

Ю.А. Матюхина

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА

Учебное пособие

2-е издание, стереотипное

*Рекомендовано Редакционно-издательским Советом
Российской академии образования к использованию
в качестве учебного пособия*

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2013

УДК 796.5(075.8)
ББК 75.81я73
М35

Главный редактор
д-р псих. н., проф., акад. РАО *Д.И. Фельдштейн*

Зам. главного редактора
д-р псих. н., проф., акад. РАО *С.К. Бондырева*

Члены редакционной коллегии:
д-р псих. н., проф., акад. РАО *Ш.А. Амонашвили*; д-р пед. н., член-корр. РАО
В.А. Болотов; д-р псих. н., проф., акад. РАО *А.А. Деркач*; д-р псих. н., проф.,
акад. РАО *А.И. Донцов*; д-р псих. н., проф., акад. РАО *И.В. Дубровина*; д-р псих. н.,
проф. *В.П. Зинченко*; д-р филол. н., проф., акад. РАО *В.Г. Костомаров*; д-р пед. н.,
проф., акад. РАО *Н.Н. Малофеев*; д-р физ.-мат. н., проф., акад. РАО *В.Л. Матросов*;
д-р пед. н., проф., акад. РАО *Н.Д. Никандров*; д-р псих. н., проф., акад. РАО *В.В. Рубцов*;
д-р пед. н., проф., акад. РАО *М.В. Рыжаков*; д-р ист. н., проф. *Э.В. Сайко*

Матюхина Ю.А.

М35 Индустрия туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие /
Ю.А. Матюхина. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2013. —
312 с.

ISBN 978-5-9765-1122-4

Учебное пособие содержит современный материал по организации и развитию туристской деятельности. Рассматриваются проблемы профессионального обеспечения работы турагентов и туроператоров, разработки и выбора туристических программ. Особое место в издании уделено основам географии туризма и индустрии гостеприимства. Анализируются этика и психология делового общения, основы международного этикета. В пособии представлены как традиционные, так и новые виды туризма, приводятся инновационные туристические разработки. В приложениях приведены: словарь туристических терминов и формы составления туристских договоров.

Для учащихся высших профильных учебных заведений по специальностям «Менеджер по туризму», «Туроператор», для работников сферы туризма.

УДК 796.5(075.8)
ББК 75.81я73

ISBN 978-5-9765-1122-4

© Матюхина Ю.А., 2013
© Издательство «ФЛИНТА», 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	7
Глава 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	9
§ 1. Из истории туризма	9
1.1. Античные государства	9
1.2. Средневековье	10
1.3. Новое и новейшее время	11
1.4. XX столетие	14
§ 2. Организация современной туристской деятельности	17
2.1. Понятие «туризм» и структура туристской сферы	17
2.2. Туристские документы	21
2.3. Особенности туристской деятельности	26
2.4. Виды туризма	30
§ 3. Экономика отрасли	34
3.1. Турпродукт и туристский рынок	34
3.2. Сертификация и стандартизация	43
3.3. Конкуренция	44
§ 4. Участники туристского процесса	48
4.1. Туроператоры и турагенты	48
4.2. Дополнительные организации и объединения в сфере туризма	55
4.3. Туристы как клиенты турфирм	59
Глава 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	63
§ 1. Маркетинг в туризме	63
1.1. Понятие «туристский маркетинг»	63
1.2. Практический маркетинг	67
§ 2. Реклама в туризме	68
2.1. Средства и виды рекламы	68
2.2. Бизнес-реклама	72

§ 3. Разработка и выбор туристических программ	74
3.1. Основные этапы разработки региональной программы по туризму	74
3.2. Составление бизнес-плана туристского проекта	81
§ 4. Экскурсионная деятельность	82
4.1. Виды и формы экскурсий	82
4.2. Этапы экскурсии	86
Глава 3. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА	90
§ 1. Возникновение и развитие гостиничного хозяйства	90
1.1. Становление гостиничной отрасли	90
1.2. Виды гостиниц	92
§ 2. Современный гостиничный сервис	94
2.1. Услуга размещения	94
2.2. Лучшие гостиницы России	99
§ 3. Зарубежный опыт	104
3.1. Предприятия размещения	104
3.2. Предприятия питания	106
3.3. Транспортные предприятия	107
3.4. Особенности индустрии гостеприимства в разных странах мира	109
Глава 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА	126
§ 1. Основы страноведения	126
1.1. Туристский потенциал	126
1.2. Общие сведения о странах	129
§ 2. Туристское регионоведение	140
2.1. Туристский потенциал российских федеральных округов	140
2.2. Курортное дело в России	145
2.3. Туристские возможности российской провинции	154
2.4. Отдаленные и малоизвестные туристские памятники	157
§ 3. Памятники истории и культуры как объекты туризма	160
3.1. Классификация памятников культурного наследия	160

3.2. Национальные парки	164
3.3. Музеи и памятники как объекты туризма	167
§ 4. Заповедники и памятники природы как объекты туризма	174
Глава 5. ФОРМЫ ПУТЕШЕСТВИЙ В ТУРИЗМЕ	185
§ 1. Образовательные туры	185
§ 2. Познавательные туры	187
§ 3. Деловые туры	188
§ 4. Религиозные туры	191
§ 5. Экологические туры	196
§ 6. Элитные туры	202
§ 7. Хобби-туры	207
§ 8. Шоп-туры	210
Глава 6. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ	214
§ 1. Семейный туризм	214
§ 2. Детский туризм	217
§ 3. Археологический туризм	221
§ 4. Спортивный туризм	225
§ 5. Приключенческий туризм	234
§ 6. Сельский туризм	237
§ 7. Событийный туризм	240
§ 8. Этнический туризм	244
Глава 7. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ В ТУРИЗМЕ	248
§ 1. Внедрение новых форм путешествий и экскурсий	248
1.1. Цели и сущность инноваций в туризме	248
1.2. Качественно новые направления в туризме	250
§ 2. Новейшие информационные технологии в туризме и сервисе	253
2.1. Создание веб-сайта туристской фирмы	253
2.2. Автоматизированная информационная система	255
2.3. Клиентские операции по компьютеру	258

Глава 8. ОСОБЕННОСТИ ЭТИКЕТА И ПСИХОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ	263
§ 1. Офисная деятельность	263
1.1. Оформление офиса и телефонные переговоры	263
1.2. Имидж сотрудника фирмы	266
1.3. Продажа туров	269
§ 2. Этические нормы	270
2.1. Корпоративная этика	270
2.2. Психологические типы клиентов и сотрудников	272
§ 3. Международный этикет	277
3.1. Общие положения	277
3.2. Восток и Запад	280
§ 4. Культура речи	283
<i>Приложение 1.</i> Словарь терминов	288
<i>Приложение 2.</i> Заявка на тур	290
<i>Приложение 3.</i> Договор купли-продажи (договор-тур)	291
<i>Приложение 4.</i> Государственные заповедники РФ	295
<i>Приложение 5.</i> Национальные парки РФ	302
<i>Приложение 6.</i> Крупнейшие заповедники мира	304
<i>Приложение 7.</i> Памятники природы и культуры РФ под охраной ЮНЕСКО	308
ЛИТЕРАТУРА	309

Предисловие

Индустрия туризма — это сложная и многогранная область современного хозяйства и сервиса. ООН определила туризм как «активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижениями за пределами постоянного места жительства».

Сфера туризма, как и любая другая часть народного хозяйства, изменяется вместе с развитием цивилизации, вбирает в себя все новшества современной жизни. В 1998 г. Всемирная туристская организация сообщила, что туризм вышел на первое место в мировом экспорте товаров и услуг.

Развиваясь по нескольким важнейшим направлениям, туризм ежегодно охватывает миллионы людей на планете, отправляющихся в близкие и далекие путешествия. В 2010 г., по уже имеющимся статистическим данным, число туристов достигло 1 млрд человек.

Туризм как важнейшая часть мирового рекреационного пространства требует к себе постоянного внимания и профессионального отношения. С каждым годом в туризме появляются все новые и новые направления, причем происходит это одновременно с развитием и перестройкой старых направлений и видов. В 2000-х годах особо быстрыми темпами развивался деловой, конгрессный и культурно-познавательный туризм. Стремительное развитие крупнейшей индустрии гостеприимства требует помимо значительных капиталовложений повышения уровня профессионализма занятых в этой индустрии сотрудников.

В настоящее время от работника сферы туризма требуется не только знание особенностей профессии менеджера по туризму, но и компьютерная грамотность, навыки международного этикета, культура речи, знание основ менеджмента, рекламного бизнеса, экономики отрасли. Другими словами, профессионал в сфере туризма должен быть человеком образованным, воспитанным, деликатным, находчивым, владеть двумя-тремя иностранными языками.

Туристский потенциал России огромен, природные и исторические богатства используются в туристской отрасли едва ли на 20%, так что за нашей страной будущее, управляемое образованными людьми.