

Квартальное В. А.

Теория и практика туризма - Учебник. - М.: Финансы и Статистика, 2003.- 672с.

ISBN 5-279-02685-9 КЗ

Содержит комплексное изложение ряда базовых туристских дисциплин. Туризм рассматривается как объект научного исследования, а туристика как комплексная наука о туризме. Раскрываются понятия, проблемы и тенденции развития научного, культурного, спортивного и экологического туризма; организация деятельности в сфере туристской индустрии; аспекты стратегического управления турфирмами. Рассмотрены способы и методы ситуационного анализа, необходимого для исследования деятельности туристских компаний.

Для студентов, аспирантов, преподавателей и практических работников.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
Введение	11
Раздел 1. ТУРИЗМ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	
Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ТУРИСТИКУ	19
1.1. Концепции развития российского туризма	19
1.2. Характеристика ключевых понятий туристики	24
1.2.1. Гносеологическая модель туризма	24
1.2.2. Туризм.....	26
1.2.3. Турист	28
1.2.4. Туроператор	31
1.2.5. Индустрия туризма	34
1.2.6. Туристский оборот	36
1.2.7. Туристские потребности и туристские мотивации .	37
1.2.8. Туристские услуги	41
1.2.9. Туристский продукт	46
1.2.10. Туристский рынок	53
1.2.11. Туристский спрос	55
Глава 2. СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА	59
2.1. Туризм как многогранное явление современного мира	60
2.1.1. Туризм как сектор экономики	60
2.1.2. Туризм как экономическая деятельность	64
2.1.3. Туризм как рынок	70
2.1.4. Туризм как общественное движение	73
2.2. Глобализация и туризм	75
Глава 3. НАУЧНЫЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ	78
3.1. Понятия и проблематика	78
3.2. Тенденции развития	80
3.3. Научные экспедиции как сфера туризма	83
3.3.1. Количественные и маршрутные перемены	83

3.3.2. Научный туризм - новый феномен XXI века	86
--	----

Глава 4. СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В РОССИИ

	89
--	-----------

4.1. Спортивно-оздоровительный туризм

	90
--	-----------

4.1.1. Спортивно-оздоровительный туризм как общественное явление

	91
--	----

4.1.2. Стратегия совершенствования правовой и нормативной базы развития спортивно-оздоровительного туризма

	95
--	----

4.1.3. Экономическое обоснование развития спортивно-оздоровительного туризма

	99
--	----

4.2. Экологический туризм

	106
--	------------

4.2.1. Характеристика экологического туризма, его цели и задачи

	107
--	-----

4.2.2. Организация и перспективы развития эколого-туристской деятельности

	110
--	-----

Глава 5. ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

	113
--	------------

5.1. Механизмы государственного регулирования социальных процессов

	115
--	------------

5.2. Терминология. Базовый стандарт доступности социального тура

	117
--	------------

5.3. Экономические механизмы перераспределения внебюджетных средств

	119
--	------------

5.4. Законопроект «О социальном туризме»

	120
--	------------

Раздел 2. ТУРИЗМ КАК СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Глава 6. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ

	125
--	------------

6.1. Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности

	126
--	------------

6.1.1. Путешествие и туризм

	128
--	-----

6.1.2. Потребители туристского продукта

	133
--	-----

6.1.3. Основные понятия туризма по российскому законодательству	137
6.2. Виды туристских организаций	139
6.2.1. Всемирные международные организации	139
6.2.2. Международные региональные организации	144
6.2.3. Национальные организации	146
6.3. Основные сегменты индустрии туризма в России	154
6.3.1. Материально-техническая база туризма	154
6.3.2. Индустрия транспорта	156
6.3.3. Туроператорская и турагентская деятельность	166
6.3.4. Индустрия гостиничного дела, питания и развлечений	170
6.3.5. Современное состояние международной туристской деятельности	176
6.3.6. Влияние индустрии туризма на экономику страны	182
Глава 7. МОТИВАЦИЯ ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ	187
7.1. Мотивационные аспекты в туризме	187
7.1.1. Систематизация туристских мотиваций	189
7.1.2. Этапы принятия решения о покупке туристского продукта	194
7.1.3. Основные факторы туристской мотивации	196
7.1.4. Барьеры к путешествию	202
7.2. Культура как фактор туристской мотивации	204
7.2.1. Культурный, или познавательный, туризм	204
7.2.2. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса.....	207
7.2.3. Охрана и использование культурно - исторического и природного наследия в туризме	213
7.3. Социопсихологические аспекты туризма	216
7.3.1. Влияние туризма на жизнь общества	216
7.3.2. Типология туристов	218
7.3.3. Внешние факторы, определяющие туристскую активность	221
7.3.4. Место туристского назначения и его роль в мотивации туристского путешествия	223

Глава 8. ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА. ТУРИСТСКИЙ РЫНОК..... 229

8.1. Экономические основы туристской деятельности	229
8.1.1. Сущность и экономическое содержание туризма ...	229
8.1.2. Экономические и финансовые показатели	232
8.1.3. Прямое и косвенное влияние развития туризма на экономику региона	234
8.1.4. Положительные и отрицательные аспекты туристской деятельности	240
8.2. Туристский рынок	243
8.2.1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	243
8.2.2. Туристский спрос и туристское предложение	247
8.2.3. Экономические закономерности туристского рынка.....	252
8.2.4. Цена и ценообразование	266
8.2.5. Организация финансовых отношений	270
8.3. Международная торговля услугами	275
8.3.1. Торговля услугами и ее место в международных экономических отношениях	275
8.3.2. Специфика рынка услуг и его регулирование на международном уровне	281
8.3.3. Общие правила ГАТС в контексте присоединения России.....	285
8.3.4. Преимущества вступления России в ГАТС ВТО	288

Глава 9. ЭВОЛЮЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ МИРОВОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА.....291.

9.1. Оценка потенциала роста мирового рынка туризма	291
9.1.1. Эволюция рыночных технологий	292
9.1.2. Окружающая среда и ее влияние на развитие туристского рынка	294
9.1.3. Перспективы развития видов туристской деятельности	295
9.1.4. Поставщики услуг в туризме: тенденции и прогнозы	296
9.2. Перспективы развития мирового туристского рынка ..	298
9.2.1. Прогнозы развития международного туризма	298
9.2.2. Влияние социодемографических изменений на развитие мирового рынка туризма	304
9.2.3. Материальное благосостояние и отдых	306
9.2.4. Вклад туризма в сохранение мира	307

Глава 10. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ	309
10.1. Сущность и особенности маркетинга в туризме	310
10.1.1. Специфика и комплексный характер туристского маркетинга	310
10.1.2. Виды и цели маркетинговых исследований	315
10.1.3. Этапы проведения маркетинга	317
10.1.4. Источники информации	319
10.1.5. Методы сбора информации	322
10.2. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг	328
10.2.1. Основные факторы, влияющие на туристский спрос	328
10.2.2. Особенности психологии поведения потребителей туристских услуг	336
10.2.3. Сегментация туристского рынка	339
10.2.4. Определение целевых рынков	344
10.3. Элементы маркетинговой стратегии туристских предприятий России	346
10.3.1. Маркетинговый комплекс	346
10.3.2. Планирование и разработка туристского продукта	347
10.3.3. Стратегии установления цены на туристский продукт	350
10.3.4. Каналы распространения	355
10.3.5. Методы стимулирования спроса	359
Глава 11. ЗАЩИТА ПРАВ И ИНТЕРЕСОВ ТУРИСТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	369
11.1. Российское законодательство в области защиты прав и интересов туристов	369
11.2. Анализ жалоб потребителей в туризме	373
11.3. Претензии туристов и разрешение конфликтов	377
11.4. Особенности страхования в туризме	379
Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ	
Глава 12. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ	383
12.1 Задача управления.....	383

12.2. Интеграция предпринимательских структур	386
12.3. Способы решения организационных проблем	388
12.4. управленческие функции топ - менеджмента	392
Глава 13. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ	397
13.1. Организационный механизм взаимодействия и сотрудничества в управлении процессами	397
13.2. управленческие полномочия	399
13.3. Организационное понятие «офис»	403
13.4. Реорганизация как фактор стратегии роста	405
13.5. Структурные модели туристских корпораций	412
Глава 14. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ТУРИЗМА	419
14.1. Планирование прибыли компании	419
14.2. Источники прибыли в туризме	427
14.3. Факторы роста прибыли	432
Глава 15. ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ	437
15.1. Основные факторы развития современного туристского рынка	437
15.2. Проблемы управления деловой карьерой	449
15.3. Мотивация деятельности менеджера	459
15.4. Современная концепция управления кадрами	467
Глава 16. УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА	475
16.1. Современная концепция управления жизненным циклом продукта	475
16 2. Проблемы эффективного планирования туристского продукта	482

16.3. Маркетинговое планирование рынка туристских товаров	489
16.4. Формирование каналов сбыта туристских услуг	494
16.5. Эффективность распределения туристского продукта	502

**Глава 17. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ..... 509**

17.1. Влияние технологических нововведений на эффективность туристского бизнеса	509
17.2. Стратегии развития бизнеса на базе новых технологий.....	517
17.3. Исследования и разработки в развитии мирового туристского бизнеса	522
17.4. Проблемы и перспективы управления проектами	529

**Раздел 4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРАКТИКУМ**

Часть 1. СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Введение	551
Ситуация 1.1. «Аэрофлот - Российские международные авиалинии».....	566
Ситуация 1.2. Испанское направление в деятельности туроператора «Натали Туре»	579

Часть 2. АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ

Введение	585
Ситуация 2.1. Исследование диверсификации туристской деятельности в России (1997-1999 гг.)	591

Ситуация 2.2. Организационно-экономические условия создания туркомплекса на территории базы отдыха 1 «Парус» (г. Сочи)	594
--	-----

Приложение 1 к ситуации 2.2.

Лечебные и оздоровительные учреждения города-курорта

Сочи	599
------------	-----

Приложение 2 к ситуации 2.2

Примеры вариантов туров

в г. Сочи	606
-----------------	-----

Приложение 3 к ситуации 2.2. Варианты туров в Соединенные Штаты

Америки	626
---------------	-----

Ситуация 2.3. Анализ деятельности акционерного общества

«ЦСТЭ-Интур - Центральный совет по туризму»

за 1998 г.....	631
----------------	-----

Приложение к ситуации

2.3. Показатели финансовой деятельности АО «ЦСТЭ-Интур - центральный совет по туризму»	637
---	------------

Часть 3. АНАЛИЗ МОТИВАЦИЙ ПЕРСОНАЛА

В ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ КОМПАНИЙ 640

Введение	640
-----------------------	------------

Ситуация 3.1. Компания «Пиплс Траст»	643
--	-----

Ситуация 3.2. Компания «Парижн Инкорпорейшн»	646
--	-----

Ситуация 3.3. ЗАО «Спутник»	651
-----------------------------------	-----

Заключение.....	657
------------------------	------------

Литература	660
-------------------------	------------