

**И.Ю. Савкин**

**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**



**Пенза 2023**

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Пензенский государственный аграрный университет»**

**И.Ю. Савкин**

**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**

**Учебное пособие для студентов,  
обучающихся по направлению 43.03.02 Туризм**

**Пенза 2023**

УДК 338.48  
ББК 654.33  
С 13

Рецензент: кандидат исторических наук, доцент кафедры «Управление, экономика и право» ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ Н.Н. Сологуб.

Печатается по решению методической комиссии инженерного факультета ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ от 16.10.2023 г., протокол № 2.

**Савкин, Илья Юрьевич**

С 13 Введение в специальность: учебное пособие / И.Ю. Савкин; Пензен. гос. аграр. ун-т. – Пенза: ПГАУ, 2023. – текст электронный. 1CD (94).

Начало третьего тысячелетия для туризма стало эпохой становления в качестве универсального социально-культурного, политического и экономического явления мирового значения. Интеграция России в мировое пространство открыла туризму новые перспективы развития как эффективной отрасли экономики, сферы бизнеса, культурного феномена.

Важное условие организации туристской деятельности – подготовка квалифицированных специалистов по сервису и туризму, соответствующих требованиям мирового стандарта.

Учебное пособие нацелено на изучение основ функционирования туристической индустрии и формирование базовых знаний будущих специалистов в сфере туризма.

УДК 338.48  
ББК 654.33

© ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ, 2023  
© И.Ю. Савкин, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ .....	4
Тема 1. Сущность туризма и его разновидности.....	6
Тема 2. История развития туризма. Путешествия и путешественник	14
Тема 3. Основные социально-экономические категории туризма. ....	18
Тема 4. Туристские услуги .....	27
Тема 5. Туристская индустрия .....	32
Тема 6. Международный туризм .....	39
Тема 7. Безопасность в туризме.....	44
Темы рефератов. Правила оформления рефератов. ....	49
Словарь терминов.....	57
Приложения .....	89
ЛИТЕРАТУРА .....	93

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Данный практикум разработан в соответствии с рабочей программой по учебной дисциплине «Введение в специальность» для проведения семинарских занятий для студентов очного отделения направления подготовки 43.03.02 Туризм, направленность (профиль) программы «Агротуризм».

Целью практикума стала систематизация теоретических и практических знаний и умений по организации туристической деятельности. В его задачи входит:

- изучение основных понятий и персоналий в туризме;
- изучение сущности и видов туризма;
- изучение законодательных актов, регламентирующие туристскую деятельность;
- анализ факторов, влияющих на развитие туризма и функции туризма;
- формирование базовых знаний о туристическом продукте и туристическом пакете;
- формирование умений ведения туристической документации;
- рассмотрение основных секторов туристской индустрии;
- практическое овладение навыками составления туристического маршрута с учетом требований безопасности;

Использование практикума при проведении семинарских и практических занятий поможет студентам закрепить полученные теоретические знания, развить у них устойчивые навыки организационной деятельности, подготовить к практической работе в сфере туризма. По каждой теме студентам предложены задания для самостоятельной работы: вопросы для самоконтроля, практические задания и ситуации, тематика рефератов.

При подготовке книги использованы публикации отечественных и зарубежных авторов, а также актуальные ресурсы сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине «Введение в специальность» – **зачет** в первом семестре.

Для допуска к зачету в первом семестре необходимо набрать 60 баллов. Каждая форма отчетности оценивается по пятибалльной шкале.

Допуск в первом семестре включает следующие виды работы:

- Выполнение 7 тестов по 5 баллов = 35
  - Ответ на практическом занятии – 2 ответа у доски по 5 баллов = 10 баллов
  - Реферат = 5 баллов
  - Зачет по основным терминам курса = 5 баллов
  - Презентация о виде туризма = 5 баллов
- Оценка «зачтено» выставляется при наличии:
- не менее двух ответов у доски
  - конспектов лекций
  - положительной оценки за зачет по основным терминам курса
  - реферата
  - презентации о виде туризма.

Презентация о виде туризма включает в себя:

1. Титульный слайд (тема, ФИО студента, номер группы, направление и профиль подготовки)
2. Понятийный аппарат
3. Разновидности
4. Причины развития
5. Объекты туристского интереса
6. Основные направления
7. Целевая аудитория
8. Особенности организации образовательных туров
9. Заключение

# Тема 1. Сущность туризма и его разновидности

## Краткий лекционный материал

Туризм – временные выезды (путешествие) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства, с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без оплачиваемой деятельности в стране (месте) временного пребывания. Это определение основывается на терминах Международной конференции туризма (МКТ) и Организации объединенных наций (ООН).

Термин МКТ: «турист – человек, прибывший в страну, в которой он постоянно не живет и не занимается оплачиваемой деятельностью с целью проведения свободного времени ради лечения, развлечения, отдыха, образования, религии, спорта, по семейным и деловым обстоятельствам».

С экономической точки зрения, туризм – это производство и реализация тур услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами.

Туризм — категория экономическая, потому, что государство, принимая туриста, продает ему местные услуги, создает рабочие места для своих граждан, получает огромные доходы от ввоза валюты. Во многих странах туризм является наиболее прибыльным видом экономической деятельности.

Основные признаки туризма, как самостоятельной отрасли:

1. Специализированная материально-техническая база;
2. Специфические природно-антропогенные ресурсы;
3. Уникальность производимых услуг и технологии обслуживания;
4. Формирующаяся, новая система управления;
5. Высокая общественная значимость, экономическая, социальная, политическая.

К функциям туризма относятся:

- оздоровительная. Туризм способствует восстановлению сил и трудоспособности человека и соответственно психофизиологических ресурсов общества;

- познавательная;
- просветительная;
- коммуникабельная;
- удовлетворение потребностей в смене впечатлений;
- удовлетворение потребностей в смене места пребывания;
- предоставление экономических благ и услуг в соответствии с требованиями туриста;
- способствует рациональному использованию свободного времени людей;
- способствует увеличению занятости и повышению жизненного уровня местного населения;
- обогащает социально-экономическую инфраструктуру и межрегиональное сотрудничество стран и народов.

Туризм в первоначальном смысле понимался как передвижение и временное пребывание людей вне постоянного места жительства. Однако в процессе исторического развития содержание и смысл данного понятия постоянно претерпевали изменения и дополнения. Так, по определению, принятому в 1954 г. ООН, туризм – это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства. Более широкую характеристику данному понятию представила Академия туризма в Монте-Карло: Туризм – общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. В данном случае основной акцент сделан на характер деятельности путешествующих в месте, отличном от места их постоянного проживания.

В дальнейшем рассматриваемой проблеме уделялось внимание на Конференции ООН по международному туризму и путешествиям (Рим, 1963) (Приложение А), конгрессе Всемирной туристской организации (Манила, 1986) (Приложение Б), Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 1989), Конференции по статистике туризма и путешествий Всемирной туристской организации (Оттава, 1991), что свидетельствует о теоретической и практической значимости определения туризма, стремлении сделать его более полным и точным с учетом новых тенденций и явлений.

В 1993 г. Статистическая комиссия ООН приняла определение, одобренное Всемирной туристской организацией (ВТО) и широко используемое в международной практике. В соответствии с ним туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями.

В соответствии с данным определением основными характерными чертами туризма являются: выезд за пределы обычной среды; временный характер передвижения; цели поездки.

Выезд за пределы обычной среды — одна из важнейших характеристик туризма. Данный аспект введен в оборот ВТО для того, чтобы исключить из числа туристов людей, ежедневно совершающих поездки из местности постоянного проживания на работу (учебу) и обратно.

В соответствии с рекомендациями ВТО параметры обычной среды характеризуются двумя показателями: частотностью посещения объекта и удаленностью последнего. Места, которые лицо посещает часто (на регулярной основе), являются элементом его обычной среды, даже если находятся на значительном расстоянии от места постоянного проживания. На данном основании, например, жители приграничных районов, работающие на территории соседнего государства и тем самым многократно выезжающие за границу, не могут быть отнесены к категории туристов.

Вторым показателем, характеризующим обычную среду, является расстояние. Места, расположенные близко к месту жительства какого-либо лица, являются элементами обычной среды вне зависимости от частоты их посещения. Так, человек, посещающий расположенный в непосредственной близости от его дома музей, не занимается туризмом.

Концепция обычной среды, столь важная для определения туризма, вызывает широкие дискуссии среди специалистов. Пороговые значения расстояния и частотности, определяющие границы обычной среды, могут существенно различаться по странам и требуют специальных поправок в каждом конкретном случае.

Временный характер передвижения. Перемещения людей в достаточно короткие промежутки времени позволяют отличить туристов и экскурсантов от постоянных жителей (резидентов) той или иной страны (места). Продолжительность пребывания в другой стране

ограничивается одним годом, после чего посетитель переходит в категорию ее постоянных жителей и не учитывается в статистике туризма. В случае кратковременного возвращения на прежнее место жительства (например, с целью посещения знакомых или родственников) такое лицо считается посетителем данного места. Исключениями из этого правила в соответствии с рекомендациями ООН по международной миграции являются дипломаты, консульские работники, военнослужащие, а также их иждивенцы и домашняя прислуга, которые работают (служат) за границей и проживают там в отдельном районе (месте) для иностранцев.

Цели поездки — важнейшая характеристика, позволяющая четко определить виды деятельности, относящиеся к туризму. Критерием для выделения туризма из прочих видов путешествий является то, что целью туристской поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. В этом случае оплачиваемая деятельность рассматривается применительно к платежам, являющимся вознаграждением за труд, а не к небольшим гонорарам за участие в каких-либо мероприятиях.

Цели поездки относятся к ее мотивации. Поведение человека всегда мотивированно. Туристская мотивация может рассматриваться как комплекс побуждений, направленных на удовлетворение рекреационных и других потребностей в сфере туризма в зависимости от индивидуальных физиологических и психологических особенностей человека, системы его взглядов, увлечений, склонностей, профессии, образования и т.д.

Функции туризма порождают некоторые его виды. К ним следует отнести:

1. Рекреационный туризм, включающий: зрелищно-развлекательные программы, туристическо-оздоровительные программы, занятия по интересам.

2. Спортивный туризм, включающий водный, лыжный, горный.

3. Лечебно-оздоровительный туризм, к которому следует отнести не просто потребность в лечении, но и сочетание ее с некоторыми другими функциями туризма.

4. Культурно-познавательный туризм, основанный на потребности в расширении знаний по различным направлениям.

5. Ностальгический туризм, в основе которого лежит потребность в посещении мест, связанных с событиями индивидуальной биографии человека и его семьи.

6. Приключенческий туризм, предполагающий удовлетворение потребностей человека в испытании своих возможностей в различных острых ситуациях.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Характеристика сущности туризма.
2. Статистическое определение туризма.
3. Классификация видов туризма.

### **Темы докладов**

1. Подходы к определению понятия «туризм».
2. Туризм в системе научного знания. Науки о туризме.
3. Законодательные акты, регламентирующие туристскую деятельность в Российской Федерации.
4. Характеристика основных статей ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности» (в редакции 2019 г.), касающихся регулирования деятельности туристских предприятий.
5. Принципы классификации видов туризма по А. Ю. Александровой.
6. Сельский туризм и агротуризм.
7. Популярные виды туризма в Пензенской области.

### **Тематика рефератов**

1. Туристические маршруты и их типы.
2. Характеристики и тенденции развития международного туристического рынка.
3. Статистика международного туризма. Международный туристический обмен.

### **Практические задания и ситуации**

Задание 1. Ответьте на вопросы:

1. В чем заключается сущность туризма?
2. Дайте статистическое определение туризма.
3. Какие виды классификации видов туризма вы знаете?
4. Дайте определение понятиям «турист» и «экскурсант».
5. Укажите, чем отличается туризм от путешествий.
6. Перечислите основные типы, категории и формы туризма.
7. Приведите классификацию видов туризма по разным признакам.

Задание 2. Заполните таблицу «Страна – виды туризма».

Страна	Вид туризма	Ресурсы, стимулирующие развитие

Задание 3. Подготовить эссе с презентацией по одной из приведенных тем.

<i>№</i>	<i>Вариант</i>
1	Концептуальное определение туризма. Путешествие и туризм
2	Отдых, досуг, рекреация и туризм: определение и соотношение
3	Цели и мотивация туристов. Права, обязанности и свободы туристов
4	Экономическое, социальное и гуманитарное значение туризма
5	Система наук о туризме. Связи туризма с другими науками
6	Туристика как комплексная наука о туризме
7	Турология, туροграфия и туροпедия как альтернативные научные направления
8	Основные мировые центры подготовки кадров для туристской отрасли
9	Турист как субъект туризма. Классификация и типология туристов
10	Туризм и занятость населения. Туризм и социальные проблемы общества
11	Положительное влияние туризма на экономику стран и регионов
12	Отрицательные стороны влияния туризма на экономику стран и регионов
13	Свободное время и туризм: соотношение понятий

Задание 4. Изучите материалы современных исследований Н.Н. Пономарева, законспектируйте сущность и значение сельского и экологического туризма и дополните этой информацией лекционный материал.

1. Пономарев, Н. Н. Сельский туризм: сущность, значение и основные проблемы его развития / Н. Н. Пономарев // Экономика XXI века : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной году науки и технологий в РФ, Новосибирск, 10 декабря 2021 года / Под редакцией О.А. Чистяковой. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2021. – С. 420-424. – EDN LOKVHK.
2. Пономарев, Н. Н. Перспективы развития экологического туризма в Новосибирской области / Н. Н. Пономарев, Н. Н. Архипова // Экономика XXI века : сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК), Новосибирск, 23 октября 2020 года. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации, 2020. – С. 430-437. – EDN UFDCFH.

Задание 5. Составьте **интеллект-карту** на тему «Виды туризма».

Интеллект-карта, ментальная карта, диаграмма связей, карта мыслей (по-английски — mind map) — метод может называться по-разному, но это всегда визуальное представление информации, отражающее системные связи между целым и его частями. Такая диаграмма строится вокруг центральной идеи, концепции, темы или проблемы, от которой отходят «ветви» со связанными идеями. С помощью ментальных карт можно структурировать любой материал — от простого списка литературы до учебного плана.

Автором методики в ее современном виде и самого термина mind map считается британский психолог Тони Бьюзен, который показал интеллект-карту в телевизионном шоу в 1974 году. Однако корни подобного метода работы с информацией можно найти и в III веке нашей эры: греческий философ-неоплатоник Порфирий использовал графическую древовидную схему в комментарии к «Категориям» Аристотеля.

Задание 6. Составьте презентацию об **одном** из видов туризма.

Презентация о виде туризма включает в себя:

1. Титульный слайд (тема, ФИО студента, номер группы, направление и профиль подготовки)

2. Понятийный аппарат
3. Разновидности
4. Причины развития
5. Объекты туристского интереса
6. Основные направления
7. Целевая аудитория
8. Особенности организации образовательных туров
9. Заключение

### **Рекомендуемая литература**

1. Организация туристской индустрии: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г. В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
2. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Балюк Н.А. Социально–культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2003.
5. Основы агротуризма: учебник / А. И. Панюков, Ю.Г. Панюкова, В.Л. Калинин. – М.: Магистр: ИНФРА, М, 2017. – 240 с.

## **Тема 2. История развития туризма. Путешествия и путешественник**

### **Краткий лекционный материал**

Процесс познания человеком окружающего мира в той или иной степени связан с путешествиями. Потребность в установлении торговых связей заставляла людей отправляться в далекие неведомые края. Первые сведения о путешествиях и их роли в появлении великих культур дошли до нас в виде мифов, легенд, сказаний, библейских текстов и свидетельств древних авторов.

В XVII в. на Ближнем Востоке были найдены глиняные таблички с клинописными письменами, подтверждающими существование там великих центров мировых культур – Междуречья и Месопотамии. В этих письменах содержатся сведения и о первых путешественниках. Сведения о первых путешествиях содержатся и в древнем литературном памятнике Шумеро-Акадской культуры «Сказание о Гильгамеше». Там подробно описывается путешествие героя из города Урук во враждовавший с ним город Киш с целью установления мира и торговых связей. Путешествие длилось две недели, и было полно опасностей и приключений.

Путешествия на Древнем Востоке являлись составной частью образа жизни людей. Так как путешествия были сопряжены с опасностями, путешественник воспринимался как отмеченный богом человек. Перед путешествием совершались обязательные обряды и жертвоприношения. Подобные примеры можно встретить в эпосе о Гильгамеше.

Другим центром мировой цивилизации был Древний Египет. Сама природа способствовала навигации по полноводному Нилу, протекающему через всю страну с юга на север. Египтяне составили карту освоенной ими части Нила, проследив его течение более чем на 2 000 км. Благодаря этому египтяне достигали находившейся к югу от страны Нубии и контактировали со средиземноморскими странами, лежащими на севере и северо-востоке (острова Эгейского моря и остров Крит). Цивилизация Древнего Китая зарождается в середине II тысячелетия до н. э. в бассейне реки Хуане. К концу II тысячелетия до н.э. китайцы расселились по Восточной Азии, достигнув берегов Амура на севере и южной оконечности Индокитайского полуострова. В Древнем Китае пространственные представления об окружающем

мире также не ограничивались пределами своей страны. Китайским путешественникам была хорошо известна география Китая. Древние китайцы плавали не только по своим рекам, но и выходили на своих судах в Тихий океан.

В Древней Греции путешествия достигают наибольшего подъема в V – IV вв. до н.э. Этот же период является расцветом философии, искусства, математики, астрономии, космологии и других наук. Цивилизационными центрами были Малоазийские города – Милет, Эфес и Колофон. Но центром притяжения были Афины.

С целью познания мира мудрецы, натурфилософы и поэты отправлялись во все концы света. Практически все крупные древнегреческие философы осуществляли дальние странствия. Мудрец и философ Фалес Милетский более двадцати лет учился в Египте.

Древнегреческая культура обогатила человечество знаниями об окружающем мире, возведя путешествия в ранг массового явления, но говорить о начальных этапах индустрии туризма можно с эпохи Древнего Рима. Наивысшего расцвета Римская империя достигла в I – II вв. нашей эры. Путешествия могли осуществляться благодаря наличию прекрасных дорог. В Древней Греции препятствием к сухопутным путешествиям было отсутствие удобных дорог. Некоторые подобиа дорог в виде гатей прокладывались в низинах и болотистых местах. Археологам удалось обнаружить остатки подобной дороги в Беотии. Ширина такой дороги была около шести с половиной метров.

Размеры Римской империи и проблемы управления ею явились причиной создания густой сети дорог. В основном римляне развивали дорожную систему, исходя из военных потребностей. Римские дороги строились по всем правилам инженерного искусства. Их строительство начинается в 312 г. во времена правления императора Константина.

Начало средневековья ознаменовалось «великим переселением народов». Северные европейские народы также пришли в движение в необычайных размерах. Римская империя пыталась регулировать этот процесс. С некоторыми народами заключали договоры, позволявшие им селиться на территории империи, где для них выделялись казенные или отторгнутые от больших поместий земли. Это были бургунды, вестготы. Все больше Римская империя узнает о варварах, живущих около ее границ. В трудах Феофана «Хронография», Маврикия

«Стратегикон», Иордана «О происхождении и деянии гетов» появляются описания жизни славянских народов.

В раннее средневековье регулярное дорожное сообщение существовало благодаря римским дорогам. С IV в. их начинают восстанавливать, и они приобретают «вторую жизнь». В Центральной Европе первая дорога государственного значения была построена между Майнцем и Кобленцем. Всю Центральную Европу пересекала грунтовая дорога – «Виндобонская стрела» – из Прибалтики до Виндобоны (Вены). По ней доставляли янтарь. Лучшие дороги в Византийской империи были на Балканах.

Самым выдающимся арабским путешественником XIV в. был странствующий купец Ибн Баттута (1304 – 1377). В 1325 г. он отправился из своего родного города Танжера в Александрию. Затем он поднялся вверх по Нилу до первого порога, посетил Сирию, Палестину, Западную Аравию и Ирак. Затем посетил Мекку и пошел берегом на юг Йемена, а оттуда морем до Мозамбикского залива. На обратном пути Ибн Баттута через Занзибар морем добрался до Ормуза, побывал на Бахрейнских островах и в Южном Иране, а затем вернулся в Египет. Из Египта через Сирию и Малую Азию он прошел до города Синопа на Черном море, переплыл к южному берегу Крыма, а оттуда направился в столицу Золотой Орды Сарай-Берке, расположенную в низовьях Волги, на верхней Ахтубе. Далее путешественник пошел на север до города Болгар. Вернувшись в Сарай-Берке, Ибн-Баттута сопровождал татарское посольство в Константинополь.

Из Константинополя Ибн Баттута через Прикаспийскую низменность и пустынное плато Устюг дошел до города Ургенч, а оттуда в Бухару. Он посетил Самарканд, затем повернул на юг, пересек Амударью, преодолел Гиндукуш и вышел в долину среднего Инда. Там он через Пенджаб дошел к Дели. Ибн Баттута прожил в Индии несколько лет как чиновник делийского султана. В 1342 г. он был послан султаном в Китай, но по пути в (Южной Индии) был ограблен. Оставшись без средств к существованию, он вынужден был поступить на службу к мусульманскому правителю Мальдивских островов. Раздобыв средства, Ибн Баттута прибыл на Цейлон, оттуда морским путем отправился в Китай, побывал в Пекине. Затем снова отплыл на Цейлон, оттуда через Малабар, Аравию, Сирию и Египет в 1349 г. вернулся в Танжер.

К знаменитым западноевропейским паломникам XI в. относят Фулька Анжуйского, обвиненного в убийстве жены и в других

преступлениях, который три раза посещал Святую Землю; Роберта Нормандского, отца Вильгельма Завоевателя, по велению которого был убит его брат Ричард. После поста с молитвами, одетые в саван паломники посещали церковь Гроба Господня. Этот саван сохранялся ими всю оставшуюся жизнь, и, как правило, в нем их и хоронили. Многие старались посетить Вифлеем и брали оттуда с собой на родину пальмовую ветвь.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Путешествия древних.
2. Открытия новых торговых путей, познания мира, открытия новых стран и земель. Маршрут кругосветных путешествий.
3. Путешествия в современности. Томас Кук-основоположник туризма.
4. Путешествие в целях достижения рекордов.
5. Удивительные путешествия в экстремальных условиях. Материальное обеспечение путешествия.
6. Условия организации и осуществления путешествия.

### **Темы докладов**

1. Томас Кук-биография, основные достижения.
2. Паломничество. История религиозного туризма.

### **Тематика рефератов**

1. Первые путешествия древности (Междуречье и Месопотамия, Египет, Финикия, Китай и Индия)
2. Путешествия в эпоху античности
3. Походы и путешествия средневековья
4. Великие географические открытия и путешествия XV-XVI вв.
5. Открытие и освоение новых земель в Центральной и Южной Америке
6. Географические открытия русских путешественников X-XVII вв.

## **Тема 3. Основные социально-экономические категории туризма**

### **Краткий лекционный материал**

Несмотря на отсутствие единства мнений в определении туризма, бесспорен факт превращения туризма в сложную социально-экономическую систему.

Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект изучения, что позволяет, с одной стороны, выявить его структуру внутренних связей, а с другой – определить характер взаимодействия с внешней средой.

В соответствии с определением, разработанным Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма, туризм как социально-экономическая система есть совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

В основе системы туризма лежат две подсистемы:

- субъект туризма, т. е. турист – потребитель туристских услуг со всем многообразием его потребностей и мотивов поведения;
- объект туризма, состоящий из трех элементов: туристского региона, туристских предприятий и туристских организаций.

Под субъектом туризма понимается турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения специфических туристских услуг. Услуги предоставляются ему в определенном месте или регионе, являющемся целью его путешествия.

Существуют два подхода к понятию "туристский регион". В первом случае он характеризуется как географическая территория, имеющая определенные границы, в другом – географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов (при этом на первый план выдвигается привлекательность). Так, на одной и той же ограниченной территории (например, в гостинице) могут проживать туристы, имеющие совершенно разные цели путешествия. Одних больше привлекает море и пляжи, других – исторические места и музеи, третьих – активный отдых и развлечения.

Но не всякая территория может быть отнесена к туристскому региону. Она должна отвечать следующим основным требованиям:

- иметь объекты туристского интереса (памятники истории и культуры, музеи, флора, фауна т. д.);
- предоставлять необходимые для удовлетворения потребностей туристов услуги (причем обязательно такого качества, которое клиент ожидает).

Таким образом, туристский регион – это территория, располагающая объектами туристического интереса и предлагающая определенный набор услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туристов.

В качестве туристского региона могут рассматриваться как отдельная гостиница, так и город, местность, курорт, район, область, страна или даже группа стран, которые турист выбирает как цель своего путешествия. Всемирная туристская организация (ВТО) определяет пять туристских макрорегионов:

- Европейский – страны Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Восточного Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция).
- Американский – страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна.
- Азиатско-Тихоокеанский - страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания.
- Южно-Азиатский – страны Южной Азии.
- Ближневосточный – страны Западной и Юго-Западной Азии, Египет и Ливия.

Приведенная классификация свидетельствует о том, что выделение туристских регионов может в значительной степени отличаться от принятых схем географического районирования.

Предоставление услуг туристам обеспечивают предприятия, представляющие собой важный элемент подсистемы "объект туризма". Формирование, продвижение и реализация комплекса туристических услуг, объединенных единым целевым назначением, обеспечивается туристскими предприятиями (туроператорами и турагентами), чья деятельность служит исключительно туризму и составляет основу его существования. Туристские предприятия в процессе своего функционирования взаимодействуют с производителями туристских услуг (гостиницами, транспортными организациями, предприятиями питания и т. д.), для которых оказание услуг туристам является в большинстве случаев только одним из направлений их коммерческой деятельности. Предоставлением услуг

туристам занимаются также предприятия, обслуживающие все население туристского региона (предприятия торговли, связи, бытового и медицинского обслуживания, культурно-просветительские учреждения и т. д.).

Совокупность предприятий материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристских услуг, освоение и эксплуатацию туристских ресурсов, а также создание материально-технической базы туризма, получила название туристская индустрия.

В процесс предоставления туристских услуг вовлечены также организации. К ним относятся государственные и общественные организационно-правовые структуры, регулирующие и координирующие развитие туризма в регионе, обеспечивающие условия (инфраструктуру, информацию, безопасность, свободу перемещения, доступность и сохранение туристских объектов, формирование туристского имиджа региона и т. д.) эффективного функционирования системы туризма. Указанные организации формируют туристскую политику и осуществляют на национальном, региональном и местном уровнях свою деятельность, направленную на удовлетворение разнообразных потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий при рациональном использовании имеющихся туристских ресурсов и обеспечении высокого качества обслуживания туристов.

Таким образом, субъект и объект туризма представляют собой основу его социально-экономической системы.

Туризм является открытой системой, взаимодействующей и функционирующей в определенной среде, которая складывается под воздействием политических, экономических, социальных, технологических и природных (экологических) факторов.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Туризм как социально-экономическая система
2. Факторы, влияющие на развитие туризма
3. Функции туризма

### **Темы докладов**

1. Продолжительность туристской поездки. Свободное время.
2. Место временного посещения. Место постоянного проживания.
3. Сезонность и удовольствие как фактор развития туризма.

4. Факторы, влияющие на развитие туризма в России.
5. Факторы, влияющие на развитие туризма в Пензенской области.
6. Ведущие объекты туризма в Пензенской области. Предприятия и организации.

### **Тематика рефератов**

1. Развитие мирового туризма.
2. Цели и мотивы туристических поездок
3. Роль туризма в решении социальных задач
4. Гуманитарное значение туризма
5. Воздействие туризма на экологию.

### **Практические задания и ситуации**

Задание 1. Ответьте на вопросы:

1. Укажите основные функции туризма.
2. Дайте характеристику социально-гуманитарным функциям туризма.
3. В чем заключается роль туризма в сохранении природного и культурного наследия?
4. Существует ли связь (если да, то какая) между факторами, влияющими на развитие туризма, и социально-экономическим положением в стране?
5. Какое влияние на развитие туризма оказывает изменение парадигмы общественного сознания?
6. В чем проявляется влияние демографических факторов на развитие туризма?
7. Каким образом можно уменьшить влияние сезонности на развитие туризма? Приведите подтверждающие примеры.
8. Почему в рамках цели поездки необходимо различать мотивации и виды деятельности?
9. Всегда ли въездной туризм улучшает платежный баланс страны?

Задание 2. Проанализируйте официальный портал одного из регионов Российской Федерации, на основании этого анализа выберите и составьте перечень услуг, предоставляемых туристам.

Охарактеризуйте регион с точки зрения привлекательности для туриста. Ответ оформить в виде презентации.

Задание 3. На основании данных табл. 1 составить карту районирования мира по версии ЮНВТО. Для этого на контурную карту мира нанести границы макро- и мезорегионов мира, выделяемых ЮНВТО. На карте подписать названия регионов, а также ведущих по показателям количества турприбытий, туротправлений и доходов от туризма стран мира.

<b>1. ЕВРОПА</b>					
<b>1.1. Центральная / Восточная Европа</b>					
Азербайджан	2001	Кыргызстан	1993	Словакия	1993
Армения	1997	Латвия	—	Таджикистан	2007
Беларусь	2005	Литва	2003	Туркменистан	1993
Болгария	1976	Молдова	2002	Узбекистан	1993
Венгрия	1975	Польша	1976	Украина	1997
Грузия	1993	Россия	1975	Чехия	1993
Казахстан	1993	Румыния	1975	Эстония	—
<b>1.2. Западная Европа</b>					
Австрия	1975	Люксембург	—	Швейцария	1976
Бельгия	—	Монако	2001	Фламандское сообщество	АЧ с 1997
Германия	1976	Нидерланды	1976		
Лихтенштейн	—	Франция	1975	Бельгии	
<b>1.3. Северная Европа</b>					
Великобритания	—	Ирландия	—	Финляндия	—
Дания (с Фарерскими о-вами)	—	Исландия	—	Швеция	—
		Норвегия	2008		
<b>1.4. Южная / Средиземноморская Европа</b>					
Албания	1993	Мадейра	АЧ с	Сербия	2001
Андорра	1995	Португалия	1995	Словения	1993
Босния и Герцеговина	1993	Македония	1995	Хорватия	1993
		Мальта	1978	Черногория	2007
Греция	1975	Португалия	1976	Израиль	1975
Испания	1975	Сан-Марино	1975	Кипр	1975
Италия	1978	Святой Престол	Н с 1975	Турция	1975

<b>2. ЮЖНАЯ АЗИЯ</b>					
Афганистан	1975	Индия	1975	Непал	1975
Бангладеш	1975	Иран	1975	Пакистан	1975
Бутан	2003	Мальдивы	1981	Шри-Ланка	1975
<b>3. БЛИЖНИЙ ВОСТОК</b>					
Бахрейн	1977-84, с 2001	Катар	1977-86, с 2002	Саудовская Аравия	2002
Египет	1975	Кувейт	1975-98, с 2003	ОАЭ	—
Йемен	1977			Оман	2004
Иордания	1975	Ливан	1975	Палестина	Н с 1999
Ирак	1975	Ливия	1977	Сирия	1975
<b>4. ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ И ТИХИЙ ОКЕАН</b>					
<b>4.1. Северо-Восточная Азия</b>					
Гонконг (Китай)	АЧ с 1999	Макао (Китай)	АЧ с 1981	Япония	1978
Китай	1983	Монголия	1990	МЬЯНМА?	
КНДР	1987	Респ. Корея	1975		
<b>4.2. Юго-Восточная Азия</b>					
Бруней	2007	Малайзия	1975-87, с 1991	Таиланд	1975-90, с 1996
Вьетнам	1981				
Индонезия	1975	Мьянма	1995-99, с 2012	Тимор-Леште	2005
Камбоджа	1975			Филиппины	1975-89, с 1991
Лаос	1975	Сингапур	—		
<b>4.3. Океания</b>					
Австралия	1979-90, с 2004	Микронезия	—	Самоа	—
		Науру	—	Тонга	—
Вануату	2009	Новая Зеландия	—	Тувалу	—
Кирибати	—	Палау	—	Фиджи	1997
Маршалловы Острова	—	Папуа – Новая Гвинея	2005	Соломоновы Острова	—

<b>5. АМЕРИКА</b>					
<b>5.1. Северная Америка</b>					
Гренландия (Дат.)	—	Канада	—	США	—
		Мексика	1975		
<b>5.2. Центральная Америка</b>					
Белиз	—	Коста-Рика	1975-88, с 1995	Панама	1975- 93, с 1996
Гватемала	1993				
Гондурас	1975-89, с 2001	Никарагуа	1991	Сальвадор	1975- 81, с 1993
<b>5.3. Южная Америка</b>					
Аргентина	1975	Гайана	—	Суринам	—
Боливия	1975	Колумбия	1975	Уругвай	1977
Бразилия	1975	Парагвай	1992	Чили	1975
Венесуэла	1975	Перу	1975	Эквадор	1975
<b>5.4. Страны Карибского бассейна</b>					
Антигуа и Барбуда	—	Гренада	до 1997	Сент-Винсент и Грнегадины	—
		Доминика	—		
Аруба	АЧ с 1987	Доминиканская Республика	1975	Сент-Китс и Невис	—
Багамские Острова	1975-78, с 2005			Сент-Люсия	—
		Куба	1975	Тринидад и Тобаго	—
Барбадос	—	Пуэрто-Рико	АЧ 1985- 95, с 2002	Ямайка	1975
Гаити	1975				
<b>6. АФРИКА</b>					
<b>6.1. Северная Африка</b>					
Алжир	1976	Судан	1975	Тунис	1975
Марокко	1975				
<b>6.2. Субсахарская Африка</b>					
<b>6.2.1. Западная Африка</b>					
Бенин	1975	Гвинея-Бисау	1991	Нигер	1979
Буркина-Фасо	1975	Кабо-Верде	2001	Нигерия	1975
		Кот-д'Ивуар	1975	Сенегал	1975
Гамбия	1975	Либерия	2011	Сьерра-Леоне	1975
Гана	1975	Мавритания	1976	Того	1975
Гвинея	1985	Мали	1975		

<b>6.2.2. Центральная Африка</b>					
Ангола	1989	Республика Конго	1979	Чад	1985
Габон	1975	Сан-Томе и Принсипи	1985	Экваториальная Гвинея	1995
Д.Р. Конго	1979				
Камерун	1975	ЦАР	1995	Южный Судан	—
<b>6.2.3. Восточная Африка</b>					
Бурунди	1975	Маврикий	1975	Сомали	—
Джибути	1997	Мадагаскар	1975	Танзания	1975
Замбия	1975	Малави	1975	Уганда	1975
Зимбабве	1981	Мозамбик	1995	Эритрея	1995
Кения	1975	Руанда	1975	Эфиопия	1975
Коморские Острова	—	Сейшельские Острова	1991		
<b>6.2.4. Южная Африка</b>					
Ботсвана	1995	Намибия	1997	Южная Африка	1994
Лесото	1981	Свазиленд	1999		
<b>7. АНТАРКТИКА</b>					

*Таблица 1. Схема туристского районирования мира по версии Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) и годы вступления стран в организацию*

Примечания:

1. В таблице употребляются сокращения: АЧ – ассоциированный член, Н – наблюдатель.
2. ЮНВТО учредила международный праздник – Всемирный день туризма, ежегодно отмечаемый 27 сентября.
3. Регион «Южная Азия» в статистике ЮНВТО часто включается в состав региона «Азия и Тихий океан».
4. Антарктика как туристский регион не выделяется в большинстве публикаций ЮНВТО, но статистика развития туризма учитывается отдельно от других регионов.

Задание 4. Составьте интеллект-карту на тему «Основные социально-экономические категории туризма»

Задание 5. Проанализируйте современные тенденции в индустрии

туризма в Пензенской области и на конкретных примерах покажите, как реализуются функции туризма в этом регионе.

### **Рекомендуемая литература**

1. Организация туристской индустрии: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г. В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
2. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Балюк Н.А. Социально–культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2003.
5. Основы агротуризма: учебник / А. И. Панюков, Ю.Г. Панюкова, В.Л. Калинин. – М.: Магистр: ИНФРА, М, 2017. – 240 с.

## Тема 4. Туристские услуги

### Краткий лекционный материал

Туристский продукт – комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия. Туристский продукт состоит из трех элементов: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

В отличие от туристских услуг туристский продукт принимает форму товара. Туристский продукт в широком смысле слова – это экономическое благо, предназначенное для обмена. Так, К. Менгер, основатель австрийской школы в экономической науке, определяет любой товар (К. Менгер, 1992 г.). Очень важное отличие туристского продукта от туристской услуги состоит в том, что если туристская услуга может быть куплена и потреблена только в месте ее производства, то туристский продукт может быть приобретен и по месту жительства, но потреблен только в месте производства туристских услуг.

Иногда туристский продукт ассоциируют с понятием «туристский пакет» – основным (обязательным) комплексом услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или групповому плану, который имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу. Туристский пакет включает четыре обязательных элемента:

1. туристский центр
2. транспорт
3. услуги размещения
4. трансфер

- Туристский центр - место отдыха туриста, включающее все его рекреационные возможности: природные, культурно-исторические, экологические, этнические, социально-демографические, инфраструктурные. Этот элемент относится к обязательным, поскольку без объекта интереса невозможно организовать путешествие. Его нужно обязательно выбрать. Туристский центр представляет собой интегральный символ интереса, соединяющий в себе все мотивы индивидуума относительно рекреационных ресурсов.
- Транспорт - средство передвижения, с помощью которого можно добраться до туристского центра. Наиболее широко используется

в качестве средства передвижения, без сомнения, самолет. На короткие расстояния поезд, туристский автобус, автомобиль. Большую часть затрат, обуславливающую стоимость турпакета, составляют затраты на перевозку. Чем более комфортабельный и скоростной вид транспорта используется, тем выше стоимость путешествия.

- Услуги размещения - это конкретный отель, который предлагается туристу в туристском центре на время путешествия. Размещения в отелях различаются в соответствии с типом услуг гостеприимства, которые предлагают туристу. Это могут быть отели, мотели, виллы, апартаменты, ботели, кемпинги и т. д. Услуги питания не включаются отдельным элементом в туристский пакет, поскольку в туризме они составляют часть услуг размещения. Принятые в туризме комбинации размещения и питания:

- ВВ - размещение + завтрак;
- НВ - полупансион: размещение + завтрак + ужин;
- ФР - полный пансион: размещение + завтрак + обед + ужин.

- Трансфер - доставка туриста от места прибытия, расположенного в стране пребывания (аэропорт, гавань, ж/д станция), к месту размещения (отель), где он будет проживать, и обратно. Трансферы осуществляются с использованием автобусов, иногда такси или лимузинов, если такого типа трансферы включены в турпакет или затребованы туристом. Трансфер - это любая перевозка туриста в границах туристского центра. Поэтому сюда относят также поездки из отеля в театр и обратно, в музей и т. п. Но эти трансферы обычно не включаются в туристский пакет, поскольку клиенты их не всегда воспринимают как обязательную услугу.

Туристский продукт – совокупность вещественных (предметы потребления), невещественных (услуги) потребительских стоимостей, необходимых для полного удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время их путешествия.

Туристский продукт состоит из трех элементов: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Отличие туристского продукта от туристского пакета: туристский пакет – это только часть туристского продукта, точнее – обязательная часть тура (тур больше или равен туристскому пакету).

Тур – первичная единица туристского продукта, реализуемая

клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки.

Товары – специфическая материальная часть туристского продукта, включающая туристские планы и карты городов, открытки, буклеты, сувениры, туристское снаряжение и т. п., и неспецифическая часть туристского продукта, куда входит большое число товаров, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания туристов.

Дополнительные туристско-экскурсионные услуги – услуги, не предусмотренные ваучером или путевкой, доводимые до потребителя в режиме его свободного выбора. Дополнительные услуги не входят в основную стоимость путевки. К ним относятся: прокат, бытовое обслуживание, почта, обмен валюты, дополнительное питание, общественный транспорт, рент-кар, хранение вещей, развлечения, резервирование мест, коммерческое ТВ, видео, приобретение билетов, пользование мини-баром и т. п. Эти услуги приобретаются туристами за дополнительную плату.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Туристский продукт
2. Туристский пакет
3. Структура туристского продукта
4. Валовой туристский продукт

### **Темы докладов**

1. Виды услуг в туризме.
2. Туристская услуга и ее состав. (перевозка, питание, экскурсии, аттракционы, концерты)
3. Жизненный цикл и уровни турпродукта.
4. Пакет услуг и классы обслуживания в туристском бизнесе.
5. Туристический ваучер. Нормы заполнения.
6. Туристские товары: беспощинная торговля, включение товаров в стоимость тура
7. Гостевые дома в сельском туризме. Требования к оформлению и виды.
8. Классы обслуживания в Пензенской области. Примеры предприятий.
9. Туристские товары в Пензенской области. Примеры предприятий.

## Тематика рефератов

Все темы рассмотрите на конкретных примерах.

1. Структура туристического рынка.
2. Спрос и предложение на мировом рынке туристических услуг.
3. Туристический спрос и предложение в Российской Федерации.
4. Сегментация туристического рынка

## Практические задания и ситуации

Задание 1. Ответьте на вопросы:

1. Дайте определение понятия туристский продукт.
2. Укажите состав туристского продукта.
3. Каково значение туристских ресурсов в формировании туристского продукта?
4. В чем заключается специфика туристского продукта?
5. Почему туристская индустрия рассматривается как сложный межотраслевой комплекс?
6. Выявите основные причины концентрации производства в туризме. От чего, на ваш взгляд, будет зависеть этот процесс в будущем?
7. Что представляет собой туристская деятельность?
8. В чем состоят принципиальные различия между турпродуктом и турпакетом?
9. Опишите технологию формирования турпродукта.
10. Что такое валовый турпродукт? Какова структура валового турпродукта.

Задание 2. Решите кейс-задачи

1. Менеджер туристской фирмы называет по телефону стоимость путевки, однако при последующем обращении в фирму клиент узнает, что цена тура на 50 \$ US выше за счет страховки, услуг гида и др. Можно ли в этом случае применить к туристской фирме статью 12 Закона «О защите прав потребителей» о недостоверной информации?
2. Фирма-турагент отказывается предоставить информацию (хотя бы название) о компании-туроператоре, ссылаясь на коммерческую тайну. Правомерно ли это?
3. Исходя из анализа туристских услуг, какие еще виды туризма вы

бы предложили развивать в данном регионе?

4. Сделайте вывод о том, влияет ли доступность информации о перечне предоставляемых туруслуг на туристскую мотивацию потенциального гостя региона.

Задание 3. Проанализируйте информационные порталы туристических агентств Пензенской области и выделите основные виды турпакетов, предлагаемых данными предприятиями. Укажите преимущества и недостатки таких турпакетов. Ответ представить в виде таблицы «Пакет услуг и классы обслуживания в туристском бизнесе в Пензенской области»

Задание 4. Рассмотрите основные туристские ресурсы Пензы или области (выбрать район) и объясните, как они влияют на формирование туристических продуктов и как могут влиять в будущем.

Задание 5. Разработайте макет туристического ваучера для туристического агентства с указанием всех необходимых позиций на русском и иностранном языке.

Задание 6. Вы являетесь владельцем нескольких гостевых домов в одном из районов Пензенской области. Сформируйте турпродукт, отвечающий всем современным требованиям, и представьте концепцию трехдневного тура в Ваш район. Ответ представить в виде презентации.

### **Рекомендуемая литература**

1. Организация туристской индустрии: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г. В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
2. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Балюк Н.А. Социально–культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2003.

## **Тема 5. Туристская индустрия**

### **Краткий лекционный материал**

Индустрия туризма — многоотраслевой производственный комплекс, занимающийся производством туристского продукта. В индустрию туризма входят различные предприятия и учреждения: организаторы туризма (турагенты и туроператоры), перевозчики, гостиницы, рестораны, объекты развлечения, экскурсионные бюро, предприятия торговли и страховые компании.

В настоящее время на туристском рынке действуют два вида туристских фирм: туроператоры и турагенты.

Туроператор – туристское предприятие (организация), которое занимается разработкой туристских маршрутов и комплектацией туров; обеспечивает их функционирование, организует рекламу; рассчитывает в соответствии с действующими нормативами и утверждает в установленном порядке цены на туры по этим маршрутам; продает туры турагентам для реализации путевок. Туроператоры выполняют ведущую роль в туризме, так как именно они пакетируют различные услуги (транспорт, размещение, питание, трансфер, развлечения и т. п.) в единый туристский продукт, который и реализуют потребителю через агентскую сеть. Обычно выделяют четыре типа туроператоров:

- 1) массового рынка;
- 2) специализированного сегмента рынка;
- 3) внутреннего рынка;
- 4) внешнего рынка.

Туроператоры массового рынка - наиболее распространенный тип. Они продают пакеты на популярные курорты. Перевозка туристов осуществляется чартерными или регулярными перевозками.

Туроператоры специализированного сегмента рынка специализируются на предоставлении определенного направления.

Туроператоры внутреннего рынка (местные) продают турпакеты внутри страны проживания, т. е. организуют туры по своей стране.

Туроператоры внешнего рынка (въездные) продают турпакеты в разные страны. Они организуют различные услуги для зарубежных туроператоров.

На практике по региональному направлению деятельности принято разделять туроператоров на инициативных и внутренних (рецептивных) операторов.

Инициативные туроператоры – это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с поставщиками услуг.

Внутренние (рецептивные) туроператоры - это туроператоры на приеме, т. е. комплекующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досуга, развлекательными учреждениями и т. д.).

Выделяется несколько этапов организации туров.

На первом этапе, прежде чем приступить к формированию туристского продукта, туроператор должен составить четкое представление о том, на какой рынок он собирается выйти с предложением, кто станет его основным клиентом, какие мотивы и стимулы будут им двигать при покупке предлагаемых туров. Важным источником информации для туристской фирмы при анализе и оценке ею рыночного потенциала служат публикуемые материалы, статистические данные, экспертные заключения, рекламные объявления. Неплохие результаты дают выборочные опросы населения.

На втором этапе туристский продукт приобретает более четкие очертания. Руководствуясь интересами и запросами потребителей, выявленными в ходе маркетинговых исследований, туроператор приступает к разработке содержания тура. Он, в частности, определяет: страну путешествия и вид туризма, сезон и продолжительность поездки, маршрут, т.е. перечень пунктов, посещаемых туристами во время путешествия, общее количество групповых и индивидуальных туров, пакет и классность услуг. Второй этап работы завершается подготовкой серий конкретных туров для последующего обсуждения с партнерами.

На третьем этапе туристская фирма выбирает партнеров, ведет с ними переговоры, согласовывает условия обслуживания туристов и заключает сделки. Поиск участников совместной деятельности не представляет особой сложности. Поставщики туристских услуг: транспортные компании, средства размещения, предприятия общественного питания, объекты развлечений и пр. - охотно идут на контакт с туроператорами, рассчитывая получить от них выгодные предложения и заказы. Важно, чтобы партнеры были надежными,

обладали хорошими деловыми качествами и обеспечивали высокий класс обслуживания по доступным ценам.

После того как партнеры выбраны, сделки заключены, наступает один из самых ответственных этапов разработки туристского продукта – установление его продажной цены. В значительной степени именно от цен зависят результаты коммерческих операций, а эффективная ценовая политика оказывает долговременное и порой решающее воздействие на всю систему торгово-производственной деятельности фирмы.

С установлением цены процесс создания туристского продукта подходит к завершению. Туроператору остается только включить разработанный тур в свой каталог, чтобы обеспечить ему широкую рекламу.

Лучшей проверкой качества работы туроператора является реакция покупателя на предложение туристской поездки. Хороший сбыт означает, что она отвечает запросам потребителей, а организатор нашел свою рыночную нишу. В противном случае в тур необходимо внести поправки.

Для того чтобы довести туристский продукт до целевой аудитории, туроператоры используют разные каналы распределения. Но классическим и самым распространенным способом реализации туров считаются продажи через турагентства.

Турагент – это организация-посредник, реализатор туристского продукта туроператора, работающий непосредственно на туристском рынке. Турагент получает за свою деятельность комиссионное вознаграждение (7-15 % от стоимости тура). В отличие от туроператора турагент не несет ответственности за качество тура. Турагенты действуют, как правило, на определенном сегменте туристского рынка, где и реализуют туристский продукт.

Рынок турагентов имеет ряд характерных черт. Он отличается большим количеством участников торговых сделок и является примером острой конкурентной борьбы. Турагенты столь многочисленными в силу открытого доступа к рынку. Эту деятельность сравнительно просто начать. Она не требует крупных инвестиций и высокой квалификации. В основной массе турагентства представляют собой небольшие компании с незначительным капиталом и ограниченным рынком. Они не в силах оказать сколько-нибудь заметное влияние ни на поставщиков, ни на поведение покупателей. Подавляющая их часть имеет одинаковую структуру и

размер, предлагают сходные туристские продукты по примерно равным ценам. Турагенты приближают туристский продукт к потребителям. Они делают его более доступным, а саму покупку менее обременительной для клиента. Достаточно обратиться в расположенную рядом Туристскую фирму, чтобы отправиться в путешествие. Близость к Потребителю, вытекающая из розничного характера посреднических операций, определяет географию турагентской сети. Подавляющая часть пунктов реализации туристских услуг сосредоточена в Густонаселенных районах.

Размещение - самый важный элемент туризма. Нет размещения (ночевки) - нет туризма. Средствами размещения туристов являются любые объекты, приспособленные специально для приема и организации ночевки временных посетителей с различным уровнем сервиса: от шалаша или бунгало до супергигантского отеля. Все средства размещения делятся на две категории: коллективные и индивидуальные.

Транспортные предприятия рассматриваются как особая разновидность туристских предприятий, формирующих систему туризма.

Применяемый для целей туризма транспорт классифицируется ВТО на три вида: сухопутный, водный, воздушный.

Автомобильный транспорт наиболее широко используется в туризме, поскольку обеспечивает доставку туристов «от дверей до дверей». В этих целях применяются как регулярные пассажирские перевозки (рейсовые автобусы), так и нерегулярные (собственный транспорт туристского предприятия, арендованные транспортные средства и личный транспорт туриста).

Железнодорожный транспорт обеспечивает достаточно высокую скорость перевозки туристов на средние расстояния в комфортных условиях при умеренных ценах. В отдельных случаях железнодорожный транспорт может использоваться и как цель туристского путешествия.

Среди водных транспортных средств различают: подводные (экскурсионные подводные лодки) и надводные (теплоходы, круизные суда, морские паромы, прогулочные суда, яхты, катера) средства. Морские и речные перевозки туристов осуществляются, как правило, в виде пассажирских перевозок, экскурсионных путешествий, путешествий на паромах и круизов. Обеспечение морских и речных перевозок проводится специальными компаниями (пароходствами,

круизными компаниями), которые в большинстве случаев выступают в роли туроператоров.

Воздушные транспортные средства включают в себя самые разнообразные транспортные средства: от самолетов гражданской авиации до таких экзотических, как воздушные шары, дельтапланы. Применение воздушного транспорта в туризме предусматривает использование прежде всего авиационных пассажирских перевозок, которые классифицируются на рейсовые и чартерные, т.е. выполняемые под заказ.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Туроператоры и турагенты
2. Сектор размещения и питания
3. Сектор транспортных перевозок
4. Сектор развлечений

### **Темы докладов**

1. Структура туристской индустрии (По Дж. Уокеру, Дж. Диттмеру и Дж. Гриффину, по Дж. Толкидсену, по Фрейеру).
2. Туристские предприятия и их формы
3. Понятие и основные функции туроператора. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров. Ведущие российские и международные туроператоры.
4. Особенности и процедуры агентского бизнеса. Технология взаимоотношений туроператора с турагентами.
5. Содержание правил оказания услуг по реализации турпродукта.

### **Тематика рефератов**

Все темы рассмотрите на конкретных примерах.

1. Службы гостиниц.
2. Гостиничные цепи.
3. Организация питания туристов по различным видам туров
4. Мировые ресторанные сети.
5. Виды транспортных средств, применяемых в туризме.
6. Авиационные туристические перевозки, значение авиационных перевозок в туризме, специфика организации.
7. Автомобильные туристические перевозки, значение автомобильных перевозок в туризме, специфика организации.

8. Железнодорожные туристические перевозки, значение, специфика организации.
9. Морские и речные круизы, специфика организации.

### **Практические задания и ситуации**

1. Объясните, в чем заключается разница между туроператором и турагентом.
2. Перечислите основные направления туроператорской деятельности.
3. Укажите основные функции туристских агентств.
4. Назовите лидеров туроператорского и турагентского бизнеса в России и за рубежом.
5. Дайте определение понятиям «трансфер» и «чартер».
6. Перечислите услуги, предоставляемые на авиатранспорте.
7. Дайте характеристику круизному отдыху.
8. Назовите услуги, предоставляемые туристам на железнодорожном транспорте.
9. Дайте характеристику разных типов гостиниц.
10. Назовите критерии оценки гостиничных предприятий.
11. В чем заключаются требования, предъявляемые к средствам размещения в России?
12. Перечислите формы управления гостиничными предприятиями. Приведите пример организационной структуры гостиницы.
13. Перечислите типы предприятий общественного питания.
14. Назовите виды услуг и обслуживания на предприятиях общественного питания.
15. Дайте характеристику специальных форм организации питания.
16. Дайте определение понятия «таймшер».
17. Перечислите основные сегменты отдыха и развлечений.

### **Практические задания**

Задание 1. Изучите гостиницы Пензенской области относительно их месторасположения. Составьте перечень гостиниц по убыванию согласно престижности месторасположения. Результаты представьте в виде таблицы.

Задание 2. Изучите по дополнительным источникам и проанализируйте использование в нашей стране транспортных средств размещения (ботель, флотель, ротель). Приведите примеры.

Задание 3. Выберите любую гостиницу страны. Покажите, какие основные службы функционируют в данной гостинице. Какая(ие) из этих служб, на ваш взгляд, является особенно важной? Ответ обоснуйте.

Задание 4. Изучите по дополнительным источникам и проанализируйте развитие в нашей стране туристических деревень. Приведите примеры

### **Рекомендуемая литература**

1. Организация туристской индустрии: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г. В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
2. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
3. Балюк Н.А. Социально–культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2003.

## Тема 6. Международный туризм

### Краткий лекционный материал

Туристская политика – система акций, нормативных документов и механизмов, обеспечивающих благоприятные правовые экономические и идеологические условия тур. деятельности. Данная политика проводится на нескольких уровнях:

1. международном;
2. национальном;
3. региональном.

На международном уровне основными мероприятиями по регулированию тур. деятельности являются: конференции (ЮнВТО), ассамблеи, форумы, конгрессы, семинары, проводимые различными международными организациями.

Международные документы: декларации (официальные заявления, которые провозглашают принципы тур политики); конвенции (договоры, которые устанавливают взаимные права и обязанности государств в сфере туризма.)

Основными документами являются: манильская декларация 1980 года, всемирный кодекс этики в туризме 99-го года.

На государственном уровне: туристская политика регулируется различными управленческими структурами в области туризма. Существует три типа структур:

специализированные министерства туризма и управления, кот. По статусу приравниваются к министерству (Италия, США);

отраслевые министерства, которые одновременно с туризмом регулируют какой-либо еще вид деятельности (Испания – министерство туризма и информации, Индия – мин туризма и гражданской авиации, Нидерланды – мин. Экономике, Швеция – мин. торговли);

неправительственные и приправительственные организации (национальные ассоциации турагентств – Норвегия – при министерстве Транспорта и коммуникаций есть департамент внутреннего туризма, остальные туристские проблемы решает неправительственная туристская ассоциация).

Государственное регулирование туризма также заключается в выделении субсидий для развития инфраструктуры туризма (Греция, Австрия, Франция, Италия). Льготные кредиты под конкретные проекты, налоговые льготы для инвесторов, создание нормативно

правовой базы, которая стимулировал бы въездной туризм (пошлины, налоги, цены на перевозки).

На региональном уровне необходимо проводить туристскую политику для привлечения туристов в конкретную область, район.

Международные туристские организации подразделяют на следующие основные группы:

- 1) мировые общего характера;
- 2) мировые отраслевого характера;
- 3) региональные общего характера;
- 4) региональные отраслевого характера;
- 5) специализированные;
- 6) особые.

Международная выставка- это показ и демонстрация товаров перед зарубежными специалистами, потребителями и широкой общественностью с целью ознакомления с передовыми достижениями в соответствующих отраслях и результатами научного прогресса.

Выставки — эффективный ресурс для организации и проведения маркетинговых исследований, т.к. они дают заинтересованным организациям обширную прикладную информацию.

Особую роль в стимулировании сбыта на международных рынках играют выставки, так как:

общая для всех проблема нехватки времени, расстояние и затраты, необходимые для контактов с потребителями и потенциальными покупателями частично решаются при участии в выставке; демонстрация товара автоматически преодолевает коммуникационные барьеры;

выставки и ярмарки являются одним из немногих средств, при которых возможен личный контакт продавца и конечного потребителя

### **Вопросы для обсуждения**

1. Международное и государственное регулирование туризма.
2. Международные туристские организации.
3. Международные туристские выставки и ярмарки.

### **Темы докладов**

1. Понятие, особенности и функционирование туристского рынка.
2. Дифференциация и факторы развития туристского рынка.
3. Международный туризм и его значение. Сезонность в туризме.
4. Факторы и тенденции развития международного туризма.

5. Особенности и структура национального туристского рынка России.
6. Международный туризм в России.
7. Туристские организации и мероприятия.
8. Характеристика международных туристских организаций.
9. Национальные туристские организации.
10. Международные выставочно-ярмарочные мероприятия. Их цели и задачи.
11. Выставки и ярмарки как инструменты маркетинговой технологии реализации туристского продукта

### **Задания для самостоятельной работы**

#### **Ответьте на вопросы:**

1. В чем состоит специфика международного туризма?
2. Какие факторы содействуют, а какие сдерживают развитие международного туризма? Ответ аргументируйте с приведением подтверждающих примеров.
3. Почему в большинстве макрорегионов мира внутрорегиональный туристский обмен преобладает над межрегиональным?
4. Какие страны лидируют по количеству туристских прибытий? Чем это обусловлено?
5. Какие преимущества дает странам членство в ВТО?
6. Какое значение для развития туризма имеют международные выставки и ярмарки?
7. Имеются ли принципиальные различия между выставками и ярмарками?
8. В чем состоят преимущества и недостатки участия в выставке на коллективном национальном стенде для отдельных туристских предприятий?

### **Тематика рефератов**

Все темы рассмотрите на конкретных примерах.

1. Развитие международного туризма.
2. Международные туристские организации.
3. Международные туристские мероприятия. Выставки и ярмарки.
4. Современное состояние и прогнозы развития международного туризма.

## Практические задания и ситуации

1. Сделайте анализ развития международного туризма в нашей стране.
2. Изучите и проанализируйте Глобальный кодекс этики туризма.
3. Назовите неправительственные специализированные организации по международному туризму. Опишите их деятельность.
4. Опишите сущность международного туризма?
5. Охарактеризуйте предпосылки, лежащие в основе интенсивного развития международного туризма?
6. Назовите организации в системе ООН, занимающиеся вопросами туризма. Опишите их деятельность.
7. Проведите анализ деятельности национальных организаций по туризму.
8. Перечислите и опишите факторы, содействующие развитию международного туризма и сдерживающие развитие международного туризма.
9. Изучите и проанализируйте основные положения Манильской декларации по мировому туризму.
10. Назовите преимущества, которые дает странам членство в ЮНВТО?
11. Предложите и аргументируйте структуру путеводаителя (для иностранных туристов) страны, в которой вы проживаете.
12. Изучите и проанализируйте тенденции, которые будут проявляться по прогнозам ВТО в третьем тысячелетии в развитии международного туризма.
13. Опишите организации, занимающиеся вопросами международного туризма эпизодически.
14. Изучите и проанализируйте основные положения Гаагской декларации по туризму.
15. Опишите направления деятельности ЮНВТО?
16. В чем состоят преимущества и недостатки участия в выставке на коллективном национальном стенде для отдельных туристских предприятий?
17. Изучите и проанализируйте Хартию туризма, Кодекс туриста.
18. Перечислите региональные и национальные организации по туризму. Опишите их деятельность.

19. Изучите и проанализируйте уровни членства, предусмотренные уставом ЮНВТО?
20. Назовите и охарактеризуйте формы участия в международных выставочных мероприятиях, которые может предусматривать туристская администрация страны (региона). Какая из этих форм сегодня больше всего подходит нашей стране? Ответ аргументируйте.

### **Рекомендуемая литература**

1. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
2. Балюк Н.А. Социально–культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.

## Тема 7. Безопасность в туризме

### Краткий лекционный материал

Одним из важнейших элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов. Опасности физического и социального характера должны приниматься в расчет субъектами индустрии туризма, которым следует минимизировать и предотвращать разнообразные угрозы безопасности туристской деятельности. Обеспечение безопасности предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, гарантирующих безопасность перемещения туристов по территории государства, их пребывания, сохранность здоровья, жизни и имущества.

Международная практика показывает, что ряд государств издает соответствующие рекомендации по посещению тех или иных стран и регионов мира (США, Германия, Россия).

Вопросы обеспечения безопасности в туризме можно рассматривать по следующим направлениям:

- личная безопасность туристов и их имущества, обеспечение которой является важнейшей задачей национального развития туризма и международного сотрудничества;
- безопасность окружающей среды в местах массового пребывания туристов, безопасность туристских объектов;
- безопасность национальных интересов принимающих государств.

Безопасность в туризме как защита национальных интересов принимающих государств затрагивает вопросы не только военной безопасности (наличие зон, закрытых для посещения иностранными гражданами и туристами), но и связанные с сохранением национальной, культурной, религиозной самобытности местного населения.

На туриста постоянно действуют различные факторы общества и природы. Он не знает обычаев страны, типичных бытовых опасностей, не имеет иммунитета к местным болезням и т.д.

Вредные факторы:

- опасность получения травм;
- влияние окружающей среды;
- пожары;
- биологические факторы;

- психофизическая нагрузка;
- опасность излучения;
- химические факторы;
- аварии транспорта.

Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране:

Проживание в гостиницах, обеспеченных централизованным водоснабжением и канализацией. При наличии в местах проживания комаров, блох, грызунов поставить в известность администрацию для принятия срочных мер по их уничтожению.

Питание только в ресторанах, кафе, где используются гарантированные продукты питания промышленного производства.

Запрещается использовать в пищу нетрадиционные продукты национальной кухни, не прошедшие гарантированную технологическую обработку или с просроченными сроками годности, а также приобретенные в местах уличной торговли. Для мытья фруктов, овощей использовать только кипяченую или бутилированную воду. Напитки, соки могут употребляться только промышленного производства. Запрещается покупать лед для охлаждения напитков у продавцов уличной торговли.

Запрещается проведение экскурсий и посещение мест, не обозначенных официальной программой и купание в неразрешенных для этой цели бассейнах.

Рекомендуется избегать случайных половых связей и всегда иметь при себе презерватив.

Не рекомендуется приобретать меховые, кожаные изделия, а также животных и птиц у частных торговцев

Страхование туристов — это особый вид страхования, обеспечивающий страховую защиту имущественных интересов граждан во время их туристских поездок, путешествий, шоп-туров и др. Оно относится к рисковому виду страхования, наиболее характерными чертами которых являются их кратковременность (не более 6 месяцев) и большая степень неопределенности времени наступления страхового случая и величины возможного ущерба.

Страхование в туризме имеет своей целью покрытие ущерба, вызываемого неблагоприятными, заранее предусмотренными событиями, которые возможны в практике туристской деятельности, но не обязательны.

Страхование от несчастных случаев является в основном

краткосрочным, заключается на период до года с единовременной уплатой взносов, проводится в индивидуальной и коллективной формах. Источником уплаты страховых взносов могут быть личные доходы граждан или средства предприятий и организаций.

Медицинское страхование является формой защиты интересов населения в охране здоровья. Его цель – обеспечение гарантий гражданам при возникновении страхового случая в получении медицинской помощи за счет накопленных средств, а также финансирование профилактики заболеваний.

Медицинское страхование относится к видам личного страхования, предоставляющим страховую защиту в случаях неблагоприятного воздействия страховых рисков на состояние здоровья застрахованных.

Риск заболеваний может иметь для страхователя два вида финансовых последствий: во-первых, потерю доходов на время болезни; во-вторых, дополнительные расходы на лечение (могут быть компенсированы через систему страхования).

Медицинское страхование подразделяется на следующие виды: страхование расходов на амбулаторное лечение; хирургических расходов; расходов на пребывание в больнице; на случай установления диагноза одного или нескольких заболеваний и т.п.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Особенности безопасности в туризме
2. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха
3. Правила поведения во время поездки
4. Страхование от несчастных случаев в туризме
5. Медицинское страхование в туризме
6. Страхование ответственности в туризме

### **Темы докладов**

1. Обстоятельства повышенной опасности в туризме.  
(травмоопасность, воздействие окружающей среды, физические перегрузки и нервно-психические факторы, биологические факторы)
2. Личная безопасность туриста. Опасность излучения, химические факторы, пожароопасность, этап перевозки, нарушение туристами установленных правил.
3. Страхование в туризме. Основные понятия, виды страхования

- (страхователь, страховщик, выгодоприобретатель, страховой случай, страховой пакет и т.д.). Финансовое обеспечение туриста.
4. Медицинская страховка в туризме. Заболевания, травмы. Ситуация с COVID-19.
  5. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" Статья 17.6. Договор страхования ответственности туроператора. Основные положения статьи.
  6. Порядок заключения и существенные условия договора страхования в туризме.
  7. Порядок оформления страхового случая и выплаты страхового возмещения по полисам страхования экстренных медицинских расходов граждан, выезжающих за рубеж. Документы, требуемые для выплаты страхового возмещения.
  8. Особенности и условия страхования рисков «отказ от тура», «потеря багажа», риска страхования от невыезда. Ограничения по страхованию указанных рисков, отраженные в правилах ведущих страховых организаций
  9. Страхование ответственности за загрязнение окружающей среды
  10. Страхование гражданской ответственности перевозчиков туристов
  11. Программы страхования туроператоров. Различные пакеты услуг.

### **Практические задания и ситуации**

1. Отправленная на отдых за рубеж вашим туристическим предприятием группа туристов неожиданно оказалась в центре военных действий. На каких уровнях и за чей счет должен решаться вопрос об эвакуации данной группы туристов? Рассмотрите все возможные варианты.
2. Сравните обязательное и добровольное страхование. В чем их сходство и отличие? Приведите примеры.
3. В ваше туристическое предприятие с целью приобретения туристических услуг обратились следующие клиенты:
  - семья из трех человек, желающая отдыхать в составе группы в Республике Болгария (доставка на автобусе);
  - молодая пара, желающая отдыхать в Крыму и добираться до места назначения и обратно на своем автомобиле;
  - бизнесмен, желающий приобрести только авиационный билет до

Варшавы и обратно. Предложите наиболее приемлемые варианты страховок для этих клиентов. Ответ обоснуйте.

4. Застрахованный на 70 тысяч евро (медицинская страховка) клиент вашего туристического агентства, отдыхая во Франции, обратился в медицинское учреждение с целью сделать операцию, так как на отдыхе ему стало очень плохо: обострилась старая болезнь. За чей счет вашему клиенту будет оказана медицинская помощь и какая? Ответ обоснуйте.

5. У туриста, имеющего медицинскую страховку, на отдыхе резко ухудшилось состояние здоровья. В момент наступления страхового случая турист находился в состоянии алкогольного опьянения. Будет ли ему оказана помощь и за чей счет?

6. На отдыхе у туриста разболелся зуб. У него есть медицинская страховка. За чей счет туристу будет оказана медицинская помощь.

### **Темы рефератов**

Все темы рассмотрите на конкретных примерах.

1. Направления обеспечения безопасности в сфере туризма.
2. Уровни обеспечения безопасности. Основные требования к обеспечению безопасности в туристической отрасли на национальном и международном уровнях.
3. Страхование в туризме, его сущность и значение.
4. Виды страхования, применяемые в туризме.
5. Сущность и значение медицинского страхования.

### **Рекомендуемая литература**

1. Малыгина М. В. Страхование и риски в туризме: учебное пособие, 2013. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277322>
2. Организация туристской индустрии: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г.В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
3. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
4. Балюк Н.А. Социально-культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
5. Трусова Н.М. Страхование в туризме: учебное пособие, 2015. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472725>

## Темы рефератов. Правила оформления рефератов

1. Гостиничные цепи мира.
2. Всемирная туристская организации.
3. Российские туристские и гостиничные организации, ассоциации.
4. Самые роскошные отели мира.
5. Необычные и удивительные средства размещения.
6. Туристская дестинация.
7. Паломничество как разновидность туризма.
8. Международный туризм.
9. Спортивный туризм.
10. Экологический туризм.
11. Событийный туризм.
12. Сельский туризм.
13. Туроператор и турагент.
14. Экскурсионная деятельность.
15. Особенности страхования в туризме.
16. Таймшер как разновидность туризма.
17. Паспортно-визовые формальности в туризме.
18. Крупнейшие туристские выставки мира.
19. Туристские ресурсы: понятие и классификация.
20. Специфические свойства туристских ресурсов.
21. Внутренний туризм в современной России.
22. Характеристика туристских регионов мира (Европейского, Азиатского, Тихоокеанского, Африканского и др.).
23. Наиболее значимые туристские центры мира.
24. Основные туристские центры РФ.
25. Транспортная составляющая туризма.

## Методические рекомендации к написанию реферата

Реферат – письменная работа объемом 10-15 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат (от лат. *referrer* – докладывать, сообщать) – краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос – что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат – не механический пересказ работы, а изложение ее сущности. В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

Функции реферата: информативная (ознакомительная); поисковая; справочная; сигнальная; индикативная; адресная коммуникативная. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист.

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу – обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания

### **Этапы работы над рефератом**

Работу над рефератом можно условно подразделить на три этапа:

1. Подготовительный этап, включающий изучение предмета исследования;
2. Изложение результатов изучения в виде связного текста;
3. Устное сообщение по теме реферата.

#### **Подготовительный этап работы**

##### **Формулировка темы**

Подготовительная работа над рефератом начинается с формулировки темы. Тема в концентрированном виде выражает содержание будущего текста, фиксируя как предмет исследования, так и его ожидаемый результат. Для того чтобы работа над рефератом была успешной, необходимо, чтобы тема заключала в себе проблему, скрытый вопрос (даже если наука уже давно дала ответ на этот вопрос, студент, только знакомящийся с соответствующей областью знаний, будет вынужден искать ответ заново, что даст толчок к развитию проблемного, исследовательского мышления).

## Поиск источников.

Грамотно сформулированная тема зафиксировала предмет изучения; задача студента – найти информацию, относящуюся к данному предмету и разрешить поставленную проблему. Выполнение этой задачи начинается с поиска источников. На этом этапе необходимо вспомнить, как работать с энциклопедиями и энциклопедическими словарями (обращать особое внимание на список литературы, приведенный в конце тематической статьи); как работать с систематическими и алфавитными каталогами библиотек; как оформлять список литературы (выписывая выходные данные книги и отмечая библиотечный шифр).

## Работа с источниками.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание студента на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу.

Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции — это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

## Создание конспекта для написания реферата

Подготовительный этап работы завершается созданием конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). По завершению предварительного этапа можно переходить непосредственно к созданию текста реферата. Создание текста. Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью. Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность – смысловую законченность текста. С точки зрения связности все

Тексты делятся на тексты - констатации и тексты - рассуждения. Тексты- констатации содержат результаты ознакомления с предметом и фиксируют устойчивые и несомненные суждения. В текстах-рассуждениях одни мысли извлекаются из других, некоторые ставятся под сомнение, дается им оценка, выдвигаются различные предположения. План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста. Универсальный план научного текста, помимо формулировки темы, предполагает изложение вводного материала, основного текста и заключения. Все научные работы – от реферата до докторской диссертации - строятся по этому плану, поэтому важно с самого начала научиться придерживаться данной схемы.

### Требования к введению

Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками;

перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения – в среднем около 10% от общего объема реферата. Основная часть реферата. Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов – компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты. План основной части может быть составлен с использованием различных методов группировки материала: классификации (эмпирические исследования), типологии (теоретические исследования), периодизации (исторические исследования).

### Заключение

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части – пусть это будут две-три фразы. Но в них должен подводиться итог проделанной работы.

### Список использованной литературы

Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

## Требования, предъявляемые к оформлению реферата

Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 30 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 14, интервал – 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При написании и оформлении реферата следует избегать типичных ошибок, например, таких:

поверхностное изложение основных теоретических вопросов выбранной темы, когда автор не понимает, какие проблемы в тексте являются главными, а какие второстепенными;

в некоторых случаях проблемы, рассматриваемые в разделах, не раскрывают основных аспектов выбранной для реферата темы;

дословное переписывание книг, статей, заимствования рефератов из интернет ресурсов и т.д.

## Об особенностях языкового стиля реферата

Для написания реферата используется научный стиль речи.

В научном стиле легко ощутимый интеллектуальный фон речи создают следующие конструкции:

Предметом дальнейшего рассмотрения является... Остановимся прежде на анализе последней.

Эта деятельность может быть определена как... С другой стороны, следует подчеркнуть, что...

Это утверждение одновременно предполагает и то, что... При этом ... должно (может) рассматриваться как ... Рассматриваемая форма... Ясно, что...

Из вышеприведенного анализа... со всей очевидностью следует... Довод не снимает его вопроса, а только переводит его решение... Логика рассуждения приводит к следующему...

Как хорошо известно... Следует отметить...

Таким образом, можно с достаточной определенностью сказать, что ...

Многообразные способы организации сложного предложения унифицировались в научной речи до некоторого количества наиболее убедительных. Лишними оказываются главные предложения, основное значение которых формируется глагольным словом,

требующим изъяснения. Опускаются малоинформативные части сложного предложения, в сложном предложении упрощаются союзы.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);

степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);

качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов);

использование литературных источников; культура письменного изложения материала; культура оформления материалов работы.

## Словарь терминов

**Аквизиция туристов** — привлечение туристов в дестинацию с целью генерирования доходов, притока иностранной валюты, стимулирования экономики, создания новых рабочих мест и т.п.

**Активный туризм** — наименование въездного туризма с финансово-экономической точки зрения, т.е. Это приезд иностранных туристов в страну посещения, что ведет к образованию положительного сальдо в балансе платежей принимающей страны.

**Альтернативные формы туризма** — формы туризма, которые способствуют более тесному контакту и взаимопониманию между туристами и принимающим населением, сохраняют культурную самобытность и предлагают разнообразные и оригинальные туристские продукты и объекты (Гаагская декларация по туризму 1989 г.).

**Альтернативный туризм** (*alternative tourism*) — форма развития и продвижения туризма, направленная на сближение целей и ожиданий «гостя» и «хозяина», туризм, альтернативный массовому с массовым производством и массовым потреблением, активно использующему природные и культурные ресурсы дестинации.

**Банковская гарантия** — способ обеспечения исполнения обязательств, в силу которого банк, иное кредитное учреждение или страховая организация (гарант) дают по просьбе другого лица (принципала) письменное обязательство уплатить кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму по представлении бенефициаром письменного требования о ее уплате (Гражданский кодекс РФ).

**Безбарьерный туризм** — вид рекреационного туризма, рассчитанного на людей с ограниченными физическими возможностями.

**Безбарьерный туризм** (*barrier-free tourism*) — см. Доступный туризм (*accessible tourism*).

**Безопасность туризма** — безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства при совершении путешествий. (закон о туристской деятельности).

**Безопасность туристской услуги** — отсутствие недопустимого риска, нанесения ущерба жизни, здоровью и имуществу туристов во время совершения путешествия (экскурсии), а также в местах пребывания на маршруте (ГОСТ Р 50644—2009).

**Бизнес посетитель** (*business visitor*) — посетитель, главная цель для поездки которого соответствует бизнес и профессиональным интересам (глоссарий *unwto*).

**Бизнес-туризм** — тип путешествия в деловых целях, требующий особых туристских услуг. В подтверждение заключения договора перевозки по туристским маршрутам перевозок пассажиров вместо билета может выдаваться путевка или билет на перевозку группы пассажиров (Кодекс внутреннего водного транспорта РФ).

**Виды туризма** (*Forms of tourism*) — существуют три основных вида туризма: внутренний (отечественный) туризм, въездной туризм, и выездной туризм. Они могут быть объединены различными способами, чтобы получить следующие дополнительные формы туризма: внутренний туризм, национальный туризм и международного туризм (Глоссарий UNWTO).

**Виза** — разрешение на въезд в Российскую Федерацию, пребывание в Российской Федерации и транзитный проезд через территорию Российской Федерации иностранного гражданина в течение срока действия визы, оформленное на бланке, либо с использованием мастичного штампа и выданное уполномоченным органом (постановление Правительства России от 09.06.2003 № 335).

**Виза обыкновенная туристическая** — виза, выдаваемая на срок до одного месяца иностранному гражданину, въезжающему в Российскую Федерацию в качестве туриста, при наличии у него надлежащим образом оформленного договора на оказание услуг по туристическому обслуживанию и подтверждения о приеме организацией, осуществляющей туристическую деятельность (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Виза обыкновенная туристическая групповая** — виза, выдаваемая на срок до одного месяца иностранному гражданину, въезжающему в Российскую Федерацию в качестве туриста в составе организованной туристической группы (не менее пяти человек) при наличии надлежащим образом оформленного договора на оказание услуг по туристическому обслуживанию и подтверждения о приеме организацией, осуществляющей туристическую деятельность (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Виртуальный туризм** (*virtual tourism*) — 1) туризм, организуемый посредством использования современных информационно-технологических (электронных, мобильных) средств бронирования (дистрибуции); 2) виртуальные туры и экскурсии в сети интернет, совместно разработанные и продвигаемые туристскими и ИТ-компаниями.

**Внутренний туризм** (*Domestic tourism*) — включает деятельность резидента в соответствующей стране, либо как часть поездки внутреннего (отечественного) туризма или как часть выездного туризма (Глоссарий UNWTO).

**Внутренний туризм** (*Internal tourism*) включает в себя внутренний (отечественный) туризм плюс въездной туризм, то есть это деятельность резидентов и посетителей-нерезидентов в пределах страны учета в рамках внутренних или международных туристских поездок (в русскоязычной литературе — туризм в пределах страны) (Глоссарий UNWTO).

**Всесоюзные маршруты** — действовавшая в СССР в 70-х — 80-х XX в. Система маршрутов внутреннего туризма, отличавшихся высоким качеством содержания и обслуживания и путевки, на которые централизованно распространялись по всей стране.

**Вспомогательный счет туризма** — международный стандарт в области статистики туризма, представляющий свод основных понятий, классификаций и агрегированных показателей, позволяющих оценить вклад туризма в национальную экономику в рамках системы национальных счетов.

**Вспомогательный счет туризма** (ВСТ) (*Tourism Satellite Account (TSA)*) рекомендуется *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008* и кроме того *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, вторыми международными рекомендациями по статистике туризма, которые были разработаны в рамках согласованности с Системой национальных счетов. Обе рекомендации соответствуют друг другу и обеспечивают концептуальную основу для измерения и анализа туризма как экономической деятельности.

**Въездной туризм** (*Inbound tourism*) — включает в себя деятельность посетителя нерезидента в соответствующей стране (Глоссарий UNWTO).

**Выездной туризм** (*Outbound tourism*) представляет собой деятельность посетителей резидентов за пределами страны учета (Глоссарий UNWTO).

**Географическая туристская подсистема** — географическая часть туристской системы (территория постоянного обитания туриста, транзитная территория и туристская дестинация), выполняющая соответствующие ей относительно самостоятельные функции, направленные на решение генеральной цели туристской системы.

**География туризма** — научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию туризма, особенности формирования, функционирования и развития территориальных туристско-рекреационных систем.

**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 (Закон о туристской деятельности).

**Глобализация** — процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации.

**Глобальные системы бронирования и резервирования в туризме** (*global distribution system*) — международные компьютерные системы, позволяющие бронировать номера в гостиницах, морские круизы, прокат автомобилей и т.д., то есть предоставлять своим клиентам полный спектр услуг по бронированию в режиме реального времени.

**Гостиница (отель)** — предприятие, предоставляющее услуги размещения и, в большинстве случаев, услуги питания, имеющее службу приема, а также оборудование для оказания дополнительных услуг (ГОСТ Р 53423—2009 (ИСО 18513:2003)).

**Государственно-частное партнерство (ГЧП)** — совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

**Гран-тур** (*grand tour*) — традиционные в XVII—XVIII вв туристские образовательные поездки по европейским странам продолжительностью 2—3 года, предпринимаемые, главным образом, молодыми людьми обеспеченными средствами.

**Группа «аффинити»** (*affinity group*) — группа путешественников, объединенных общими профессиональными или любительскими интересами и общей целью путешествия (например, археологи, актеры, спортсмены, паломники, кинологи).

**Групповая туристическая программа** — расписание нахождения участников туристической группы, осуществляющих на круизном судне международное путешествие, в период их пребывания на территории Российской Федерации (с указанием маршрутов перемещения) (постановление Правительства России от 07.05.2009 № 397).

**Дестинация туристская** — это территория, являющаяся целью туристского путешествия.

**Дестинация** (*destination*) — территория принимающего туристов сообщества, специально организованное социальное и культурное пространство объективной и сконструированной реальности в целях удовлетворения потребностей и ожиданий целевых туристов в получении искомого туристского опыта.

**Дестинация туристская** — это управляемая социально-экономическая территориальная система, обладающая туристским ресурсным потенциалом, представляющим конкурентоспособную потребительскую ценность и устойчиво привлекающая туристские потоки.

**Дестинация туристская** — это территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов, и удовлетворяющая следующим условиям: 1) наличие географических и административных границ; 2) наличие определенного набора туристско-рекреационных продуктов и услуг, 3) привлекательность ресурсов; 4) доступность (экономическая, транспортная и др.); 5) имидж и репутация, влияющие на ее конкурентоспособность на туристском рынке.

**Деятельность туристская** — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий (Закон о туристской деятельности).

**Деятельность туристско-рекреационная** — деятельность юридических лиц, индивидуальных предпринимателей по строительству, реконструкции, эксплуатации объектов туристской индустрии, объектов, предназначенных для санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыха граждан, а также туристская деятельность и деятельность по разработке

месторождений минеральных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов, их добыче и использованию, в том числе деятельность по санаторно-курортному лечению и профилактике заболеваний, медицинской реабилитации, организации отдыха граждан, промышленному розливу минеральных вод (Закон об ОЭЗ).

**Динамическое пакетирование** (*dynamic packaging*) — метод и процедура автоматизированного индивидуального конструирования (компоновки) тура в сети интернет в режиме реального времени (он-лайн) самим потребителем в соответствии со своими предпочтениями (альтернатива выбору и бронированию готового, разработанного туроператором турпакета).

**Договор перевозки пассажира** — договор, по которому перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения, а в случае сдачи пассажиром багажа также доставить багаж в пункт назначения и выдать его управомоченному на получение багажа лицу; пассажир обязуется уплатить установленную плату за проезд, а при сдаче багажа и за провоз багажа. Заключение договора перевозки пассажира удостоверяется билетом, а сдача пассажиром багажа багажной квитанцией (Гражданский кодекс РФ).

**Договор перевозки по туристскому маршруту** — договор перевозки внутреннего водного транспорта, по которому, перевозчик обязуется перевезти пассажира в порт назначения, а в случае сдачи пассажиром багажа также доставить багаж в порт назначения и выдать его управомоченному на получение багажа лицу; пассажир обязуется уплатить установленную плату за проезд и при сдаче пассажиром багажа плату за его провоз.

**Договор реализации туристского продукта** — договор между туроператором (в случаях, предусмотренных законодательством, турагентом) и туристом и (или) иным заказчиком, по которому туроператор обязуется оказать за общую цену комплекс услуг по перевозке и размещению (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг), а турист и (или) иной заказчик обязуется оплатить эти услуги (Закон о туристской деятельности).

**Договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта** — договор, по которому страховщик обязуется за обусловленную договором плату (страховую премию) возместить туристу и (или) иному заказчику реальный ущерб, возникший в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта, при условии, что это произошло в течение срока действия договора. Выплата производится в пределах определенной договором страхования суммы, но не менее размера финансового обеспечения (Закон о туристской деятельности).

**Договор фрахтования (чартер)** — договор, по которому одна сторона (фрахтовщик) обязуется предоставить другой стороне (фрахтователю) за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров и багажа (Гражданский кодекс РФ).

**Дополнительное образование** — вид образования, который направлен на всестороннее удовлетворение образовательных потребностей человека в интеллектуальном, духовно-нравственном, физическом и (или) профессиональном совершенствовании и не сопровождается повышением уровня образования.

**Доступный туризм** (*accessible tourism*), также безбарьерный туризм (*barrier-free tourism*) — туризм, предусматривающий универсальную возможность людей путешествовать и пользоваться услугами туристической индустрии без каких-либо ограничений, подразумевающих наличие (или создание) безбарьерной среды как для туристов, так и для местных жителей территории, развивающейся как туристская дестинация.

**Единый федеральный реестр туроператоров** — федеральная государственная информационная система, содержащая зафиксированные на материальном носителе сведения о туроператоре, имеющем финансовое обеспечение, в соответствии с законодательством Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации (Закон о туристской деятельности).

- Жизнеознакомительный туризм** (*life-seeing tourism*) — подвид культурного туризма, цель которого в погружении в живую культуру посещаемой дестинации, ознакомлении с местной культурой изнутри, через повседневную практику, совместное проживание *своими* («гостями») и *чужими* («хозяевами») фрагмента жизни в *чужой* для «гостей» культуре.
- Загородный дом (дача)** (*Vacation home*) — является вторичным жилищем, что посещают члены семьи в основном для целей отдыха, отпуска или любой другой формы досуга.
- Заемный капитал предприятия туриндустрии** — капитал, который формируется на предприятии туриндустрии из внешних источников в виде различных заемных средств (кредитов, займов, лизинга и т.п.).
- Заказчик туристского продукта** — турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста. (Закон о туристской деятельности).
- Занятость в отраслях туризма** (*Employment in tourism industries*) — может быть измерена как сумма лиц, занятых в отраслях туризма на любом из своих рабочих мест, как сумма лиц, занятых в отраслях туризма по своей основной работе, а так же как кол-во рабочих мест в туризме (Глоссарий UNWTO).
- Земли рекреационного назначения** — земли, предназначенные и используемые для организации отдыха, туризма, физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности граждан. В состав земель рекреационного назначения входят земельные участки, на которых находятся дома отдыха, пансионаты, кемпинги, объекты физической культуры и спорта, туристические базы, стационарные и палаточные туристско-оздоровительные лагеря, дома рыболова и охотника, детские туристические станции, туристские парки, учебно-туристические тропы, трассы, детские и спортивные лагеря, другие аналогичные объекты (Земельный кодекс РФ).
- Золотое яблоко** (*la pomme d'or* или *the golden apple*) — награда ФИЖЕТ, ежегодно вручаемая стране, городу, организации или деятелю за выдающийся вклад в продвижение и развитие туризма.
- Идентичностный туризм** (*identity tourism*) — подвид культурного туризма, мотивированный поиском и познанием истоков и корней своей идентичности через знакомство с историческими территориями, достопримечательными местами, воссоздающими

идентичность; закреплением или развенчанием национально-культурных стереотипов; знакомством с воссозданными или живыми традициями и языками и способствующий реабилитации этнических групп и народностей в глазах контактирующих культур, предотвращению идентичностных межнациональных или межэтнических конфликтов.

**Индустрия встреч** (*Meetings industry*) отношение к индустрии встреч, определяется если основная цель поездки является деловой / профессиональной, они могут быть далее подразделены на «участие в заседаниях, конференциях или конгрессов, ярмарках и выставках» и «другие деловые и профессиональные цели». Термин «индустрия встреч» предпочитают международные организации International Congress and Convention Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) и Reed Travel аббревиатуре MICE (встречи, инсентив, конференции и выставки), которая не передает индустриального характера такой деятельности (Глоссарий UNWTO).

**Индустрия туристская** — 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 (Закон о туристской деятельности).

**Иностраный гражданин** — физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства. Понятие «иностраный гражданин» включает в себя понятие «лицо без гражданства», за исключением случаев, когда федеральным законом для лиц без гражданства устанавливаются специальные правила, отличающиеся от правил, установленных для иностранных граждан (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Инсентив-туризм** (от англ. *incent* — поощрять) — это поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе с целью повышения квалификации в виде самостоятельных работ и индивидуальных деловых заданий, а также мотивации сотрудников к профессиональному развитию.

**Инструктор-проводник** — профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Информационное обеспечение туризма** — совокупность программного обеспечения и электронного информационного хранилища, разрабатываемая как единая система и предназначенная для автоматизации менеджмента туризма.

**Инфраструктура туризма** — совокупность (комплекс) взаимосвязанных структур, предприятий и туристских ресурсов, направленных на создание общих условий для реализации туризма и деятельности предприятий туристской индустрии.

**Исполнитель услуг по договору о реализации туристского продукта** — туроператор, который заключает с потребителем договор о реализации туристского продукта или от имени которого заключается этот договор, а также турагент, действующий на основании договора с сформировавшим туристский продукт туроператором и заключающий с потребителем договор о реализации туристского продукта от своего имени, но по поручению и за счет туроператора в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности Российской Федерации» и Гражданским кодексом РФ. Как статистический инструмент для экономического учета туризма, ВСТ можно рассматривать как набор из 10 сводных таблиц, каждая со своими базовыми данными и представляющих различные аспекты экономических данных туризма: выездного, внутреннего туризма и выездных туристских расходов, внутренний туристских расходов, счета индустрии туризма, валовая добавленная стоимость (ВДС) и валовой внутренний продукт (ВВП), приходящаяся на спрос в секторе туризма, занятости, инвестиций, государственное потребление нематериальных показателей (Глоссарий UNWTO).

**Карьера (career)**, от *carriera* — бег, жизненный путь, поприще:  
1) индивидуально осознанная позиция и поведение, связанные с трудовым опытом и деятельностью на протяжении рабочей жизни

человека; 2) достижение известности, славы, выгоды; 3) обозначение рода занятий, профессии (например, карьера учителя); 4) в широком смысле – последовательность профессиональных ролей, статусов и видов деятельности в жизни человека. В узком смысле – фактическая последовательность занимаемых должностей, рабочих мест или положений в коллективе конкретным работником; 5) успешное продвижение в профессиональной, общественной и прочей деятельности; 6) путь к успехам, видному положению в обществе, на служебном поприще, а также само достижение такого результата.

**Классификация** — форма государственного регулирования туристской деятельности, применяемая для объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи, расположенных на территории Российской Федерации, в соответствии с Системой классификации гостиниц и иных средств размещения; Системой классификации горнолыжных трасс, Системой классификации пляжей (приказ Минспорттуризма России от 25.01.2011 № 35).

**Кластер** — совокупность особых экономических зон одного типа или нескольких типов, которая определяется Правительством Российской Федерации и управление которой осуществляется одной управляющей компанией (Закон об ОЭЗ).

**Кластеры автотуристские** — предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Автотуристские кластеры включают в себя придорожные гостиницы (мотели), кемпинги, парковки для легкового и пассажирского автотранспорта, кафе и рестораны, автосервисы, магазины придорожной торговли, автозаправочные комплексы и др. (ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.)»).

**Кластеры туристско-рекреационные** — комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности — коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой (ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.)»).

**Коммуникативный туризм** (*communicative tourism*) — подвид культурного туризма, основной целью которого является общение в различных видах, формах и сферах «гостей» с «хозяевами», представителями принимающего туристов сообщества.

**Компетентность** — способность человека справляться с решением разнообразных задач, как стандартных, так и нестандартных, как в пределах, так и на границах его компетенции (области ответственности).

**Комплексное туристское обслуживание** — стандартный набор туристских услуг, включающий в себя встречу и проводы, размещение в гостинице, питание и экскурсионное обслуживание.

**Конгрессно-выставочный туризм** — это участие в симпозиумах, конференциях, совещаниях, международных семинарах, а также в выставках и ярмарках с целью приобретения и обмена знаниями и технологиями, а также развития отношений.

**Конкурентоспособность** — относительная оценка потенциальной способности успешно конкурировать на рынке с производителями аналогичного продукта.

**Корпоративное повышение квалификации специалистов сферы туризма** — обеспечение персонала компании знаниями, навыками и опытом, необходимыми для эффективной реализации тактических задач и стратегических целей компании.

**Критический объем реализации туристского продукта** (точка безубыточности) — количество реализованного туристского продукта, при котором прибыль предприятия туристической индустрии равна нулю.

**Круизное судно** — судно, совершающее международный рейс и перевозящее пассажиров, участвующих в групповой туристической программе и размещенных на судне, с целью кратковременных туристических посещений согласно расписанию одного или нескольких портов, открытых для захода иностранных судов. Круизное судно обычно не осуществляет посадку или высадку каких-либо других пассажиров, выгрузку или погрузку грузов. Пассажирские суда или грузопассажирские паромы, работающие на официально закрепленной линии, не являются круизными судами (Постановление Правительства РФ № 532 от 28.08.2003).

**Культурно-познавательный туризм** или **познавательный туризм** (*cultural tourism*) — поездки, основной целью которых является удовлетворение стремления человека к получению новых знаний и знакомства с жизнью других сообществ и народов, их культурой, искусством, бытом и образом жизни, традициями и обрядами.

**Культурный туризм** (*cultural tourism*) — вид туризма, познавательный и образовательный, посвященный представлению и разъяснению культурной идеи, отражающий интерес и восприимчивость к культурным различиям, их понимание и признание.

**Курорт** — освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая территория, располагающая природными лечебными ресурсами и необходимыми для их эксплуатации зданиями и сооружениями, включая объекты инфраструктуры. Подразделяются на курорты федерального, регионального и местного значения (Федеральный закон от 23.02.1995 № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах»).

**Лечебно-оздоровительная местность** — территория, обладающая природными лечебными ресурсами и пригодная для организации лечения и профилактики заболеваний, а также для отдыха населения. Лечебно-оздоровительные местности могут иметь федеральное, региональное или местное значение (Закон о природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах).

**Лицензия** — специальное разрешение, выдаваемое государственными органами юридическому или физическому лицу на осуществление определенного вида деятельности.

**Лицо без гражданства** — физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и не имеющее доказательств наличия гражданства (подданства) иностранного государства (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Любительская и спортивная охота** — охота, осуществляемая физическими лицами в целях личного потребления продукции охоты и в рекреационных целях. (Закон об охоте и сохранении охотничьих ресурсов).

**Маршрут** (нем. *Marschroute*, от франц. *Marche* — ход, движение вперед и *route* — дорога, путь) — намеченный путь следования, направление движения объекта, относительно определенных географических ориентиров и координат, с указанием основных пунктов.

**Маршрут повышенной опасности** — путешествия по горной и труднопроходимой местности, с посещением спелеологических и водных объектов и другие (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Международный туризм** (*International tourism*) включает въездной туризм плюс выездной туризм, то есть это деятельность посетителей-резидентов за пределами страны учета, либо часть выездного туризма посетителей-нерезидентов в пределах страны (Глоссарий UNWTO).

**Международный туризм** — систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории принимающей страны (*въездной туризм*) и предоставлением туристских услуг и туристского продукта гражданам своей страны, выезжающим за границу (*выездной туризм*).

**Межкультурный туризм** (*intercultural tourism*) — подвид культурного туризма, ориентированный на межкультурное взаимодействие «гостей» и «хозяев» в целях взаимоузнавания, взаимопонимания и взаимного обогащения в процессе их обмена своим культурным опытом и традициями.

**Место жительства лица** — место, где гражданин постоянно или преимущественно проживает. Местом жительства несовершеннолетних, не достигших четырнадцати лет, или граждан, находящихся под опекой, признается место жительства их законных представителей – родителей, усыновителей или опекунов (Гражданский кодекс РФ).

**Место жительства лица** — жилой дом, квартира, служебное жилое помещение, специализированные дома (общежитие, гостиница-приют, дом маневренного фонда, специальный дом для одиноких престарелых, дом-интернат для инвалидов, ветеранов и другие), а также иное жилое помещение, в котором гражданин постоянно или преимущественно проживает в качестве собственника, по договору найма (поднайма), договору аренды либо на иных основаниях,

предусмотренных законодательством Российской Федерации. Местом жительства гражданина, относящегося к коренному малочисленному народу Российской Федерации, ведущего кочевой и (или) полукочевой образ жизни и не имеющего места, где он постоянно или преимущественно проживает, может быть признано одно из поселений, находящихся в муниципальном районе, в границах которого проходят маршруты кочевий данного гражданина (Закон о праве на свободу передвижения).

**Место обычного жительства** (Place of usual residence) является географическим местом, где обычно проживает опрашиваемое лицо, и определяется по месту нахождения его (ее) основной жилы (*Principles and recommendations for population and housing censuses of the United Nations, 2.20 to 2.24*) (Глоссарий UNWTO).

**Место пребывания** — гостиница, санаторий, дом отдыха, пансионат, кемпинг, туристская база, больница, другое подобное учреждение, учреждение уголовно-исполнительной системы, исполняющее наказания в виде лишения свободы или принудительных работ, а также жилое помещение, не являющееся местом жительства гражданина, – в которых он проживает временно (Закон о праве на свободу передвижения).

**Место реализации услуг в сфере туризма** — для целей налогообложения — территория Российской Федерации, если услуги в сфере туризма фактически оказываются на территории Российской Федерации. Не признается территория Российской Федерации, если услуги в сфере туризма фактически оказываются за пределами территории Российской Федерации (Налоговый кодекс РФ).

**Миграционная карта** — документ, содержащий сведения о въезжающих или прибывших в Российскую Федерацию иностранном гражданине или лице без гражданства и о сроке их временного пребывания в Российской Федерации, подтверждающий право иностранного гражданина или лица без гражданства, прибывших в Российскую Федерацию в порядке, не требующем получения визы, на временное пребывание в Российской Федерации, а также служащий для контроля за временным пребыванием в Российской Федерации иностранного гражданина или лица без гражданства (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Миссия** — целевые установки организации, которые составляют причину деятельности организации и которые должны быть выполнены за определенный период.

**Мобильный туризм** (*m-tourism*) — разновидность электронного туризма (*e-tourism*), в котором выбор и бронирование туров производится пользователями мобильных телефонов с помощью мобильных технологий в виде приложений для мобильных телефонов (*Iphone, Ipad, Windows phone, Android*).

**Мультипликативный эффект туризма** — способность благодаря инициации спроса вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях туристских дестинаций.

**Мультипликатор туризма** — числовой коэффициент, показывающий, во сколько раз возрастет или сократится валовой региональный продукт в результате увеличения или сокращения расходов туристов и инвестиций в сферу туризма.

**Направление (главное направление) поездки** (*Destination (main destination) of a trip*) — место посещения, которое занимает центральное место в решении предпринять поездку. См. Также цель поездки туризма (Глоссарий UNWTO).

**Наследный туризм** (*heritage tourism*) — подвид культурного туризма, мотивации и смыслы которого заключаются в поиске культурного опыта, связанного с прошлым страны, народа, культуры, *другого*, сохранившимся в настоящем, в образах места посещения, транслируемым через унаследованные материальные и нематериальные артефакты культуры.

**Национальный доход** — разность между валовым общественным продуктом (воп) и затратами, которые были потреблены в процессе его производства.

**Национальный туризм** (National tourism) включает в себя внутренний (отечественный) туризм плюс выездной туризм, то есть это деятельность посетителей резидентов внутри и за пределами страны учета (Глоссарий UNWTO).

**Наука о туризме** (туристика, туризмология, туризмоведение) — комплексная междисциплинарная наука, объектом которой является сфера туризма, а предметом исследования — совокупность явлений, процессов, результатов, связей и отношений, возникающих в социально-экономической, гуманитарной, личностной, культурной, политической и иных

предметных областях туристской деятельности, деятельности туристов, туристской индустрии и туристской дестинации, и включающая научные дисциплины: *философию туризма, историю туризма, географию туризма, социологию туризма, культурологию туризма, психологию туризма, этику туризма, педагогику туризма, туристское право, политологию туризма, конфликтологию туризма, экологию туризма, технологию туризма и гостеприимства, рекреологию, экономику туризма, менеджмент туризма, маркетинг туризма, статистику туризма, информатизацию туризма, экскурсоведение, музееведение.*

**Неорганизованный туризм** (также самодеятельный туризм) — путешествия, предпринимаемые гражданами самостоятельно без предварительного бронирования услуг предприятий индустрии туризма и без участия каких-либо посредников и оплачивающие каждую услугу в отдельности по мере ее потребления в месте пребывания.

**Обслуживание** — это система (совокупность) действий и операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем услуги, с целью создания условий для успешного потребления, обладающей потребительной стоимостью, услуги.

**Объединение туроператоров в сфере выездного туризма** — некоммерческая организация, представляющая собой единое общероссийское объединение, которое основано на принципе обязательного членства юридических лиц, осуществляющих на территории Российской Федерации туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма, и действует в целях оказания экстренной помощи туристам. Статус объединения туроператоров в сфере выездного туризма присваивается Правительством РФ (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Объединения туристов** — общественные объединения, созданные туристами на основе общности интересов, в целях реализации права на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Объект туристской системы** — то, на что направлена активность субъекта. Объекты предоставления услуг по временному размещению и проживанию — здания, строения, сооружения (их части), имеющие помещения для временного размещения и

проживания (жилые дома, коттеджи, частные дома, постройки на приусадебных участках, здания и строения (комплексы конструктивно обособленных (объединенных) зданий и строений, расположенных на одном земельном участке), используемые под гостиницы, кемпинги, общежития и другие объекты) (Налоговый кодекс РФ).

**Обычная среда (Usual environment) индивидуума** — ключевое понятие в туризме, определяется как географическая область (хотя не обязательно одна), в которой человек проводит его / ее обычный распорядок дня жизни (Глоссарий UNWTO).

**Однодневный посетитель** (см. также экскурсант) — посетитель (внутренний, въездной или выездной) классифицируется как турист (или ночующий посетитель), если его / ее поездка включает ночевку, или как однодневный посетитель (или экскурсант) – в прочих случаях (МРСТ-2008, пункт 2.13).

**Оздоровительный туризм** — вид туризма, связанный с удовлетворением потребностей практически здоровых людей, для которых основным фактором поездки является не только использование специальных процедур, положительно влияющих на здоровье, но и походы, прогулки, рафтинг, посещение природных заповедников, развлечения и многие другие активные действия, являющиеся процессами оздоровления.

**Организованный туризм** — строго регламентированные путешествия, предлагаемые туристскими компаниями, и, как правило, реализуемые на условиях предварительного бронирования и оплаты.

**Особая экономическая зона** — часть территории Российской Федерации, которая определяется Правительством Российской Федерации и на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности, а также может применяться таможенная процедура свободной таможенной зоны (Закон об ОЭЗ).

**Особая экономическая зона туристско-рекреационная** — тип особой экономической зоны, созданной в целях развития туризма, санаторно-курортной сферы (Закон об ОЭЗ).

**Ответственный туризм (*responsible tourism*)** — восприимчивый, мягкий, бережный, социально ответственный туризм, оказывающий щадящее воздействие на природную и культурную среду дестинации.

**Отпускной чек** — платежно-расчетное средство, вводимое в обращение для оказания адресной помощи туристам и облегчения доступности отдыха всем слоям населения.

**Оценка эффективности туристской системы** — производится с экономической, социальной, экологической, управленческой и других позиций, а также с точки зрения возможностей устойчивого развития, применяя системный подход, при котором любое явление, процесс, объект рассматриваются как совокупность взаимосвязанных элементов, имеющих цель, ресурсы, связь с внешней средой и обратную связь.

**Паломник** — человек, совершающий путешествие, целью которого является посещение и поклонение святым местам.

**Паром** — судно, не являющееся круизным, совершающее международные перевозки грузов и (или) пассажиров, в том числе участвующих в групповой туристической программе, и имеющее разрешение на пассажирские перевозки (постановление Правительства РФ от 07.05.2009 № 397).

**Пассивный туризм** — наименование выездного туризма с точки зрения своего финансово-экономического воздействия, т.е. это выезд туристов в другую страну, что приводит к образованию отрицательного сальдо в балансе платежей направляющей туристов страны.

**Переменные затраты предприятия туристической индустрии** — затраты, зависящие от объема производства и реализации туристского продукта (услуг).

**Периодизация истории туризма** — выделение и рассмотрение характерных этапов развития туризма, характеризующихся особенностями содержания каждого этапа по принятым критериям.

**Подтверждение о приеме иностранного гражданина** — документ установленной формы, подписанный уполномоченным сотрудником организации, осуществляющей туроператорскую деятельность и заверенный печатью этой организации. Подтверждение о приеме необходимо для оформления туристической визы (Постановление Правительства РФ от 09.06.2003 № 335).

**Поездка (trip)** – деятельность осуществляемая лицом с момента выезда из его / ее обычного проживания, пока он / она не возвращается. Путешествия, предпринимаемые посетителями (Глоссарий UNWTO).

**Поездка туристская** — поездка путешествующего лица в основное место назначения за пределами обычной среды менее чем на один год с любой целью (деловой, развлекательной и др.), кроме трудовой деятельности на предприятиях — резидентах в посещаемом месте (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).

**Поездка туристская внутренняя** — туристская поездка, основное место назначения которой находится в пределах страны постоянного проживания путешествующего лица, предпринимающего туристскую поездку (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).

**Поездка туристская международная** (въездная и выездная) — туристская поездка, основное место назначения которой находится за пределами страны постоянного проживания путешествующего лица, предпринимающего туристскую поездку (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).

**Полномочия Правительства России в области туризма** — часть полномочий Правительства Российской Федерации в социальной сфере и включающих в себя разработку и осуществление мер по развитию туризма, а также санаторно-курортной сферы (Закон о Правительстве Российской Федерации).

**Помещение для временного размещения и проживания** — помещение, используемое для временного размещения и проживания физических лиц (квартира, комната в квартире, частный дом, коттедж (их части), гостиничный номер, комната в общежитии и другие помещения) (Налоговый кодекс РФ).

**Порог рентабельности** — критический объем выручки от реализации туристского продукта, при котором прибыль предприятия туристической индустрии равна нулю.

**Посетитель** — путешествующее лицо, предпринимающее туристскую поездку.

**Посетитель** (*visitor*) — путешественник предпринимающий поездку к главному месту назначения за пределами его / ее обычной среды, в течение менее чем за год, с любой главной целью (бизнес, досуг или другие личные цели), кроме как быть на службе у резидента в стране или месте посещения. Посетитель (внутренний, въездной или выездной) классифицируется как турист (или ночующий посетитель), если его / ее поездка включает ночевку, или как экскурсант (или однодневный посетитель) в противном случае.

**Посещение (*visit*)** — пребывание в посещаемом месте во время туристской поездки. Поездка состоит из посещений в разных местах (Глоссарий UNWTO).

**Посещение туристское** — пребывание в месте, посещаемом во время туристской поездки (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).

**Постоянные затраты** — затраты, не зависящие от объема производства и реализации туристского продукта (услуг).

**Пост-туризм (*post-tourism*), также эго-туризм (*ego-tourism*)** — вид туризма периода постмодернизма, цель которого — гедонизм, получение наслаждения и удовольствия (телесного, духовного, чувственного).

**Потребитель туристского продукта** — заказчик туристского продукта, имеющий намерение заказать или заказывающий и использующий туристский продукт исключительно для личных, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (Правила оказания услуг по реализации тур продукта).

**Потребление туристское** — помимо денежных средств, израсходованных на приобретение потребительских товаров и услуг, а также продукции, обладающей определенной ценностью индивидуального пользования или для использования в качестве подарков до и во время туристических поездок, что соответствует денежным операциям (туристские расходы), эта категория также включает услуги, связанные с проживанием во время отдыха за собственный счет, туристские социальные трансферты в натуральной форме и другие формы условно исчисленного потребления (Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год, 2.25).

**Предварительный договор о реализации туристского продукта** — договор, по которому исполнитель и потребитель обязуются заключить в будущем договор о реализации туристского продукта на условиях предварительного договора (Правила оказания услуг по реализации турпродукта, Гражданский кодекс РФ).

**Предпринимательство в туризме** — это особый вид экономической активности, которая основана на инициативе, инновационной предпринимательской идее и направлена на производство и реализацию туристских продуктов (услуг) с целью извлечения прибыли и удовлетворения потребностей туристов.

**Предприятие туриндустрии** — это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства туристских продуктов и оказания туристских услуг в целях удовлетворения туристских потребностей и получения прибыли.

**Прибыль предприятия туриндустрии** — экономическая категория, отражающая доход, созданный в сфере туризма в процессе предпринимательской деятельности, превышение доходов предприятия туриндустрии над его расходами.

**Приглашающая сторона** — федеральный орган государственной власти, дипломатическое представительство и консульское учреждение иностранного государства в Российской Федерации, международная организация и ее представительство в Российской Федерации, представительство иностранного государства при международной организации, находящейся в Российской Федерации, орган государственной власти субъекта Российской Федерации, орган местного самоуправления, юридическое лицо, гражданин Российской Федерации и постоянно проживающие в Российской Федерации иностранный гражданин и лицо без гражданства, а также иные имеющие в соответствии с федеральным законом право обращаться с ходатайством об оформлении приглашения на въезд в Российскую

**Приглашение на въезд в Российскую Федерацию** — документ, в том числе электронный документ, являющийся основанием для выдачи иностранному гражданину визы либо для въезда в Российскую Федерацию в порядке, не требующем получения визы, в случаях, предусмотренных федеральным законом или международным договором Российской Федерации (Закон о правовом положении иностранных граждан).

**Примиренческий туризм** (*reconciliation tourism*) — вид туризма, цель которого — участие в программах туризма как форме диалога культур, туризм, продвигающий ценности отношений добрососедства, мира, согласия в условиях разделенного сообщества, распада государств, получения автономии отдельными территориями, политической конфронтации.

**Пробедный туризм** (*pro-poor tourism*) — туризм в интересах бедных, т.е. туризм, доходы от которого используются для подъема уровня жизни и социально-экономического развития «бедных» сообществ.

**Программа развития туризма** — это документ, в котором прописана необходимая к исполнению совокупность мероприятий, согласованных и увязанных по срокам, исполнителям и ресурсам, направленных на достижение определенных целей в области развития туризма.

**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) (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Продукт туристский** — 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 (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Пропускная способность** — общая возможность естественной, физической и культурной окружающей среды, мест назначения к приему туристов (Гаагская декларация по туризму 1989).

**Прототуризм** (предыстория туризма) — формы путешествий, обусловленные и мотивированные культурой средневековья, античности, и более ранних периодов.

**Процесс обслуживания** — совокупность операций, выполняемых турагентом при заключении договора о реализации турпродукта или отдельных туристских услуг с туристами / экскурсантами и/или иными заказчиками (ГОСТ Р 54600—2011).

**Путевка туристская** — бланк строгой отчетности установленной формы, позволяющий осуществлять наличные денежные расчеты и (или) расчеты с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники в случае оказания туристических услуг (Закон об использовании ККМ, Приказ об утверждении формы «Турист. Путевка»).

**Путеводитель** — специальное справочное издание для туристов, содержащее описание туристских достопримечательностей, информацию об объектах туристского сервиса и другую необходимую информацию.

**Расходы туристские** (Tourism expenditure) — это суммы, уплаченные за приобретение потребительских товаров и услуг, а также ценностей, для собственного использования для и во время туристских поездок (Глоссарий UNWTO).

**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 (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Рекреационная география** — научная дисциплина, изучающая пространственно-временную организацию деятельности человека в свободное время, особенности формирования и функционирования территориальных рекреационных систем.

**Рекреация** (лат. *recreatio* — восстановление) — комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомленного человека. Понятие охватывает все виды отдыха — санаторно-курортное лечение, туризм. Восстановление эмоциональных и психологических сил, здоровья и трудоспособности путем отдыха вне жилища: на лоне природы, в туристической поездке и т.п. Специализированными предприятиями для рекреации считаются санатории, профилактории, пансионаты и другие.

**Ресурсы туристские** — 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. Классификация и оценка туристских ресурсов Российской Федерации, режим их охраны, порядок сохранения целостности туристских ресурсов Российской Федерации и меры по их восстановлению, порядок использования туристских ресурсов Российской Федерации с учетом предельно допустимых нагрузок на окружающую среду определяются в соответствии с законодательством Российской Федерации (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Риск** — в туризме: вероятность причинения вреда жизни и здоровью туристов, имуществу, окружающей среде, жизни и здоровью животных и растений с учетом тяжести этого вреда (ГОСТ Р 50644-2009).

**Риск недопустимый (неприемлемый)** — уровень риска, установленный административными или регулирующими органами как максимальный, при достижении которого необходимо принять меры по его устранению (ГОСТ Р 50644-2009).

**Риск приемлемый** — уровень риска, с которым общество готово мириться для получения определенных благ и выгод в результате своей деятельности (ГОСТ Р 50644—2009).

**Рынок труда** — это место обмена способности к труду на вознаграждение за труд (заработную плату).

**Свидетельство присвоении объекту туристской индустрии категории** — документ, подтверждающий присвоение объекту туристской индустрии категории, предусмотренной соответствующей системой классификации, оформленный аккредитованной организацией (Приказ Минспорттуризма России от 25.01.2011 № 35).

**Себестоимость туристского продукта (услуг)** — совокупность всех затрат предприятия туристской индустрии, необходимых для производства и реализации туристского продукта (услуг).

**Сеть знаний (knowledge network) UNWTO** — всемирная сеть, объединяющая инновационные институты и центры, стремящиеся к сотрудничеству в целях практического применения стандартов менеджмента знаний в туристской политике, управлении и туристских операциях.

**Синергизм в туристской системе** — это однонаправленное комбинированное действие элементов системы, при котором совокупный эффект превышает сумму действий элементов в отдельности.

**Система классификации горнолыжных трасс** — организационная структура и порядок проведения работ по оценке соответствия горнолыжных трасс минимальным обязательным требованиям по безопасности, информационному обеспечению, сложности горнолыжных трасс, доступа к соответствующему участку, предоставлению туристских услуг на горнолыжных трассах и присвоение трассам категорий (в зависимости от сложности): «зеленая», «синяя», «красная», «черная».

**Социальный туризм** (*social tourism*) — 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.

**Специализированные службы по обеспечению безопасности туристов** — силы и средства единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечивающие предупреждение бедствий и оказание помощи гражданам Российской Федерации, иностранным гражданам и лицам без гражданства, терпящим бедствие во время путешествия на территории Российской Федерации (постановление Правительства РФ от 24.01.1998 № 83).

**Спортивный туризм** (*sports tourism*) имеет целью занятия физкультурой и спортом, поддержание физической формы через участие в физических мероприятиях и специализированных классах (треккинг, скалолазание, пешие, велосипедные, конные, горнолыжные путешествия, дайвинг, яхтинг, рафтинг, серфинг и др.) под руководством инструкторов.

**Средство размещения** — помещение, используемое организациями различных организационно-правовых форм и индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения (ГОСТ Р 51185—2008).

**Страна пребывания** (*Country of reference*) — страна в которой осуществляется краткосрочное туристское посещение. В качестве общего замечания, следует отметить, что в Международных рекомендаций 2008:(а) термин «страна» может быть перенесен на другой географический уровень, используя термин «место» (для области, муниципалитета или других субнациональных географических регионов); (б) термин «долгосрочный» используется в качестве эквивалента в год или более и «краткосрочный», как менее чем за год (Глоссарий UNWTO).

**Страна проживания** (*Country of residence*) гражданина определяется в соответствии с местом преобладающего экономического интереса. Если человек проживает (или намеревается проживать) в течение более одного года в данной стране и имеет там место основного экономического интереса, то он / она рассматривается как житель (резидент) этой страны (Глоссарий UNWTO).

**Субъекты туристской системы** — это участники туристской деятельности, к которым относятся: физические лица (туристы) и их объединения; предприятия и организации, производящие и предоставляющие туристам товары и услуги; объекты, представляющие потребительную ценность для туристов; посредники, организующие поездки и предлагающие туристский продукт на рынке; некоммерческие организации, ассоциации, союзы и другие объединения, способствующие развитию сферы туризма; учреждения, занимающиеся подготовкой кадров и научными разработками; органы государственной власти, национальные, региональные учреждения, занимающиеся управлением туристской деятельности; международные неправительственные и негосударственные организации, их специализированные учреждения; местное население.

**Территориальная рекреационная система** — социальная геосистема, характеризующаяся функциональной и территориальной целостностью и представляющая собой совокупность взаимосвязанных подсистем (группа отдыхающих, культурные и природные комплексы, технические системы, обслуживающий персонал, орган управления).

**Территориальная туристская система** — разновидность туристской системы, функционирование которой обусловлено пространственными связями и отношениями составляющих.

**Трансграничный туризм** — включает приграничные территории соседних государств и функционирует по согласованным правилам с учетом геополитических факторов, оказывающих влияние на туристские потоки, и интересов каждой из сторон.

**Турагент** — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по продвижению и реализации туристского продукта (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Турагентская деятельность** — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (*турагентом*).

**Туризм** — временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства 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 (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»).

**Туризм** — путешествия, походы, спортивные или рекреационные мероприятия и другие формы отдыха, не связанные с научной деятельностью (постановление Совмина РСФСР от 15.07.1991 № 400).

**Туризм** — вид деятельности, имеющий важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившись в важную форму использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей и политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций (Гаагская декларация по туризму 1989 г.).

**Туризм** — включает все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а также сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений (Гаагская декларация по туризму 1989 г.).

**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.

**Туризм сельский** — отдых в сельской местности, где все организационное обеспечение проживания туристов (в том числе питание, досуг, обслуживание и др.) берет на себя принимающая семья (ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.)»).

**Туризм внутренний** — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Туризм въездной** — туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»).

- Туризм въездной** — деятельность посетителя-нерезидента в туристской поездке в посещаемой стране.
- Туризм выездной** — деятельность посетителя-резидента за пределами страны постоянного проживания в выездной или внутренней туристской поездке.
- Туризм выездной** — туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).
- Туризм детский** — путешествия и/ или экскурсии организованных туристских / экскурсионных групп детей в возрасте от 7 до 14 лет в сопровождении руководителя группы, по туристским маршрутам с познавательными, учебными, рекреационными, оздоровительными, физкультурно-спортивными и иными целями (ГОСТ Р 54605-2011).
- Туризм лиц «третьего» возраста (*third-age tourism*)** — туризм лиц пенсионного возраста.
- Туризм лиц «четвертого» возраста (*fourth-age tourism*)** — туризм лиц с ограниченными возможностями или инвалидов.
- Туризм международный** — систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории принимающей страны (*въездной туризм*) и предоставлением туристских услуг и туристского продукта гражданам своей страны, выезжающим за границу (*выездной туризм*).
- Туризм самостоятельный** — туризм, организуемый туристами самостоятельно.
- Турист** — путешествующее лицо, предпринимаящее туристскую поездку и совершающее по меньшей мере одну ночевку в поездке (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).
- Туроператор** — юридическое лицо, осуществляющее деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»).
- Туроператор** — юридическое лицо, осуществляющее деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.
- Туроператорская деятельность** — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (*туроператором*).

**Услуга туристская** — результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих (ГОСТ Р 50690-2000).

**Услуга экскурсионная** — туристская услуга по разработке, организации и проведению экскурсий (ГОСТ Р 54604-2011).

**Устойчивое развитие** — развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Устойчивое развитие туризма — совокупность мероприятий, направленных на извлечение населением туристических районов больших выгод из ресурсов туризма при сохранении культурной и экологической целостности этих районов и усилении защиты экологически уязвимых зон и природных заповедников (Йоханнесбургский план выполнения решений, принятый на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию 2002 г.)

**Устойчивый туризм** (*sustainable tourism*) — туризм, стимулирующий экономическое и социальное развитие, но сохраняющий природную и культурную среду дестинации.

**Фаза туристского цикла** — это периоды, которые в совокупности образуют цикл (подъема, «пика», спада, «дна»).

**Федеральная целевая программа (ФЦП) в России** — это увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение целевых задач и требующих государственной поддержки.

**Франчайзинг** (договор коммерческой концессии) — предоставление туроператором (франчайзером) турагенту (франчайзи) комплекса исключительных прав (франшизы) на использование объектов интеллектуальной собственности (фирменное наименование, товарный знак и т.п.) Для оказания услуг под маркой данного туроператора на условиях, установленных договором (ГОСТ Р 54600—2011).

**Цель туристского путешествия (основная)** (*purpose of a tourism trip (main)*) определяется как цель в отсутствие которой поездка не состоялась бы. Классификация туристских поездок в соответствии

с главной целью позволяет идентифицировать различные виды посетителей (бизнес-посетители, транзитные посетители и т.д.). См. также назначение туристской поездки (Глоссарий UNWTO).

**Эго-туризм** (*ego-tourism*) — см. Пост-туризм (*post-tourism*).

**Экологический туризм** — вид туризма, имеющий цели: 1. Доступ к отдаленному, редкому и/ или зрелищному природному окружению; 2. Наблюдение за дикой природой, а зачастую и участие в экологических проектах и программах сохранения и возрождения уникального природного окружения.

**Экологический туризм** — любые виды туризма и рекреации в природе, которые не наносят ущерба природным комплексам, содействуют охране природы и улучшению благосостояния местного населения.

**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 (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»).

**Экскурсант** — путешествующее лицо, не ночующее в поездке (Международные рекомендации по статистике туризма 2008).

**Экскурсант** (*excursionist (or same-day visitor)*) — посетитель (внутренний, въездной или выездной), если его / ее поездки не включает ночевку. Посетитель одного дня (Глоссарий UNWTO).

**Экстренная помощь** — действия по организации эвакуации туриста из страны временного пребывания (в том числе оплата услуг по перевозке и (или) размещению), осуществляемые объединением туроператоров в сфере выездного туризма в соответствии с законодательством. Экстренная помощь включает в себя: а) перевозку туриста в место окончания путешествия оптимальным маршрутом с наименьшими временными затратами по усмотрению объединения туроператоров (авиатранспортом, железнодорожным транспортом, автомобильным транспортом, водным транспортом (далее — перевозка) б) обеспечение размещения (временного проживания) туриста в гостинице или ином средстве размещения на срок до начала осуществления перевозки к месту окончания путешествия — если период вынужденного ожидания перевозки составляет более 12 часов; в) доставку туриста от места расположения гостиницы или иного средства размещения в стране временного пребывания до пункта начала осуществления

перевозки к месту окончания путешествия (трансфер); г) организацию питания туриста с учетом установленных законодательством Российской Федерации физиологических норм питания человека; д) обеспечение неотложной медицинской и правовой помощи.

**Электронный туризм** (*e-tourism*) — электронная дистрибуция туров, и электронные экскурсии, также называемые виртуальными. Разновидностью электронного туризма является мобильный туризм (*m-tourism*).

# Приложения

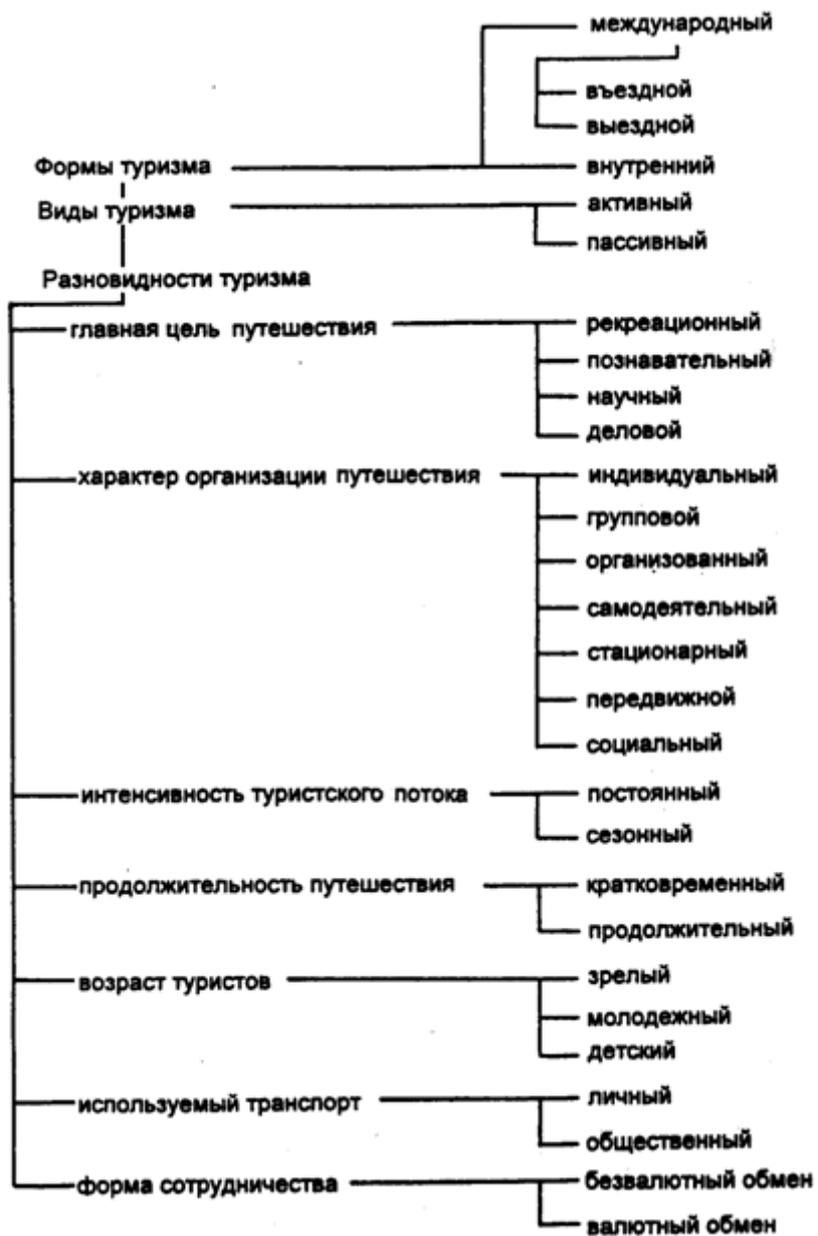


Рис.1 Формы и виды туризма

## Перечень туристских фирм города Пензы

<p><b>ул. Володарского</b></p> <p>1. Радуга-Тур</p> <p>2. Джет-Вингс</p> <p>3. Жираф</p> <p>4. Бюро путешествий и экскурсий «Отдыхай»</p> <p>5. География</p> <p>6. Парадиз</p> <p>7. Одиссея</p> <p><b>ул. Московская</b></p> <p>8. Центр туристского сервиса «Insertum»</p> <p>9. Атлантик тур</p> <p>10. Гуси-лебеди</p> <p>11. Гранд Тур Вояж</p> <p>12. Амазонка</p> <p>13. Макси-Тур</p> <p>14. 1001 тур</p> <p>15. Планета тур</p> <p>16. Велл</p> <p>17. You-Тур</p> <p>18. Просто-тур</p> <p>19. Дилижанс Тур</p> <p>20. Музенидис Трэвел</p> <p>21. Жемчужный остров</p>	<p><b>ул. Кирова</b></p> <p>61. Альбатрос-Тур</p> <p>62. Academ Travel</p> <p>63. Беркут</p> <p>64. Zefir-tour</p> <p>65. Деполь Трэвел</p> <p>66. Марс тур</p> <p>67. ИностранецЪ</p> <p>68. Eva Grand Travel</p> <p>69. Persona Tour</p> <p><b>ул. Новоказанская</b></p> <p>70. ВиКоС</p> <p><b>ул. К. Маркса</b></p> <p>71. Пензапрофкурорт</p> <p>72. Пилигрим</p> <p>73. BEL MONDO</p> <p><b>ул. Максима Горького</b></p> <p>74. Мир на ладони</p> <p>75. Орбита тур</p> <p>76. Восточный экспресс</p> <p>77. Курорт club</p> <p>78. Эдельвейс Тур</p> <p>79. Fiesta Tour</p> <p><b>ул. Суворова</b></p> <p>80. Тритон</p>
--	---

путешествий	81. Алладин
22. Роза ветров	82. Joy Travel
23. Интурист	83. Дискавери
24. Колибри	84. Дельфин
25. Дилер-Трэвел	85. Магазин горящих путевок
26. Тревел-Сити	86. Сезон солнца
27. Руссо-Туристо	87. Магеллан
28. Караван-Тур	88. Флорида тур
29. Каникулы	89. Панама
30. Альфа-тур	<b>ул. Плеханова</b>
31. Свежий ветер	90. Блю-Скай
32. Трэвел тур	91. Бриз
33. Вояж Аквапарк	<b>ул. Одесская</b>
34. Тур-Сервис	92. Вокруг света
35. Семь морей	<b>ул. Ново-Казанская</b>
<b>ул. Славы</b>	93. Круиз-тур
36. Светлана Тур	<b>ул. Богданова</b>
37. Турист	94. Гео-тур
38. Лариса	<b>ул. Бакунина</b>
39. Глобус	95. PNZ tour
40. Колумб	96. Алладин
<b>ул. Чкалова</b>	97. Чемодан
41. Альбатрос	98. Весь мир
<b>ул. Пушкина</b>	99. Сурский паломник
42. Магазин путешествий	100. Лагуна Тур
43. GM-тур	101. Благовест

44. Лана тур	<b>ул. Терновского</b>
45. Фламинго Тур	102. Ананас
46. Глобал Трэвел	<b>ул. Антонова</b>
47. Круиз	103. Сура-Тур
<b>ул. Кулакова</b>	<b>ул. Строгина</b>
48. Дрим тур	104. Алько-Тур
49. Chili Travel	<b>ул. Баумана</b>
50. Круиз	105. Пилот
<b>пр. Победы</b>	<b>ул. Одесская</b>
51. Мадагаскар	106. Вокруг света
52. Sim Tour	<b>ул. Рябова</b>
<b>ул. Куйбышева</b>	107. Аквамарин тур
53. Курорты Абхазии	<b>ул. Кураева</b>
<b>ул. Коммунистическая</b>	108. Элком-Вояж
54. Горячие туры	<b>пр. Строителей</b>
55. Мир путешествий	109. Альтаир
56. Меридиан	110. Шанхай
<b>Проезд Демакова</b>	<b>г. Заречный</b>
57. Взгляд	111. Круиз
<b>ул. Окружная</b>	112. Галерея туров
58. Глобал-Тур	<b>пос. Золотаревка</b>
<b>ул. Средняя</b>	113. Лукоморье
59. Профи-тур	
<b>ул. Собинова</b>	
60. Пять звезд	

## ЛИТЕРАТУРА

1. UNWTO (Всемирная туристская организация) [Электронный ресурс]: United Nations World Tourism Organization. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org>
2. Гаагская декларация межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 1989) [Электронный ресурс]: PPT.RU – Режим доступа: <https://ppt.ru/newstext.phtml?id=26705/>
3. Организация туристской индустрии : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г.В. Петрова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 320 с.
4. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник [Электронный ресурс]. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
5. Балюк Н.А. Социально-культурный сервис и туризм: Введение в специальность: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 204 с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2003.
7. Волошин Н.И. Правовое регулирование в туризме. Нормативно-правовые акты. – М.: Советский спорт, 2004.
8. Дурович А.П. Организация туризма: учебное пособие. – Мн.: Новое знание, 2008. – 640 с.
9. Туризм как вид деятельности: учебное пособие [Электронный ресурс] // Все о туризме. Туристическая библиотека. – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/zorin.htm](http://tourlib.net/books_tourism/zorin.htm)
10. Квартальнов В.А. Туризм: учебник для вузов. – М.: ФиС, 2006. – 336 с.
11. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
12. Основы туризма: учебник / под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
13. Родионова Д. Д. Введение в профессию: учебное пособие. – Кемерово: КемГИК, 2019. – 148 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/156984>
14. Туризм. Введение в туризм: учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 396 с. – ISBN 978-5-9596-0862-0. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/6112>

*Учебное издание*

**Савкин Илья Юрьевич**

## **ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**

Учебное пособие

Компьютерная верстка – И.Ю. Савкин  
Корректор – Л.Н. Каменская

Дата подписания к использованию 10.11.2023 Уч. изд. л. 5,46  
№ 29 в реестре электронных ресурсов ПГАУ  
Объем издания 887 КБ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пензенский государственный аграрный университет» 440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30, [www.pgau.ru](http://www.pgau.ru)