

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
<b>Глава 1. ОРГАНИЗАЦИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА .....</b>	<b>9</b>
§ 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
<b>Глава 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА .....</b>	<b>63</b>
§ 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
<b>Глава 3. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА .....</b>	<b>90</b>
§ 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
<b>Глава 4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА .....</b>	<b>126</b>
§ 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
<b>Глава 5. ФОРМЫ ПУТЕШЕСТВИЙ В ТУРИЗМЕ .....</b>	<b>185</b>
§ 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
<b>Глава 6. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ .....</b>	<b>214</b>
§ 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
<b>Глава 7. ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ В ТУРИЗМЕ .....</b>	<b>248</b>
§ 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

<b>Глава 8. ОСОБЕННОСТИ ЭТИКЕТА И ПСИХОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ</b>	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. Словарь терминов</i>	288
<i>Приложение 2. Заявка на тур</i>	290
<i>Приложение 3. Договор купли-продажи (договор-тур)</i>	291
<i>Приложение 4. Государственные заповедники РФ</i>	295
<i>Приложение 5. Национальные парки РФ</i>	302
<i>Приложение 6. Крупнейшие заповедники мира</i>	304
<i>Приложение 7. Памятники природы и культуры РФ под охраной ЮНЕСКО</i>	308
<b>ЛИТЕРАТУРА</b>	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.