных регионах могут не совпадать.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Дайте классическое определение туризма.
2. Какие критерии характерны для туризма?
3. Как классифицируется туризм в зависимости от составляющих услуг и обслуживаемых категорий населения?
4. Назовите основные понятия туризма, установленные российским законодательством.
5. Расскажите о существующих типологиях туристов.
6. Назовите виды туризма.
7. Охарактеризуйте формы туризма и их разновидности.

Глава 2

ТУРИЗМ КАК ДИНАМИЧНАЯ ОТРАСЛЬ ЭКОНОМИКИ

§ 2.1. ПРЕДМЕТ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА

Термин «экономика» появился еще в Древней Греции. Это сочетание двух греческих слов «*ойкос*» — дом, хозяйство и «*номос*» — закон. Буквальный перевод этого термина — домоводство.

Термин «экономика» рассматривается в двух значениях:

- ♦ народное хозяйство, включающее отрасли материального производства и непроизводственной сферы;
- ♦ научная дисциплина, занимающаяся изучением отраслей хозяйства страны или отдельных регионов, а также отдельных секторов и некоторых условий и элементов производства.

Структурно экономика делится на макроэкономику и микроэкономику.

Макроэкономика — это часть экономики, охватывающая экономические процессы в масштабах территориальных границ (страны, региона, города). Она исследует действие и развитие экономической системы в целом.

Микроэкономика — это часть экономики, связанная с поведением отдельных экономических субъектов (производителей и потребителей) на отдельных рынках. Она изучает «клеточку» общественного хозяйства — предприятие.

Экономика туризма также имеет два уровня:

- ♦ экономика туризма как межотраслевого комплекса социально-бытовой инфраструктуры;
- ♦ экономика хозяйствующего субъекта (туристского предприятия, фирмы).

Предметом экономики туризма являются экономические отношения, которые возникают и развиваются в сфере туризма в процессе производства, распределения и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей потребителя.

Экономика туризма представляет собой научную дисциплину, которая исследует отраслевые аспекты экономических отношений в этой сфере деятельности, а также процессы и явления, происхо-