

**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

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Предисловие</b> .....  | <b>5</b>  |
| <b>Введение</b> .....   | <b>11</b> |
| <br>  |           |
| <b>Раздел 1. ТУРИЗМ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ</b>             |           |
| <br>  |           |
| <b>Глава 1. ВВЕДЕНИЕ В ТУРИСТИКУ</b> .....                          | <b>19</b> |
| <b>1.1. Концепции развития российского туризма</b> .....            | <b>19</b> |
| <b>1.2. Характеристика ключевых понятий туристики</b> .....         | <b>24</b> |
| 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        |
| <br>  |           |
| <b>Глава 2. СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА</b> .....               | <b>59</b> |
| <b>2.1. Туризм как многогранное явление современного мира</b> ..... | <b>60</b> |
| 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        |
| <b>2.2. Глобализация и туризм</b> .....                             | <b>75</b> |
| <br>  |           |
| <b>Глава 3. НАУЧНЫЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ</b> .....                   | <b>78</b> |
| <b>3.1. Понятия и проблематика</b> .....                            | <b>78</b> |
| <b>3.2. Тенденции развития</b> .....                                | <b>80</b> |
| <b>3.3. Научные экспедиции как сфера туризма</b> .....              | <b>83</b> |
| 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        |
| <b>6.2. Виды туристских организаций .....</b>  | <b>139</b> |
| 6.2.1. Всемирные международные организации .....   | 139        |
| 6.2.2. Международные региональные организации .....  | 144        |
| 6.2.3. Национальные организации .....  | 146        |
| <b>6.3. Основные сегменты индустрии туризма в России .....</b>                                   | <b>154</b> |
| 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<br>развлечений .....                               | 170        |
| 6.3.5. Современное состояние международной туристской<br>деятельности .....                      | 176        |
| 6.3.6. Влияние индустрии туризма на экономику страны .....                                       | 182        |
| <b>Глава 7. МОТИВАЦИЯ ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ .....</b>  | <b>187</b> |
| <b>7.1. Мотивационные аспекты в туризме .....</b>  | <b>187</b> |
| 7.1.1. Систематизация туристских мотиваций .....   | 189        |
| 7.1.2. Этапы принятия решения о покупке туристского<br>продукта .....                            | 194        |
| 7.1.3. Основные факторы туристской мотивации .....   | 196        |
| 7.1.4. Барьеры к путешествию .....   | 202        |
| <b>7.2. Культура как фактор туристской мотивации .....</b>                                       | <b>204</b> |
| 7.2.1. Культурный, или познавательный, туризм .....  | 204        |
| 7.2.2. Роль элементов культуры в формировании<br>туристского интереса.....                       | 207        |
| 7.2.3. Охрана и использование культурно - исторического<br>и природного наследия в туризме ..... | 213        |
| <b>7.3. Социопсихологические аспекты туризма .....</b>   | <b>216</b> |
| 7.3.1. Влияние туризма на жизнь общества .....   | 216        |
| 7.3.2. Типология туристов .....  | 218        |
| 7.3.3. Внешние факторы, определяющие туристскую<br>активность .....                              | 221        |
| 7.3.4. Место туристского назначения и его роль<br>в мотивации туристского путешествия .....      | 223        |

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

|   |            |
|---|------------|
| <b>8.1. Экономические основы туристской деятельности .....</b>                        | <b>229</b> |
| 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<br>на экономику региона .....      | 234        |
| 8.1.4. Положительные и отрицательные аспекты<br>туристской деятельности .....         | 240        |
| <b>8.2. Туристский рынок .....</b>  | <b>243</b> |
| 8.2.1. Туристский рынок как сфера проявления экономических<br>отношений .....         | 243        |
| 8.2.2. Туристский спрос и туристское предложение .....                                | 247        |
| 8.2.3. Экономические закономерности туристского<br>рынка.....                         | 252        |
| 8.2.4. Цена и ценообразование .....   | 266        |
| 8.2.5. Организация финансовых отношений .....   | 270        |
| <b>8.3. Международная торговля услугами .....</b>                                     | <b>275</b> |
| 8.3.1. Торговля услугами и ее место в международных<br>экономических отношениях ..... | 275        |
| 8.3.2. Специфика рынка услуг и его регулирование на<br>международном уровне .....     | 281        |
| 8.3.3. Общие правила ГАТС в контексте присоединения<br>России.....                    | 285        |
| 8.3.4. Преимущества вступления России в ГАТС ВТО .....                                | 288        |

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

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

|   |            |
|---|------------|
| <b>Глава 10. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ .....</b>  | <b>309</b> |
| <b>10.1. Сущность и особенности маркетинга в туризме .....</b>                            | <b>310</b> |
| 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        |
| <b>10.2. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг .....</b>                          | <b>328</b> |
| 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        |
| <b>10.3. Элементы маркетинговой стратегии туристских предприятий России .....</b>         | <b>346</b> |
| 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        |
| <b>Глава 11. ЗАЩИТА ПРАВ И ИНТЕРЕСОВ ТУРИСТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....</b>            | <b>369</b> |
| <b>11.1. Российское законодательство в области защиты прав и интересов туристов .....</b> | <b>369</b> |
| <b>11.2. Анализ жалоб потребителей в туризме .....</b>                                    | <b>373</b> |
| <b>11.3. Претензии туристов и разрешение конфликтов .....</b>                             | <b>377</b> |
| <b>11.4. Особенности страхования в туризме .....</b>                                      | <b>379</b> |
| <b>Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ</b>                                      |            |
| <b>Глава 12. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ .....</b>                         | <b>383</b> |
| <b>12.1 Задача управления.....</b>  | <b>383</b> |

|   |            |
|---|------------|
| 12.2. Интеграция предпринимательских структур .....   | 386        |
| 12.3. Способы решения организационных проблем .....   | 388        |
| 12.4. управленческие функции топ - менеджмента .....  | 392        |
| <b>Глава 13. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ<br/>ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ .....</b>                     | <b>397</b> |
| 13.1. Организационный механизм взаимодействия<br>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        |
| <b>Глава 14. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ<br/>ТУРИЗМА .....</b>                                | <b>419</b> |
| 14.1. Планирование прибыли компании .....   | 419        |
| 14.2. Источники прибыли в туризме .....   | 427        |
| 14.3. Факторы роста прибыли .....   | 432        |
| <b>Глава 15. ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ДЕЛОВОГО<br/>АДМИНИСТРИРОВАНИЯ .....</b>                          | <b>437</b> |
| 15.1. Основные факторы развития современного туристского<br>рынка .....                         | 437        |
| 15.2. Проблемы управления деловой карьерой .....  | 449        |
| 15.3. Мотивация деятельности менеджера .....  | 459        |
| 15.4. Современная концепция управления кадрами .....  | 467        |
| <b>Глава 16. УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ<br/>ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА .....</b>                     | <b>475</b> |
| 16.1. Современная концепция управления жизненным<br>циклом продукта .....                       | 475        |
| 16.2. Проблемы эффективного планирования туристского<br>продукта .....                          | 482        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>16.3. Маркетинговое планирование рынка туристских товаров .....</b> | <b>489</b> |
| <b>16.4. Формирование каналов сбыта туристских услуг .....</b>         | <b>494</b> |
| <b>16.5. Эффективность распределения туристского продукта .....</b>    | <b>502</b> |

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

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

**Раздел 4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:  
ПРАКТИКУМ**

**Часть 1. СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ .....**

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

**Часть 2. АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ .....**

|   |            |
|---|------------|
| <b>Введение .....</b>   | <b>585</b> |
| <b>Ситуация 2.1. Исследование диверсификации туристской деятельности в России (1997-1999 гг.) .....</b> | <b>591</b> |



|  |     |
|--|-----|
| 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*

|   |            |
|---|------------|
| <b>2.3. Показатели финансовой деятельности АО «ЦСТЭ-Интур - центральный совет по туризму» .....</b> | <b>637</b> |
|---|------------|

**Часть 3. АНАЛИЗ МОТИВАЦИЙ ПЕРСОНАЛА**

**В ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЙ КОМПАНИЙ .... 640**

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| <b>Введение .....</b> | <b>640</b> |
|-----------------------|------------|

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

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

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

|                        |            |
|------------------------|------------|
| <b>Заключение.....</b> | <b>657</b> |
|------------------------|------------|

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>Литература .....</b> | <b>660</b> |
|-------------------------|------------|