**Киевский национльный университет культуры и искуства**

Контрольная работа по предмету

«Организация туризма»

на тему:

«Туризм как составляющая непроизводственной сферы деятельности»

«Классификация видов туризма»

Студентки I курса ММТ - 49

**Туризм как составляющая непроизводственной сферы деятельности**

**план.**

**Вступление**

1. **Туризм - отрасль непроизводственной сферы деятельности.**
2. **«Видимый» и «невидимый» экспорт и импорт.**
3. **Туризм - своеобразный катализатор социально-экономического развития.**

**Классификация видов туризма**

**план.**

**Вступление.**

1. **Необходимость классификации форм и видов туризма.**
2. **Классификация форм и видов туризма.**

**Туризм как составляющая непроизводственной сферы деятельности**

Современная наука рассматривает туризм как сложную социально-экономическую систему. Туризм - это отрасль экономики непроизводственной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого - обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом.

 Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. В настоящее время, он превратился в индустрию международного масштаба, занимающую по доходам третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

 Туристическую индустрию можно рассматривать как совокупность гостиниц или иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного значения, организаций, осуществляющих туристическую деятельность, организаций, предоставляющих услуги гидов-переводчиков.

 В силу ряда причин индустрия туризма, рассматриваемая в качестве отрасли, редко удостаивается такого внимания со стороны общества, которое отвечало бы ее роли в экономической деятельности. Одна из главных причин - отсутствие правильно организованного статистического учета туристической деятельности, когда экономические показатели туризма «растворяются» в данных других отраслей народного хозяйства.

 Применительно к индустрии туризма существуют такие понятия, как «видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт».

 Видимая торговля имеет дело с экспортом и импортом материальной продукции, такой, как товары и сырье. При этом торговым балансом страны называется разница между стоимостью видимого экспорта и стоимостью видимого импорта.

 Невидимая торговля имеет отношение к импорту и экспорту сферы услуг. Большая часть дохода от невидимого экспорта туристических услуг поступает от прибывших иностранных туристов, а также от продажи им билетов на отечественный транспорт и другие услуги в стране пребывания. Невидимый импорт страны составляют деньги, потраченные ее гражданами во время зарубежных поездок, оплата ими транспортных расходов и других услуг в странах пребывания, а также оплата дивидендов иностранным инвесторам индустрии туризма.

 Потребление в туризме определяется как стоимость туристических продуктов (товаров и услуг), используемых для непосредственного удовлетворения потребностей туриста или экскурсанта. Сюда относятся расходы потребителя на пакет услуг (турпродукт) или отдельные расходы на размещение, питание и напитки, транспорт, досуг, отдых, культурные, спортивные, экскурсионные и другие мероприятия, а также на покупки в месте пребывания и прочие расходы.

 Туристический продукт - это комплекс туристических услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время его путешествия, т. е. совокупность вещественных (товара) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей.

 Под туристическим товаром понимается турпродукт труда, созданный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами или экскурсантами.

 Туристические услуги - это услуги субъекта в туристической деятельности по размещению, питанию, транспортному, информационно-рекламному обслуживанию, а так же услуги учреждений культуры, спорта, быта и развлечений, направленные на удовлетворение потребностей туриста. Это специфический товар, который не имеет вещевого выражения, т. е. его невозможно увидеть и невозможно накапливать. Они могут реализоваться только в том случае, когда есть спрос со стороны туриста. Проявляются во время путешествия в виде улучшения здоровья, удовлетворении туристических потребностей, отдыха, хорошего настроения, ознакомления с природными и культурно-архитектурными достопримечательностями. На основании этого можно сказать, что единицей туристической услуги является комплекс услуг, которые оказываются одному потребителю на протяжении определенного промежутка времени.

 Первичной продажной единицей туристического продукта на туристическом рынке, как правило, является тур, при этом, находят спрос и отдельные туристические услуги. На практике под турпродуктом понимают три основных вида возможных предложений на рынке.

 Первый вид - тур, комплексная туристическая услуга, предлагаемый фирмами, туроператорами (организаторами), может быть продан потребителю для личного пользования (в розницу), а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды.

 Второй вид - отдельные туристические услуги, к которым можно отнести транспортные услуги, услуги размещения, услуги по оформлению загранпаспортов, страховку, экскурсионную программу, прокат автомобиля и много другое.

 Третий вид - товары туристического назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, карты, словари, путеводители и т. д.), которые необходимы туристу и путешественнику в стране пребывания.

 Разработка туристического продукта - сложный и многоступенчатый процесс, который включает маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, направление выезда, конъюнктуру туристического рынка, оценку реальных затрат на разработку, рекламу и продвижение турпродукта. Анализируя имеющиеся данные о возможных предпочтениях и доходах покупателя, предлагаемых затратах турорганизатора на разработку турпродукта, можно оценить целесообразность и экономическую эффективность его разработки.

 Туристические услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, т. е. отдых, возможность занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях и др., сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический факторы.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т. е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

 По прогнозам экспертов Всемирной Туристической Организации, мировая индустрия туризма входит в период постоянно увеличивающегося объема путешествий и экскурсий, увеличивающейся конкуренции среди регионов и стран пребывания. При этом появляется большое количество хорошо информированных потребителей туристических услуг, обращающих внимание на качество и безопасность предлагаемого продукта. Дальнейшее развитие мирового туристического рынка все больше определяется новейшими информационными технологиями.

**Классификация видов туризма**

 Классификация в туризме обозначает выявление его отдельных форм и видов в зависимости от основного показателя - критерия.

 Как всякая друга классификация, классификация видов туризма помогает более досконально изучить развитие туризма, его видоизменения и основные тенденции.

 Туризм сложное и многоплановое понятие. Очень сложно выделить формы и виды туризма в их чистом виде, поэтому нет в мире единой классификации. Те, что существуют, имеют некоторые расхождения, но в целом между собой согласуются.

 Туризм можно классифицировать по разным критериям:

1. **По цели поездки.**

Этот критерий имеет решающее значение, потому что именно цель поездки больше всего влияет на формирование тура и организацию туристического обслуживания. Путешествуя, турист может ставить перед собой несколько целей, но только одна из них будет доминирующей.

 В зависимости от цели отличают следующие туризма:

Познавательный или культурно-развлекательный

Включает поездки людей в целях ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой стране. Познавательные цели могут совмещаться с целью отдыха.

Деловой

 В основе этого вида туризма лежит необходимость выполнения служебных или профессиональных задач. Поездки с деловыми целями рассматриваются как одна из важнейших составных частей современного туристического обмена. Деловые поездки крайне важны с экономической точки зрения, так как они не зависят от сезонных факторов. Они наоборот, несколько сокращаются в разгар туристического сезона. К деловому туризму относятся поездки делегаций или отдельных лиц для участия в международных переговорах, совещаниях, праздниках, коронациях, церемониях вступления в должность глав государства и правительств. Но в число туристов не включаются дипломатические работники посольств и консульств, сотрудники торговых представительств и других организаций, которые работают за границей.

 К разновидности делового туризма относятся поездки для участия или посещения национальных и международных выставок и ярмарок, поездки в составе специализированных групп по профессиям. За последние годы спрос на такие поездки постоянно растет. По своему характеру они приближаются к познавательным поездкам, но специальная программа посещения различных объектов и предприятий, а также однородный профессиональный состав группы предопределяет целесообразность выделения таких поездок в отдельную разновидность такого туризма. Развитие делового туризма в первую очередь связанно с интернационализацией бизнеса, который в последнее время захватывает крупнейшие компании мира.

Этнический

Цель этого туризма - посещение родственников, места рождения своего или родителей. Особое значение данный вид туризма имеет для стран, часть населения которых проживает за границей - Польша, Венгрия, Югославия.

Специалисты отмечают определенные изменения в этом виде туризма. Несколько лет назад основное место занимали поездки с целью посещения родственников или мест рождения. Со временем, прямых родственников сменяют следующие поколения, родственные связи утрачиваются и в большей степени мотивом поездок становится знакомство с родиной предков. Данные обстоятельства меняют характер спроса этих туристов в поездках, в частности повышается спрос на размещение в гостиницах, а не у родственников, меняются требования к программе пребывания.

Религиозный

 Религиозный туризм (паломничество) является одним из самых старых видов туризма и представляет собой передвижения людей к «святым местам» с целью посещения храмов и монастырей в дни религиозных праздников или для замаливания грехов. Зарождение паломничества связанно с формированием в мире основных религиозных течений. Паломничество, как и туризм вообще, бывает внутренний (в пределах отдельной страны) и международным. Воздействие религиозного туризма на экономику некоторых стан и районов мира, в первую очередь на сами религиозные центры, Весьма велико. Это связанно стем, что паломники оставляют в стане пребывания существенную долю взятых в дорогу денег. Кроме того, паломничество дает зароботок многим тысячам местных жителей. Центрами религиозного туризма являются: Мекка, Медина, Иерусалим, Ватикан и другие города и местности.

Спортивный

 Спортивный туризм - это поездки для участия в различных спортивных состязаниях. Спортивный туризм подразделяется на две разновидности: активный - поездка и пребывание в посещаемом месте для непосредственного участия в спортивных соревнованиях и пассивный - когда поездка и пребывание осуществляются для участия в спортивных соревнованиях в качестве зрителя.

Рекреационный

Рекреационный туризм или отпускной - это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека. Для многих стран мира этот вид туризма является наиболее распространенным и массовым.

Учебный

 Под учебным туризмом понимают поездки с целью получения или улучшения своих знаний. Наиболее распространенные - изучения иностранного языка, так называемое «погружение» и непосредственное общение с носителями языка.

Экзотический

 Экзотический туризм связан с желанием увидеть, познать и почувствовать нечто необычное, не присущее повседневной жизни. Это климатические условия, необычная флора и фауна, кухня разных народов, архитектура, национальные обычаи и др.

Экологический

 Экологический туризм получил наиболее широкое распространение и признание в наше время, поскольку экология с каждым днем приобретает все большее значение. Бережное отношение к природе и окружающей среде является одним из привлекательных элементов туризма. Все чаще проводятся рекламные мероприятия и туры, носящие экологический характер (например, как можно отдохнуть и провести время на природе не загрязняя ее и не нанося ей ущерб). Экология и туризм очень взаимосвязаны и зависимы друг от друга. Туризм возможен только в экологически чистых районах. В международной практике существует такое понятие как «синий флаг». Его присваивают экологически чистым районам. Естественно, что туристы предпочитают отдыхать именно в этих местах, т. к. ничто не угрожает их здоровью.

«Защита окружающей среды должна устоять перед давлением со стороны организаций или лиц, озабоченных только коммерческим успехом или личным обогащением», - сказано в Монреальской декларации по туризму (1996 г.).

1. **По способу передвижения.**

Это может быть пешеходный туризм, велосипедный, конный, альпинизм, лыжный, мототуризм.

1. **Использования транспортных средств.**

Туризм предполагает перемещение людей из одного места в другое как внутри страны, так и за ее пределами. Путешествие с использованием стандартных видов транспорта:воздушный транспорт (рейсы по расписанию, вне расписания), водный транспорт (пассажирские линии и паромы, круизы), сухопутный транспорт(железнодорожный, междугородние и городские автобусы, частные автомашины, прокат транспортных средств и др.) или с использованием экзотических видов транспорта (канатная дорога, фуникулер, воздушный шар, дельтаплан и др.).

1. **По сроку поездки.**

Путешествие по стране проживания или же вне страны проживания может длится от 24 часов до 6-ти месяцев по украинскому законодательству (статья 1) и по международному, максимальный срок -1 год. Продолжительность пребывания или поездки является важным статистическим показателем, который играет роль при определении максимального предела, после которого посещение не считается больше туристическим. По сроку пребывания поездки делятся на продолжительные, краткосрочные и туры выходного дня.

1. **Сезонности.**

Активный туристический сезон.

Характеризуется большим потоком туристов. На Украине он делится на два основных периода, т. е. он двухсезонный:

1. Летний (с конца мая по середину сентября в период летних отпусков и школьных каникул).
2. Зимний (с середина декабря до конца февраля - период горнолыжного сезона, рождественских и новогоднего праздников)

Межсезон (полусезон).

В нашей стране - осень и весна, количество туристов значительно уменьшается в сравнении с активным сезоном.

Несезон.

В последние годы в Крыму круглогодично работают лишь несколько крупных санаториев («Дюльбер», «Мисхор», «Ай-Даниль»), остальные закрываются с начала октября до конца апреля, в связи с тем, что туристов приезжает очень мало или они вообще не приезжают и их дальнейшая работа становится нерентабельной; для них наступает несезон или так называемый «мертвый» сезон.

Несезон характерен для тех районов, которые посещаются туристами в определенное время года (они являются односезонными). Примером может послужить курортная зона побережья Литвы (Нида, Паланга, Юодкранте). В летнее время, особенно в июле, августе, поток туристов настолько велик, что достаточно сложно найти свободный номер в одной из гостиниц, в остальное время года курорт пустует, поскольку с моря дует очень сильный, пронизывающий, холодный ветер.

1. **По уровню организации.**

Индивидуальный тур - независимое путешествие одного или нескольких лиц и связанно с обслуживанием, носящим персональный характер, как правило, с более высокими ценами.

Групповой тур - совместная поездка нескольких лиц («Путешествие считается групповым, если количество ее участников составляет не меньше 10 туристов» - закон Украины о туризме, статья 16 и от 6-ти и более человек по международным стандартам) по единому маршруту и на одинаковых условиях. Объединение туристов в одну группу обуславливается общностью интересов и целей поездки, а также сравнительно более низкими ценами по сравнению с индивидуальными турами в связи с предоставлением групповых скидок.

Характер организации путешествия может быть организованный и самодеятельный.

Путешествие отдельного туриста или группы туристов по предварительно разработанной туристической фирмой программе называется организованным. Организованные туристы обеспечиваются необходимым туристическим сервисом, который оговаривается в заранее приобретенных турах.

Самодеятельный или так называемый альтернативный туризм, где в качестве организатора путешествия выступает не туроператора, а сам турист, путешественник, используя рекламные материалы, с помощью информационных сетей. Иными словами, турист сам определяет длительность поездки, маршрут, посещаемые объекты, сам бронирует гостиницу и т. д., он несвязан никакими обязательствами с туристической фирмой.

1. **По демографическим и социальным составом участников поездки.**

В зависимости от места проживания туриста (городской житель или сельский), от социального положения в обществе (детский, школьный, молодежный, семейный, по профессиональному составу и др.) Играет роль и возраст туриста, в последнее время, значительно увеличилось количество путешественников преклонного (пенсионного) возраста.

1. **По направленности туристических потоков.**

Въездной - путешествия лиц по стране, постоянно проживающих в других станах.

Выездной - путешествие лиц постоянно проживающих в стране, например в Украине, в другую страну.

Внутренний - путешествие по стане лиц, постоянно в ней проживающих.

1. **По принципу оплаты.**

Коммерческий

Это стандартный вариант, когда туристическая фирма реализует свой турпродукт покупателю и соответственно получает прибыль.

Чтобы преуспеть в туристическом бизнесе, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристических услуг организация производства и реализации турпродукта, хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристического менеджмента и маркетинга, конъюнктуры туристическо рынка.

Социальный

Под социальным туризмом понимаются путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды, при этом, отдельным категориям туристов государство, в порядке установленным законодательством, предоставляет льготы социального характера.

В странах Европейского союза социальный туризм ассоциируется с клиентурой с низкими доходами, которые не позволяют получать высококачественные туристические услуги. Эта категория граждан нуждается в льготах социального характера. К ней относятся в первую очередь многодетные семьи, дети-сироты, воспитанники детских домов и школ-интернатов, учащаяся и работающая молодежь, пенсионеры, инвалиды и малоимущие граждане.

Упрочить свои позиции социальный туризм может только при наличии долгосрочной продуманной социальной политики в области туризма на национальном, региональном и международном уровнях.

Интенсив-туризм

Представляет собой поощрительную поездку за счет фирмы, организуемую предприятием для своих работников за достижения в труде (например, за повышение общего объема продаж, эффективную рекламу, помощь в обучении персонала и т. д.).

Классификация в туризме имеет важное значение для его практики. Она позволяет решать проблемы его территориальной организации, планировать развитие материальной базы, выявлять спрос и формировать рынок туризма, производить и реализовать туристический продукт.

Список использованной литературы:

1. Збірник наукових статей «Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи», Киев, 1995 г.
2. Л.М. Устименко, «Туризм та його вплив на засади і форми дозвіллєвої культури молоді», Киев, 1998 г.
3. В.С. Сенин, «Организация международного туризма», Москва, 1999 г.
4. Герасименко В.Г., «Основы туристического бизнеса», Одесса, 1997 г.
5. В.Г. Гуляев, «Организация туристической деятельности», Москва, 1996 г.