

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова»
Кафедра экономической теории

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

*Методические материалы
к изучению дисциплины
«Организация туризма»*

*Витебск
УО «ВГУ им. П.М. Машерова»
2012*

УДК 338.488(075.8)
ББК 65.433я73
О-64

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 7 от 22.12.2011 г.

Авторы-составители: заведующий кафедрой экономической теории УО «ВГУ им. П.М. Машерова», кандидат экономических наук, доцент **С.В. Шахнович**; старшие преподаватели кафедры экономической теории УО «ВГУ им. П.М. Машерова» **Е.С. Шахнович, А.Б. Козлова**

Под редакцией
заведующего кафедрой экономической теории УО «ВГУ им. П.М. Машерова»,
кандидата экономических наук, доцента *С.В. Шахновича*

Рецензент:
заведующий кафедрой истории Беларуси УО «ВГУ им. П.М. Машерова»,
кандидат исторических наук, доцент *В.В. Акунович*

О-64 **Организация международного туризма** : методические материалы к изучению дисциплины «Организация туризма» / авт.-сост. : С.В. Шахнович, Е.С. Шахнович, А.Б. Козлова. – Витебск : УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2012. – 46 с.

Методические материалы предназначены для студентов специальности 1-31 02 01-02 География (НПД). Специализация 1-31 02 01-02 03 География туризма и экскурсионный менеджмент, изучающих дисциплину «Организация туризма», как опорный материал для подготовки к семинарским занятиям и сдаче экзамена. Данное издание может быть полезно всем, кто интересуется проблемами туризма.

УДК 338.488(075.8)
ББК 65.433я73

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА»	4
СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ	5
ПЛАН СЕМИНАРСКОГО ЗАНЯТИЯ	5
ТЕМА 11. Организация международного туризма	5
ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА»	23
СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТУРИСТСКИХ ТЕРМИНОВ	25
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	43

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

дисциплины «Организация туризма»

Специальность 1-31 02 01-02 03 География (НПД).

Специализация 1-31 02 01-02 03 География туризма и экскурсионный менеджмент

№ п/п	Наименование тем	Количество часов			
		Всего	Лекции	Семинары	СРКП
1.	Тема 1. Сущность туризма и его основные социально-экономические категории	5	2	2	1
2.	Тема 2. Терминология и понятийный аппарат туризма	5	2	2	1
3.	Тема 3. Организация управления туристской деятельностью	5	2	2	1
4.	Тема 4. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия	5	2	2	1
5.	Тема 5. Организация, формирование, продвижение и реализация туров	5	2	2	1
6.	Тема 6. Организация размещения и питания в туризме	5	2	2	1
7.	Тема 7. Организация транспортного обеспечения туризма и экскурсионной деятельности	5	2	2	1
8.	Тема 8. Договорные отношения в туризме и туристские формальности	5	2	2	1
9.	Тема 9. Страхование в туризме	5	2	2	1
10.	Тема 10. Информационные технологии в туризме	5	2	2	1
11.	Тема 11. Организация международного туризма	4	2	2	
	Итого:	54	22	22	10

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Тема 11. Организация международного туризма

Международный туризм как специфическая форма торговли услугами. Состояние и прогнозы развития международного туризма. Международные туристские организации. Международные туристские выставки и ярмарки.

ПЛАН СЕМИНАРСКОГО ЗАНЯТИЯ

Тема 11. Организация международного туризма

Вопросы для обсуждения:

1. Международный туризм как специфическая форма торговли услугами.
2. Состояние и прогнозы развития международного туризма.
3. Международные туристские организации.
4. Международные туристские выставки и ярмарки.

Сообщения, доклады, рефераты:

1. Международный туризм в мировом хозяйстве.
2. Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота.

Понятия и категории, обязательные для усвоения:

Всемирная туристская организация, Манильская декларация по мировому туризму, Гаагская декларация по туризму, Глобальный кодекс этики туризма, Хартия туризма, Кодекс туриста, Осакская декларация по туризму, ярмарка, Международная туристская биржа, Международная туристская биржа в Милане.

Компендиум:

Международный туризм охватывает поездки путешествующих лиц с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства. Как одна из форм международных экономических отношений он приобрел огромные масштабы и стал оказывать существенное влияние на политические, экономические и культурные связи между государствами. Неоспоримо, что международный туризм – один из влиятельнейших (если не самый влиятельный) феноменов экономического и социального развития современного общества. Обмен услугами международного туризма является частью международной торговли.

Иностранные туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет принимающей страны и тем самым активизируют ее платежный баланс. Именно поэтому прием иностранных туристов получил название *активного туризма*. С другой стороны, выезд туристов за границу сопряжен с оттоком валюты из страны их постоянного проживания. Международные платежи по туристским операциям такого рода отражаются в пассиве платежного баланса страны – поставщика туристов, а сам туризм характеризуется как *пассивный*.

В международном туризме, как известно, выделяют *две разновидности – выездной и въездной*, которые различаются по направлению туристских потоков.

Основными направлениями деятельности государств по развитию международного туризма в соответствии с Заключительным актом совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе (Хельсинки, 1975 г.) являются:

- оценка взаимосвязи между развитием туризма и мерами, принимаемыми в других областях экономической деятельности;
- поощрение развития туризма на индивидуальном, семейном, групповом, коллективном уровнях;
- содействие улучшению материальной базы туризма и сотрудничеству в этой области;
- реализация собственных проектов по туризму, включая техническое сотрудничество;
- содействие обмену информацией;
- рассмотрение в позитивном духе вопросов, связанных с финансовым обеспечением туристских поездок за границу, с учетом своих экономических возможностей, а также связанных с формальностями, требуемыми для таких поездок;
- содействие деятельности иностранных туристских агентств и транспортных компаний, связанных с развитием международного туризма;
- активизация туризма во внесезонный период;
- обмен студентами и специалистами в области туризма с целью повышения их квалификации;
- содействие проведению конгрессов и симпозиумов по вопросам планирования и развития туризма, а также с целью обсуждения детальных исследований по проблемам туризма.

Основным статистическим показателем международного туризма является *общее количество прибытий иностранцев* во всех странах мира в течение календарного года. Развитие международного туризма отличается устойчивым динамичным ростом. Поступления от

него в целом характеризуются более высокими темпами, чем количество прибытий туристов. В основе интенсивного развития международного туризма лежат следующие предпосылки:

- экономический и социальный прогресс, особенно в промышленно развитых странах, позволивший значительно повысить уровень заработной платы и пенсий, а также увеличить продолжительность отпусков населению этих стран;
- совершенствование средств транспорта, ускорение и удешевление в результате этого перевозок туристов;
- ослабление таможенных, валютных ограничений, пограничных формальностей, а также отмена их, в частности, между странами ЕС;
- создание мощной туристской индустрии;
- существенный рост бизнес-путешествий.

Основные туристские потоки в мире сосредоточены в Европе, Северной Америке, Восточной Азии и Тихоокеанском регионе.

Международный туризм распределен крайне неравномерно, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития отдельных стран и регионов. Существенные различия имеет также региональная динамика международного туризма. Наиболее динамично развивающимся макрорегионом является Азия и Океания, где темпы прироста туристских прибытий в отдельные годы выражаются двузначными цифрами (например, в 2000 г. – 14,5%). Африканский макрорегион и Ближний Восток, посещаемость которых увеличивается сравнительно быстро при низких абсолютных значениях показателя прибытий, не оказывают существенного влияния на динамику международного туризма.

Принимая во внимание темпы и быструю динамику экономического развития Азиатско-Тихоокеанского региона (Япония, Китай и другие «новые индустриальные страны»), степень концентрации демографического потенциала и динамику населения в крупнейших странах (Китай, Индия, Индонезия и др.), а также опережающие темпы развития международного туризма, следует ожидать, что в первой половине XXI в. значение этого региона будет увеличиваться.

Наряду с *туристскими потоками* важнейшими характеристиками международного туризма являются *туристские доходы и расходы*. Они представляют собой стоимостные оценки туризма, необходимые для изучения его влияния на национальную экономику, в частности платежный баланс страны.

Основные расходы на международный туризм, по данным ВТО, несет население индустриально развитых стран, главным образом США, Германии, Великобритании и Японии. Кроме них заметную

роль в формировании международных туристских расходов, их величины и структуры играют Франция, Италия и Китай.

Поступления от международного туризма концентрируются в группе развитых стран Северной Америки (США, Канаде) и Западной Европы (Франции, Великобритании, Германии), средиземноморских (Испании, Италии) и альпийских (Австрии, Швейцарии) государствах. На их долю приходится около половины мировых доходов от международного туризма.

Анализ стоимостных показателей доходности туризма свидетельствует о превращении его в одну из ведущих отраслей мирового хозяйства. В связи с этим большинство государств, понимая огромную важность развития туризма в своих странах, выделяет солидные средства национальным туристским администрациям на продвижение национального туристского продукта. Лидером здесь является Израиль – более 200 млн дол. США ежегодно. США и Китай на эти цели выделяют по 70 млн дол. США.

Объем поступлений от международного туризма широко используется для оценки доходности туристского направления (дестинации). Однако более информативными являются доход с одного прибытия и размер дохода от туризма, приходящийся на душу населения. Исследования, проведенные ВТО, свидетельствуют, что поступления от одного прибытия составляют в среднем 708 дол. США. При этом величина поступлений существенно варьируется по отдельным странам.

Экспорт туристских услуг (обслуживание иностранных туристов в стране) является составной частью общего экспорта товаров и услуг, а расходы на международный туризм гражданами страны оказывают непосредственное влияние на объем импорта, связанного с оттоком валютных средств за границу. По прогнозам ВТО в перспективе ожидается увеличение доходов от международного туризма. В развитии международного туризма в начале третьего тысячелетия будут проявляться следующие основные тенденции:

- интенсивное развитие получают логический, экономический, культурно-познавательный, деловой, тематический, приключенческий туризм и круизы;
- жесткая конкуренция потребует от туристской индустрии повышения качества предоставляемых услуг;
- на рынке будет наблюдаться поляризация предпочтений потребителей;
- активнее других будут путешествовать две категории населения: люди пожилого возраста и молодежь;

- интенсивное развитие информационных технологий может привести к уменьшению традиционных каналов сбыта туристского продукта;

- экономически активное население все больше будет предпочитать индивидуальный туризм;

- расходы на путешествия в семейном бюджете будут увеличиваться быстрее, чем другие статьи расходов;

- все большее значение в формировании рыночной привлекательности туристского продукта будут приобретать дополнительные услуги и так называемые поездки без забот;

- глобализация мировой экономики приведет к ускорению создания в индустрии туризма корпораций, альянсов и других форм объединений, к концентрации инвестиций, слиянию и кооперации участников туристского рынка. Таким образом, международный туризм в третьем тысячелетии станет важным фактором развития человечества в целом и мировой экономики в частности.

Интенсивное развитие международных туристских связей повлекло за собой создание многочисленных *международных организаций*, содействующих повышению эффективности этой сферы международных экономических отношений. В общей сложности около 70 международных организаций различного профиля и статуса занимаются проблемами развития международного туризма. В их число входят:

- специализированные организации в системе ООН;
- организации в системе ООН, занимающиеся вопросами международного туризма эпизодически;
- неправительственные специализированные организации по международному туризму;
- региональные и национальные организации по туризму.

Всемирная туристская организация (ВТО) по сути дела является единственной *межправительственной организацией*, чья деятельность охватывает все аспекты туризма. Ее создание означало признание не только экономического, социального, культурного, но и политического значения международного туризма. Официальными языками ВТО являются английский, испанский, русский и французский.

Цели, характер, организационная структура и функции ВТО определены ее Уставом, который был принят 27 сентября 1975 г. Начиная с 1980 г. эта дата отмечается как Всемирный день туризма, ежегодно проводимый под определенным девизом.

Основными целями ВТО являются:

- поощрение и развитие туризма как средства, содействующего экономическому развитию, укреплению мира, процветанию, повыше-

нию взаимопонимания между народами, всеобщему уважению и соблюдению прав человека и фундаментальных свобод без различия расы, пола, языка и религии;

- соблюдение интересов развивающихся стран в области туризма.

Устав ВТО предусматривает *три уровня членства*:

- действительные (полноправные) члены;
- ассоциированные члены;
- присоединившиеся члены.

ВТО имеет следующую *структуру*:

- Генеральная ассамблея, региональные комиссии;
- Исполнительный совет, комитеты;
- Секретариат.

Генеральная ассамблея, состоящая из представителей государств – действительных членов ВТО, является высшим органом организации. Решения принимаются простым большинством голосов, если иные процедуры не предусмотрены уставом. Очередные сессии Ассамблеи проходят раз в два года. Генеральной ассамблеей созданы шесть региональных комиссий (для Африки, Америки, Восточной Азии и Тихоокеанского региона, Южной Азии, Европы, Ближнего Востока), которые призваны проводить ее рекомендации в ответственные им регионы и поощрять внутрорегиональный туризм.

Исполнительный совет состоит из 25 членов (24 из них избираются на основе географического распределения на четыре года – по одному на каждые пять действительных членов; представитель Испании как страны пребывания ВТО входит в состав Исполнительного совета постоянно). Исполнительный совет собирается не менее двух раз в год. Решения принимаются, как правило, простым большинством голосов (действительных членов). Совет выполняет функции, которые могут быть возложены на него Ассамблеей, представляет ей свои предложения, анализирует общую программу работы, подготавливаемую генеральным секретарем, до ее представления на рассмотрение Генеральной ассамблеей. В своей работе Совет опирается на комитеты: технический комитет по программам и координации (ТКПК), бюджетно-финансовый комитет (БФК), комитет содействия, статистический комитет, комитет экспертов по вопросам безопасности и охране туристов.

Секретариат возглавляет генеральный секретарь, назначаемый Генеральной ассамблеей на четыре года по рекомендации Исполнительного совета (возможно повторное назначение) и являющийся законным представителем ВТО. Свои функции он выполняет при помощи заместителя генерального секретаря и генерального координатора. Бюджет ВТО формируется за счет взносов действительных, ас-

социированных и присоединившихся членов. Деятельность ВТО охватывает следующие направления:

- *сотрудничество и развитие*, консультации и помощь правительствам по широкому кругу вопросов туризма; *развитие человеческих ресурсов*: разработка международных стандартов и методик образования и профессиональной подготовки в области туризма, организация курсов повышения квалификации для преподавателей и инструкторов, краткосрочных заочных курсов, расширение сети центров образования и подготовки кадров; *окружающая среда и планирование*: экологически устойчивое развитие туризма, перевод экологических проблем в плоскость их практического решения, участие в научных форумах и семинарах; *качество развития туризма*: содействие решению комплекса взаимосвязанных вопросов (либерализация, здравоохранение и безопасность), касающихся услуг в сфере туризма, устранение барьеров, либерализация торговли услугами в сфере туризма, стандартизация требований к визовым, пограничным, таможенным и другим формальностям;

- *статистика и макроэкономический анализ*: ВТО является основным центром сбора, анализа и распространения данных по туризму из более чем 180 стран и территорий. ВТО приняла ряд деклараций и документов по вопросам туризма, среди которых особое значение имеют:

- Манильская декларация по мировому туризму;
- Гаагская декларация по туризму;
- Глобальный кодекс этики туризма;
- Хартия туризма, Кодекс туриста;
- Осацкая (1994 г.) Декларация по туризму;
- Осацкая (2002 г.) декларация тысячелетия.

- Под эгидой ВТО разработана методология подготовки планов туристского развития как на национальном, так и на межрегиональном уровнях. ВТО разработала следующие рекомендации по функциям национальных туристских администраций (НТА представление правительственных интересов по туризму в международном масштабе: заключение двусторонних и многосторонних соглашений с целью увеличения туристских потоков между странами-участницами; организация совместных маркетинговых исследований туристского рынка; оптимизация туристских национальных ресурсов; привлечение технического и финансового сотрудничества; обеспечение взаимного упрощения таможенного контроля; полицейское и денежное регулирование;

- организация туристских услуг в национальном и международном масштабах;

- планирование и развитие туризма (составление планов и программ развития туризма);

- регулирование и контроль предприятий, включенных в систему туризма (регулирование и правовое обеспечение в гостиничном хозяйстве, классификация гостиниц и ресторанов, инспекция и изучение лицензий на право деятельности);
- публикация статистики и обзоров исследования рынка (изучение мнений, исследование поведения потребителей);
- сбыт туристских продуктов в других странах (создание туристских агентств за рубежом для обеспечения информацией и сбыта; публикация брошюр, листовок, путеводителей и специальной туристской информации);
- деятельность по облегчению, унификации или устранению таможенного и пограничного контроля;
- создание структур по приему гостей и обеспечению их туристской информацией;
- обеспечение профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в туризме (курсы, семинары, учебные программы);
- защита и сохранение туристских ресурсов и эксклюзивного наследия страны (монументов, исторических мест), кампании по защите культуры и искусства;
- охрана окружающей среды (проведение кампаний по охране природы, парков отдыха, естественных ресурсов).

Для исполнения этих обязанностей ВТО определила ключевые правительственные функции управления и контроля за развитием туризма: маркетинг; координация туристской деятельности и развития; планирование; финансирование; правовые вопросы.

В рамках Программы развития ООН Всемирной туристской организацией осуществляется финансирование различных проектов помощи развивающимся странам по следующим направлениям:

- укрепление организационной структуры НТА;
- оценка туристских возможностей для реализации в будущем;
- подготовка персонала по туристскому и гостиничному обслуживанию;
- планирование развития туризма;
- исследование туристского рынка;
- реклама и содействие туризму;
- технико-экономическое обоснование строительства гостиниц;
- развитие зимних видов спорта и культурного туризма;
- сохранение исторических памятников;
- молодежный туризм;
- социальное влияние туризма;

- развитие и управление центрами отдыха для групп населения с низким и средним уровнем доходов.

К числу *организаций ООН*, занимающихся вопросами международного туризма периодически, относятся:

- Конференция ООН по туризму и путешествиям, впервые проведенная в 1963 г. в Риме;
- Экономический и Социальный Совет (ЭКОСОС);
- Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО);
- Международная организация труда (МОТ);
- Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД);
- региональные экономические комиссии ООН.

Большую роль в развитии международного туризма играют *неправительственные специализированные организации*.

Деятельностью в области делового туризма занимается Международная ассоциация делового туризма – International Business Travel Association (ИВТА), основанная в 1974 г. Она объединяет 13 национальных ассоциаций из стран Европы, Северной Америки и Австралии. С целью содействия установлению контактов между представителями всех направлений, существующих в деловом туризме, обмена идеями между ними, совершенствования профессиональных знаний специалистов, предоставления им уникальных информационных ресурсов образована Ассоциация специалистов по организации корпоративных поездок – Association of Corporate Travel Executives (АСТЕ), насчитывающая в своих рядах свыше 2400 специалистов из 29 стран мира в области организации деловых поездок и поставщиков необходимых для этого услуг.

К *неправительственным специализированным организациям* по международному туризму также относятся:

- Всемирная ассоциация по профессиональному образованию в туризме, созданная в 1969 г.;
- Международный туристский альянс (первоначальное название «Международная лига туристских ассоциаций», 1898 г.), включающий в себя туристские клубы и автомобильные ассоциации. Его целью является развитие всех видов туризма и, в первую очередь, автомобильного. Альянс объединяет более 140 организаций с общим количеством 60 млн членов;
- Международная гостиничная ассоциация (1946);
- Международная федерация кемпинга и караванинга (1932);
- Международная ассоциация научных экспертов по туризму (АИЕСТ), образованная в 1951 г. Она способствует осуществлению научных контактов между специалистами, занимающимися разработкой

проблем международного туризма, оказывает содействие научным центрам по туризму, организует научные съезды, конференции и т.д.;

- Международная ассоциация гидов по сопровождению (1961), созданная с целью развития профессионального мастерства гидов, сопровождающих туристов;

- Международная федерация журналистов и писателей по туризму (ФИЖЕТ), образованная в 1954 г. и объединяющая национальные ассоциации и союзы журналистов и писателей, занимающихся проблемами путешествий и международного туризма;

- Международное бюро по социальному туризму (БИТС), сформированное в 1963 г. по инициативе ряда профсоюзных организаций для создания условий, способствующих участию в международном туризме широких слоев населения;

- Федерация международных туристских организаций (1950), деятельность которой направлена на развитие программ обмена молодежными группами, организацию специальных программ, предусматривающих введение определенных привилегий для молодых путешественников.

Помимо международных транснациональных туристских организаций и объединений существуют также *региональные и национальные организации по туризму*.

В Европе среди региональных организаций следует отметить *Европейскую комиссию путешествий*, созданную в 1948 г. и объединяющую 21 страну. Цель комиссии состоит в решении следующих задач:

- благоприятствование кооперированию международного туризма в Европе;

- проведение исследований;

- обмен информацией при проектировании развития туризма и маркетинговых схем;

- продвижение туристского продукта в других странах Европы и европейского туристского продукта в странах мира, особенно в Северной Америке и Японии.

Кроме того, в Европе существуют Европейская организация рекреации и отдыха (1972), Европейская ассоциация пешеходного туризма (1969), Международная федерация неправительственных ассоциаций по охране культурного наследия и природных памятников в Европе (1963), Федерация ассоциаций скандинавских туристских агентств (1939) и др.

Для развития, продвижения и содействия развитию туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе в 1951 г. образована Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация (Pacific Asia Travel Association – ПАТА), представляющая 34 страны. К числу объединений американского

региона относятся: Международная федерация путешествий и автоклубов, Конференция туристских организаций Латинской Америки, Карибская ассоциация по туризму и др.

Существуют объединения Африканского (Африканская туристская ассоциация, Организация по развитию туризма в Африке и др.) и Арабского регионов (Арабский туристский союз, Арабская федерация ассоциаций туристских агентств и др.).

Большинство стран имеет свои *национальные туристские организации*. Крупнейшим в мире объединением предприятий туристской индустрии является североамериканское American Society of Travel Agents (ASTA), куда входят более 26 тыс. членов – турагентств, туроператоров, отелей, круизных и автопрокатных компаний и т.п., основанное в 1931 г. Одна из наиболее авторитетных европейских национальных туристских ассоциаций – британская Association of British Travel Agents (АВТА), основанная в 1950 г. Ее членами являются более 600 агентств и порядка 2,3 тыс. туроператоров, на долю которых приходится 90% продаж на рынке Соединенного Королевства.

Своей главной задачей АВТА считает защиту интересов членов организации и формирование своеобразной марки качества британской туристской индустрии. Членство в АВТА не дифференцировано. К участникам альянса предъявляются единые требования, в том числе финансовые. Крупной национальной туристской ассоциацией является немецкая Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV), образованная в 1950 г. и объединяющая более 5000 участников.

Профессиональные объединения играют заметную роль в жизни крупных туристских государств. Большинство объединений своей главной целью считают лоббирование интересов своих членов. На практике это приобретает самые различные формы.

Особое значение для продвижения национального туристского продукта на внешнем туристском рынке имеют международные выставочно-ярмарочные мероприятия. Международные выставочно-ярмарочные мероприятия позволяют решать следующие задачи:

- демонстрировать потенциальным клиентам возможности путешествий в ту или иную страну (регион);
- привлекать внимание к предлагаемым туристским продуктам;
- расширять представление иностранных туристов о стране (регионе), информировать их о туристской политике и мерах, направленных на обеспечение устойчивого развития туризма в стране (регионе);
- устанавливать контакты с представителями зарубежных туристских администраций и предприятий, заключать договоры о сотрудничестве и продажах;

- устанавливать контакты с представителями средств массовой информации, расширять с их помощью представления иностранных туристов о туристском потенциале страны (региона);
- изучать передовой опыт организации туризма и его рекламы;
- анализировать предложения конкурирующих туристских направлений, предлагающих туристские продукты с аналогичными им близкими характеристиками, что и заинтересованная страна (регион);
- определять существующий спрос на предлагаемые поездки по данному направлению, делать прогноз развития спроса;
- получать информацию о состоянии конъюнктуры рынка туризма.

В настоящее время термины «выставка» и «ярмарка» приобрели настолько близкое смысловое значение, что используются часто как слова-синонимы. Схожие черты (адресованность организованному рынку, ограниченная продолжительность), приобретенные ими в ходе эволюции, позволяют говорить о своеобразной конвергенции.

Международное бюро выставок определяет *выставку* как показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества, для удовлетворения потребностей в одной или нескольких областях его деятельности или будущих его перспектив.

Ярмарка, по определению Союза международных ярмарок, представляет собой экономическую выставку образцов, в соответствии с обычаями той страны, на территории которой она находится, представляющую собой крупный рынок товаров, действующий в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном и том же месте, на которой экспонентам разрешается представлять образцы своей продукции для заключения торговых сделок в национальном или международном масштабах.

Выставочные мероприятия можно классифицировать по ряду признаков. По составу и количеству участников (экспонентов), широте охвата и разнообразию видов и географии предложения международные выставки можно условно подразделить на *межрегиональные и региональные*.

Международные межрегиональные туристские выставки предполагают наиболее полный количественный и качественный состав участников, так же, как и максимально разнообразную палитру туристского предложения. В мире проводится достаточно много выставочных мероприятий, так или иначе связанных с туризмом. Особо следует выделить *международные туристские биржи*. Крупнейшими международными туристскими выставками и биржами являются:

- международная туристская биржа в Берлине (International Tourismus Borse, ITB);

- международная туристская выставка-биржа FITUR в Мадриде;
- всемирная туристская выставка в Лондоне (World Travel Market, WTM);
- международная туристская биржа в Милане;
- международная выставка «Путешествия и туризм» в Москве (МИТТ).

Региональные туристские выставки обычно предлагают туристский продукт, ограниченный географическими рамками того или иного региона.

Международный туристский выставочный бизнес стремительно развивается. Увеличивается число выставок и ярмарок, расширяется их география и круг участников, становится более разнообразной тематическая направленность. Для принятия принципиального решения об участии в той или иной выставке необходим тщательный анализ (с точки зрения интересов и возможностей) следующих аспектов:

- время и место проведения выставки;
- авторитет выставки;
- численный и качественный состав участников и посетителей;
- уровень деловой активности (количество и общий объем заключенных контрактов) на предыдущей выставке;
- возможность предоставления выставочных площадей и услуг;
- условия участия в выставке и т.д.

С целью оптимизации затрат на выставочную деятельность туристская администрация страны (региона) может предусматривать несколько форм участия:

- участие без стенда на уровне делегации, что экономит средства за счет аренды и оформления выставочной площади, позволяет участвовать в проводимых мероприятиях, устанавливать деловые контакты, но ограничивает возможности распространения информации о стране (регионе);

- участие на коллективном стенде. В этом случае туристская администрация берет на себя роль консолидатора, который выкупает у организаторов необходимую для расположения экспозиции площадь, а затем на льготных условиях предлагает предприятиям туристской индустрии участие в выставке на едином стенде. Коллективные национальные (региональные) стенды чрезвычайно эффективны для продвижения на зарубежный рынок национального (регионального) туристского продукта и формирования положительного туристского имиджа страны (региона);

- организация собственного стенда: туристская администрация самостоятельно заключает договор с организаторами выставки и оплачивает аренду желаемого количества выставочной площади.

Контрольные вопросы для самопроверки:

1. Каковы причины появления регулярных международных туристских обменов?
2. Дайте характеристику активному туризму и укажите его экономическое значение.
3. Охарактеризуйте пассивный туризм и его экономические последствия.
4. Охарактеризуйте две разновидности международного туризма.
5. Каковы основные направления деятельности государств по развитию международного туризма?
6. Что является основным статистическим показателем международного туризма?
7. Укажите важнейшие характеристики международного туризма.
8. Назовите стоимостные оценки туризма, необходимые для изучения его влияния на национальную экономику.
9. Население каких стран, по данным ВТО, несет основные расходы на международный туризм?
10. На долю каких стран приходится около половины мировых доходов от международного туризма?
11. В чем заключается динамика международного туризма?
12. Где находятся основные туристские потоки в мире?
13. Назовите основные задачи туристских международных организаций.
14. Как оценивается доходность туристского направления (дестинации)?
15. Является ли экспорт туристских услуг (обслуживание иностранных туристов в стране) составной частью общего экспорта товаров и услуг?
16. Оказывают ли непосредственное влияние на объем импорта расходы на международный туризм гражданами страны?
17. Каковы основные тенденции развития международного туризма в начале третьего тысячелетия?
18. Назовите международные организации различного профиля и статуса, занимающиеся проблемами развития международного туризма.
19. Какая межправительственная организация в своей деятельности охватывает все аспекты туризма?
20. Назовите основные цели ВТО.
21. Каковы основные направления деятельности ВТО?

22. Каковы три уровня членства в ВТО?
23. Какова структура ВТО?
24. Назовите виды и задачи международных туристских мероприятий. Раскройте их значение.
25. Назовите туристские организации всемирного характера – коммерческие, научные, журналистские, региональные.
26. Назовите главные тенденции развития мирового туризма.
27. Назовите основные факторы, способствующие развитию мирового туризма.
28. Назовите факторы глобализации и перспективы развития туристского бизнеса.
29. Какова региональная структура международного туристского рынка?
30. Какие декларации и документы ВТО по вопросам туризма имеют особое значение?

Практическое задание:

1. Составьте каталог специализированных туристских выставок и бирж.
2. Составьте словарь основных терминов по теме.
3. Приведите данные о динамике въездного и выездного туризма в странах мира в 2000–2010 гг. и изобразите данные в виде таблицы.
4. Выявите сведения о динамике въездного и выездного туризма в Витебской области и изобразите данные в виде секторной диаграммы.
5. Какова региональная структура международного туристского рынка? Изобразите данные в виде секторной диаграммы.
6. Пользуясь статистическими данными, рассчитайте доход с одного прибытия в сфере туризма Витебской области (или по отдельной фирме).
7. Пользуясь статистическими данными, рассчитайте размер дохода от туризма в Витебской области, приходящийся на душу населения.
8. Сделайте презентацию Осацкой (2002 г.) декларации тысячелетия.
9. Выявите динамику спроса западных туристов на курортное лечение в странах Центральной и Восточной Европы и составьте таблицу.

Тесты:

Более информативными для оценки доходности туристского направления в международном туризме являются:

- Доход с одного прибытия.
- Размер дохода от туризма, приходящийся на душу населения.

- Доход с одного тура.
- Доход всех турфирм.

ВТО имеет следующую структуру:

- Генеральная ассамблея, региональные комиссии.
- Исполнительный совет, комитеты.
- Секретариат.
- Исполком.
- Сессия.

ВТО приняла ряд деклараций и документов по вопросам туризма, среди которых особое значение имеют:

- Глобальный кодекс этики туризма.
- Хартия туризма.
- Кодекс туриста.
- Меморандум туризма.
- Нота туриста.

Выезд туристов за границу – это:

- Активный туризм.
- Пассивный туризм.

Выставочные мероприятия можно классифицировать по ряду признаков. Каких?

- Межрегиональные.
- Региональные.
- Всемирные.
- Местные.

Иностранцы туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет принимающей страны.

- Активизируют ее платежный баланс.
- Не влияют на ее платежный баланс.

Какая организация ставит целью ускорять и расширять содействие туризма (международного и внутреннего) миру, взаимопониманию, здоровью и процветанию людей, выступать в роли международного агентства по координации и сотрудничеству между странами?

- Всемирная туристская организация.
- Международная ассоциация воздушного транспорта.
- Международная организация гражданской авиации.

Какие задачи решает Европейская комиссия путешествий?

- Благоприятствование кооперированию международного туризма в Европе.
- Проведение исследований.

- Неформальное общение с туристскими и нетуристскими структурами.
- Обмен информацией при проектировании развития туризма и маркетинговых схем.
- Продвижение туристского продукта в других странах Европы и европейского туристского продукта в странах мира, особенно в Северной Америке и Японии.

Международный туризм охватывает поездки путешествующих лиц с туристскими целями:

- За пределы страны постоянного жительства.
- В пределах страны постоянного жительства.

Международный туризм:

- Одна из форм международных экономических отношений.
- Одна из форм интеграции.

Направления деятельности ВТО:

- Сотрудничество и развитие.
- Развитие человеческих ресурсов.
- Окружающая среда и планирование.
- Качество развития туризма.
- Статистика и макроэкономический анализ.
- Экономическое развитие.

Наряду с туристскими потоками важнейшими характеристиками международного туризма являются:

- Туристские доходы.
- Туристские расходы.
- Количество туров.
- Количество туроператоров.
- Количество турагентов.

Организация, основанная в 1925 г., действительными членами которой являются более 150 государств, несколько ассоциированных и свыше присоединившихся членов (туристские, авиакомпания, международные организации и пр.), – это:

- Всемирная туристская организация – ВТО (World Tourism Organization – WTO).
- Международная ассоциация воздушного транспорта (International Air Transport Association – IATA).
- Международная организация гражданской авиации (International Civil Aviation Organization – ICAO).

Основным статистическим показателем международного туризма является:

- Общее количество прибытий иностранцев во всех странах мира в течение календарного года.

- Общее количество выбытий граждан страны за ее пределы во всех странах мира в течение календарного года.

Отметьте характер предложения экспонатов на выставках:

- Универсальные.
- Многоотраслевые.
- Временные.
- Отраслевые.
- Специализированные.

Прием иностранных туристов – это:

- Активный туризм.
- Пассивный туризм.

Развитие международного туризма отличается:

- Устойчивым динамичным ростом.
- Устойчивым динамичным снижением.

Сколько стран объединяет Европейская комиссия путешествий?

- 10.
- 105.
- 21.
- 49.
- 125.

Сложность рекламы турпродукта заключается в том, что она призвана одновременно отразить ряд моментов. Каких?

- Разнообразие предложения по сегментам спроса.
- Впечатления туристов.
- Различие мест путешествий и поездок.
- Национальные особенности края.
- Различные виды туризма.

Укажите уровни устава ВТО:

- Действительные (полноправные) члены.
- Члены-наблюдатели.
- Ассоциативные члены.
- Члены комиссии.
- Присоединившиеся члены.

Укажите разновидности международного туризма:

- Выездной.
- Въездной.
- Иностранный.
- Региональный.

Укажите звенья структуры ВТО.

- Генеральная ассамблея, региональные комиссии.
- Уполномоченное членство.

- Исполнительный совет, комитеты.
- Председательствующий орган.
- Секретариат.

Частота проведения выставочных мероприятий:

- Периодические.
- Групповые.
- Ежегодные.
- Массовые.
- Сезонные.

Что применяется для оценки доходности туристского направления в международном туризме?

- Объем поступлений от международного туризма.
- Объем издержек международного туризма.

**ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА»**

Наряду с обеспечением высокой профессиональной подготовки будущих специалистов, которые в дальнейшем в своей профессиональной деятельности тем или иным образом будут включены в экономическую жизнь общества, коллектива, важнейшей задачей обучения в университете является обеспечение некоторого *гарантированного уровня Вашей подготовки* независимо от специальности, которую Вы избрали. Выпускники университета должны уметь самостоятельно применять теоретические знания, овладевать навыками и умениями самообразования в сфере туризма, стремиться к продолжению своего образования. С целью проверки и оценки учебной работы студентов по организации туризма, полноты и степени усвоения Вами знаний и умения применять эти знания при решении практических задач в объеме требований учебных программ и проводится *экзамен*.

Доэкзаменационный авторитет студента действует на преподавателя. Активный контакт, сотрудничество во время изучения предмета, Ваше желание разобраться в нем будут учтены при сдаче экзамена.

Рекомендуем Вам:

- Заранее *создать план своей работы* во время сессии. Продуктивно человек может заниматься до 8–10 часов в сутки.
- Подготовка к экзамену будет более эффективной, если *сначала просмотреть весь материал, а затем начать детальную проработку*.
- Для лучшего запоминания материала желательно *повторить его не менее 4 раз*. Каждый повтор представляет собой определенный этап в усвоении материала:

- общая ориентировка в содержании конспекта лекций или разделов учебника;
- выявление основных идей лекции и их взаимосвязи;
- повторение наиболее существенных фактов;
- составление плана лекции или вопроса и дальнейшее повторение материала по нему.
- Очень помогает **составление различных схем, сводных таблиц, графиков**, которые позволяют наглядно объединить различные разделы курса и обобщить их.
- Даже при остром дефиците времени по каждому курсу необходимо **знать основные понятия и положения**.
- При повторении материала достаточно **использовать один или два учебника и конспект**.
- При запоминании **активное повторение** наиболее эффективно, т.е. после прочтения материала его целесообразно пересказывать по памяти.
- По ходу повторения материала полезно **основные формулы, определения и формулировки выписать**, а потом вычеркивать по мере их запоминания.
- Непосредственно **перед экзаменом повторять только ведущие идеи** и самые **важные формулировки**.

НА ЭКЗАМЕНЕ БУДУТ ПРЕДЛОЖЕНЫ СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

1. Сущность туризма как социально-экономической системы.
2. Факторы, влияющие на развитие туризма.
3. Классификация туризма и его функций.
4. Классификация туристов как субъектов туризма.
5. Характеристика туристского продукта и туристских ресурсов.
6. Содержание туристской деятельности и туристской индустрии.
7. Туристская политика, ее содержание и направления.
8. Органы управления туризмом.
9. Основы стандартизации и сертификации в туризме.
10. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект, определение его миссии и целей.
11. Организационно-правовые формы туристского предприятия, обоснование управленческой структуры турфирмы.
12. Разработка учредительных документов, государственная регистрация и организационное оформление туристского предприятия.
13. Прекращение деятельности туристского предприятия.
14. Сущность тура как основного продукта деятельности туроператора.

15. Технология проектирования тура, формирования, продвижения и реализации.
16. Контроль и оценка туроперейтинга.
17. Характеристика средств размещения туристов, их классификация и типология.
18. Основные службы гостиницы и их назначение.
19. Организация питания в туризме.
20. Транспорт как средство обеспечения туристской деятельности.
21. Виды транспортных средств и их использование в обеспечении туристских перевозок.
22. Экскурсии, их сущность и структура.
23. Содержание и комплекс задач экскурсионного обслуживания.
24. Сущность договора, его содержание и требования к составлению.
25. Характеристика основных договорных отношений и их классификация.
26. Туристские формальности, их разновидности и необходимость соблюдения.
27. Общая характеристика страхования.
28. Обеспечение безопасности в туризме.
29. Виды страхования, применяемые в туризме.
30. Современные направления компьютеризации туристского бизнеса.
31. Информационные технологии, используемые в работе туристских предприятий.
32. Интернет. Интернет-технологии в туризме.
33. Международный туризм как специфическая форма торговли услугами.
34. Состояние и прогнозы развития международного туризма.
35. Международные туристские организации.
36. Международные туристские выставки и ярмарки.

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТУРИСТСКИХ ТЕРМИНОВ

АВИАТАРИФ

Стоимость перевозки одного пассажира на самолете на определенное расстояние. В международных перевозках различают индивидуальные, групповые, обычные и специальные авиатарифы.

АВТОМОБИЛЬНЫЙ ТУРИЗМ (АВТОТУРИЗМ)

Популярный вид отдыха, путешествие с использованием автомобильного транспорта по основной части маршрута. Путешествуя на собственном автомобиле или собираясь небольшой группой из не-

скольких автомобилей, туристы чаще всего не прибегают к услугам организаторов туризма.

АГЕНТСКИЙ ДОГОВОР

Договор между туристическим оператором и агентством, регламентирующий их статусы в совместной деятельности по продвижению и реализации туристических услуг населению.

АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ

Вид путешествия, связанный с активными способами передвижения по маршруту и совершаемый человеком в рекреационных и спортивных целях.

А-ЛЯ КАРТ

Метод обслуживания на предприятиях общественного питания, при котором предполагается индивидуальное обслуживание постояльцев по системе заказного меню.

АМЕРИКАНСКИЙ ПЛАН

Гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и трехразового питания.

АНГЛИЙСКИЙ ЗАВТРАК

Полный завтрак, обычно включает в себя фруктовый сок, яичницу с ветчиной, тосты, масло, джем и кофе или чай.

АННУЛЯЦИЯ

Отмена туристической поездки.

АПАРТ-ОТЕЛЬ

Гостиница, номера в которой состоят из апартаментов.

АПАРТАМЕНТЫ

Тип номеров в гостиницах, по своему оформлению приближенных к виду современных квартир, включая места для приготовления еды (стоимость питания обычно не включается в стоимость номера).

АСИСТАНС

Профессиональная поддержка страховщика, занимающегося страхованием туристов, выезжающих за рубеж, страховщиком другого государства.

АУТГОЙНГОВЫЙ ТУРОПЕРАТОР

Туроператор, который специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы.

БАГАЖНАЯ КВИТАНЦИЯ

Оформляемый авиакомпанией и выдаваемый пассажиру при регистрации багажа официальный документ, подтверждающий, что авиакомпания берет на себя перевозку этого багажа и выдачу его пассажиру по окончании перевозки.

БЕЗОТЗЫВНОЕ БРОНИРОВАНИЕ

Его смысл – в резервировании туроператором определенного количества комнат на сравнительно небольшой временной период (чаще всего на праздничные либо на другие пиковые даты) с указанием в заявке крайнего срока оплаты брони.

БЕРЕГОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Совокупность услуг (экскурсий, театральных представлений и т.д.), предоставляемых участнику круиза в портах захода круизного судна в период его стоянки.

БЕСПОШЛИННЫЙ ВВОЗ

Пропуск для перевоза через таможенную границу соответствующей страны товаров без обложения их ввозными пошлинами. Обычно беспошлинно пропускаются предметы личного обихода в разумных пределах.

БИЗНЕС-ТУР

Тип путешествия, который необходим деловым людям и, возможно, требующий особого сервиса, например комнату для переговоров, услуг секретарей.

БЛОК-ЧАРТЕР

Аренда определенной части транспортного средства на один или несколько регулярных рейсов.

БОНУСНАЯ СИСТЕМА АВИАКОМПАНИЙ

Система премий для клиентов конкретной авиакомпании за достижение установленных показателей числа продолжительности полетов, летных часов и т.д.

БОТЕЛЬ

Вид средства размещения, гостиница, расположенная на водном судне, стоящем на приколе.

БРОНИРОВАНИЕ

Предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату.

БРЭНД ТУРИСТИЧЕСКИЙ (БРЭНД)

Это обязательство организации-продавца предоставить потребителю услугу, отвечающую определенному набору свойств и преимуществ.

БУНГАЛО

Отдельная постройка, используемая для размещения туристов, часто предлагается в тропических и южных странах.

БЮРО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Бюро в гостинице, осуществляющее разнообразный информационный сервис, валютно-финансовые операции, обеспечение его транспортными билетами и билетами для посещения культурно-зрелищных мероприятий, организацию медицинской помощи.

ВАУЧЕР

Документ, выданный туристской или транспортной фирмой в подтверждение того, что турист оплатил конкретные виды услуг: проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и т.д. и являющийся основанием для получения этого обслуживания.

ВЕЛОСИПЕДНЫЙ ТУРИЗМ

Популярный вид активного отдыха, имеющий множество разновидностей: от небольших прогулок и экскурсий до сложных велосипедных путешествий. Маршруты велосипедного туризма прокладываются в различной местности: по проселочным дорогам, по равнинам и через горные перевалы. Для велосипедного туризма разработаны специальные конструкции велосипедов.

ВИЗА

Специальное разрешение соответствующих органов иностранного правительства на въезд, выезд, проживание или проезд через территорию данного государства.

ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ

Туризм внутри страны. Особенностью внутреннего туризма является временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и других туристских целей. Осуществляется только в пределах национальных границ этой страны. Используется для определения туризма резидентов в пределах собственной страны. В международных расчетах и статистике внутренний туризм может относиться к определению деятельности и расходов на туризм и нерезидентов в данной стране. Внутренний туризм не представляет собой отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.

ВОДНЫЙ ТУРИЗМ

Вид туризма, при котором отдых осуществляется на воде с использованием байдарок, лодок, катамаранов, теплоходов и других плавательных средств.

ВСЕ ВКЛЮЧЕНО (all inclusive)

Система обслуживания в отелях, при которой питание, напитки (чаще всего местного производства) и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Разновидностью данной системы обслуживания является система *max inclusive*, когда перечень дополнительных услуг может быть существенно расширен и включать бесплатное пользование сауной, парикмахерской, занятия различными видами спорта и т.д.

ВСТРЕЧА И ПРОВОДЫ

Набор услуг (помощь переводчика, поднос багажа, автотранспорт), предоставляемых туристам при их доставке с ж/д вокзала, из аэро- или морского порта в гостиницу и обратно.

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ

Путешествия в пределах страны лиц, не проживающих в ней постоянно, с туристскими целями без занятия оплачиваемой деятельностью из местного источника.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Туры для гурманов и любителей вкусной еды. Многие туристские регионы привлекают путешественников изысканной кулинарией или винами. В проспектах туристских фирм содержится информация о характерных для данной местности блюдах для гурманов.

ГИД

Проводник-профессионал, показывающий туристам достопримечательности города или местности.

ГОРНЫЙ ТУРИЗМ

Походы, предусматривающие прохождение маршрутов пешком по горной местности, преодоление перевалов выше 3000–3500 м, прохождение скальных участков, крутых склонов, ледников, снежников, горных рек. Для горного туризма используется специальное снаряжение: ледорубы, высокогорные ботинки, «кошки», скальные и ледовые крючья, карабины, веревки и т.д.

ГРУППОВОЙ ТУР

Есть тип туристической поездки, количество участников которой делает экономически более выгодным не приобретение проездных билетов на регулярных транспортных маршрутах, а аренду транспортного средства целиком.

ГРУППОВОЙ ТУРИЗМ

Вид туризма, при котором туристское путешествие совершают группы людей (в том числе и семьи) по индивидуальному плану или по плану туристской фирмы, включающему определение районов посещения, продолжительность остановок, условий ночлега и т.п. Во время путешествия группы возникает временный коллектив, который обеспечивает высокую степень воспитательного воздействия в ходе встреч, контактов и бесед, предусмотренных программами пребывания групп на маршрутах или туристских центрах. Возможность получения группового тарифа делает этот вид туризма весьма привлекательным.

ДАЙВИНГ

Подводное погружение с аквалангом.

ДАЛЬНИЙ ТУРИЗМ

Поездки, требующие значительных затрат времени на проезд к месту назначения (свыше четырех часов самолетом, четырех дней автомобилем и четырех-пяти дней теплоходом или поездом и т.д.).

ДЕТСКИЙ ТУРИЗМ

Организованное путешествие группы детей школьного возраста (от 7 до 17 лет) в сопровождении руководителя. В современных условиях существует в новых формах: образовательного детского туризма с целью изучения иностранного языка; оздоровительного детского туризма в спортивных и летних лагерях, расположенных как на территории нашей страны, так и за рубежом; экскурсионно-познавательного детского туризма и т.д. Существуют турфирмы, специализирующиеся на детском туризме.

ДЕСТИНАЦИЯ

Направление движения транспортного средства (обычно самолета).

ДОГОВОР-ТУР

Договор о предоставлении туристических услуг, который является основным документом, юридически подтверждающим факт коммерческой сделки между туристом и туристской фирмой. Подписывается между туристом и туристской фирмой (туроператором или турагентом), в которую турист обратился с целью приобретения турпакета.

ДОРОЖНЫЙ ЧЕК

Банковское платежное средство, которое может быть обменено на наличные деньги в той валюте, в которой оно выписано, или на эквивалентную сумму в иностранной валюте по действующему курсу. Банки, выдающие дорожные чеки, гарантируют полный возврат денег в случае утери этих чеков в результате кражи, уничтожения и т.п.

ДЬЮТИ-ФРИ (duty free)

Система беспошлинной торговли в аэропортах, на бортах самолетов, паромах и других транспортных средствах, или в отдельных местах посещения иностранцев (как правило, сигареты, вино, парфюмерия и сувениры).

ЕВРОЛАЙН

Международная ассоциация перевозчиков, объединяющая 35 крупных европейских автобусных компаний. Система Евролайн соединяет между собой 21 крупнейший город Европы. При использовании специального проездного билета Евролайн-пас можно получать значительные скидки в течение от 30 до 60 дней на пассажирские автобусные рейсы по Европе без возрастных ограничений.

ЕВРОПЕЙСКИЙ ПЛАН

Гостиничный тариф, включающий в себя только стоимость размещения (без стоимости питания).

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ КРУИЗ

Железнодорожная туристская поездка в течение нескольких дней по круговому маршруту с использованием поезда не только для передвижения, но и для предоставления туристам размещения, питания и т.д., с остановками по маршруту для проведения экскурсий.

ЗАМКНУТЫЙ КРУГОВОЙ МАРШРУТ

Круговой маршрут с транспортировкой пассажиров до места назначения и обратно одним и тем же видом транспорта.

ЗЕЛЕНЫЙ КОРИДОР

Место пересечения границы для провоза вещей, не подлежащих обязательному таможенному декларированию.

ИНВАЛИДНЫЙ ТУРИЗМ

Вид рекреационного туризма, рассчитанного на людей с ограниченными физическими возможностями.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТУР

Тур с определенным набором туруслуг, заказанный клиентом (или небольшой группой) по своему усмотрению, включая размещение, питание, трансфер, экскурсионную и развлекательную программу.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Путешествие одного человека по собственной программе. Турфирмы выполняют заказы туристов-индивидуалов (определение районов посещения, продолжительности остановок, условий ночлега и т.п.). Индивидуальный туризм может развиваться по каналам родственных и семейных связей, творческих обменов и посещений по приглашению. Индивидуальный туризм практикуется также по программам социального и молодежного туризма. Обслуживание при индивидуальном туризме осуществляется специальными, обычными или специализированными турфирмами.

ИНКАМИНГ

Функция туроператора по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан.

ИНКЛЮЗИВ-ТУР

Основной вид индивидуального или группового тура. Как правило, представляет собой жестко спланированную по маршруту, времени, сроку, набору и качеству услуг поездку, которая продается потребителю как неразделимый на элементы товар по общей цене, обычно включающий в себя стоимость как обслуживания, так и поезда по маршруту.

ИНСАЙДИНГ

Вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт – то есть туры по территории своей страны для своих сограждан.

ИНТЕНСИВ-ТУРИЗМ

Разновидность делового туризма, т.е. туристические поездки (обычно групповые), предоставляемые администрацией предприятий и учреждений своим сотрудникам на исключительно льготных условиях или бесплатно в качестве премии за высокие производственные показатели.

ИНФОТУР

Это поездки, организуемые отечественным аутгоинговым туроператором, участниками которых становятся представители туристического истеблишмента региона или даже страны.

КАРАВАНИНГ

Распространенный вид автомобильного туризма на караване или автомобиле типа «дом на колесах» со специально оборудованным для жилья кузовом или прицепом.

КАРТОЧКА ПРИБЫТИЯ

Специальный бланк, заполняемый пассажиром, прибывающим в другую страну самолетом или теплоходом, и сдаваемый пограничной службе.

КАЙОНИНГ

Спуск по горным рекам и водопадам в гидрокостюмах без применения плавсредств.

КАТАЛОГ ТУРОПЕРАТОРА

Красочный иллюстрированный носитель информации о предложениях туроператора в конкретном туристическом сезоне. Выполняет рекламную функцию. Распространяется как среди агентов, так и прочих заинтересованных лиц.

КЕМПЕР

Турист, путешествующий на автотранспорте и пользующийся кемпингом.

КЕМПИНГ

Лагерь для автотуристов, оборудованный палатками или другими легкими сооружениями летнего типа (например, бунгало), автомобильной стоянкой, системой водоснабжения и канализации и оснащенный приспособлениями для приготовления пищи.

КЛАСС

Разряд пассажирских железнодорожных вагонов, кают на теплоходах, мест на самолетах, устанавливаемый в зависимости от степени удобств, предоставляемых пассажирам (туристам).

КОМБИНИРОВАННЫЙ БИЛЕТ

Билет на поездку с использованием двух и более транспортных средств (например, самолет–теплоход, поезд–автобус и т.д.).

КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Стандартный набор туристических услуг, обычно включающий в себя встречу и проводы, размещение в гостинице, питание и экскурсионное обслуживание.

КОННЫЙ ТУРИЗМ

Форма активного отдыха, вид спортивного туризма.

КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ЗАВТРАК

Легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, сока, булочки, масла и джема.

КРУИЗ

Морская или речная туристская поездка на теплоходе, используемом как средство перевозки, размещения, питания, развлечений и т.д., включающая в программу береговое обслуживание.

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ

Вид международного туристского путешествия, связанный со знакомством туристов с национальными культурами, обычаями, традициями в стране пребывания.

ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Вид туризма, совершаемый с оздоровительными или лечебными целями. Курорты предоставляют туристам комплексы лечебно-оздоровительных процедур, услуги массажных кабинетов и т.п.

ЛОББИ ТУРОПЕРАТОРОВ

Возможность туроператоров оказывать давление на прямо или косвенно зависящих от его функционирования предприятия других сфер экономики или органы власти курортных регионов.

ЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ

Разновидность спортивного туризма, предусматривающая прохождение маршрута на лыжах по равнинам и предгорьям. Лыжный туризм требует специальной подготовки участников и повышенного внимания организаторов.

МАНИФЕСТ

Список членов команды и пассажиров морского пассажирского судна с указанием паспортных данных.

МАРШРУТ

Заранее намеченный или установленный путь следования путешественников (туристов) или транспортных средств.

МАСТЕР-КЛАСС

Один из инструментов стимулирования турагентов, проводится для заинтересованных в получении новых знаний и навыков работни-

ков туристских агентств с участием ответственных за направление менеджеров туристского оператора.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ БИЛЕТ

Документ определенной формы, подтверждающий факт учебы в университете или другом высшем учебном заведении, для получения ряда льгот студентами при совершении туристских поездок.

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ АМЕРИКАНСКИЙ ПЛАН

Гостиничный тариф, включающий в себя стоимость размещения и двухразового питания (завтрак и обед или завтрак и ужин).

МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ

Конкретный вид туристской деятельности юношества и подростков, реализуемый как в рамках национальных границ, так и на региональном и мировом уровнях.

МОТЕЛЬ

Гостиница для автотуристов, расположенная на автостраде, как правило, оборудованная гаражом, станцией технического обслуживания, автозаправочной станцией и другими службами, необходимыми автотуристам.

МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ

Разновидность туризма, специфика которого заключается в использовании туристского потенциала музеев и прилегающих к ним территорий. Сотрудничество музеев и туризма основано на формировании системы историко-культурных и природных территорий.

НЕОРГАНИЗОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Самодетельные поездки туристов, как правило, организуемые самими туристами без помощи туристского сбытового аппарата; оплата услуг обычно производится по мере пользования ими.

НОРМА БАГАЖА

Максимальный вес или габарит багажа, принимаемого авиакомпанией к бесплатной перевозке. Нормы дифференцированы по классам пассажирских мест.

НОСТАЛЬГИЧЕСКИЙ (ЭТНИЧЕСКИЙ) ТУРИЗМ

Вид туризма, который совершается людьми на места своего исторического проживания. Участники ностальгического туризма – в основном пожилые люди, которые ранее проживали в данной местности.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Туристская поездка, в которой турист совмещает отдых с обучением.

ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПОЕЗДКА (РЕКЛАМНЫЙ ИЛИ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ТУР)

Бесплатный или льготный тур, организуемый для турагентств и (или) сотрудников авиакомпании с целью их ознакомления с определенными туристскими маршрутами и центрами.

ОРГАНИЗАТОР ТУРА

Частное лицо (иногда турагент) или организация, собирающая группу туристов для участия в туре, предлагаемом туристской фирмой. Как правило, организатору тура может предоставляться возможность бесплатной поездки по данному маршруту.

ОРГАНИЗОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Поездка, организуемая туристскими фирмами по стандартному или разработанному самим туристом маршруту.

ПАЛОМНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

РАЗНОВИДНОСТЬ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА, СОВЕРШАЕМОГО ВЕРУЮЩИМИ людьми разных конфессий по святым местам.

ПАНСИОН

Небольшая частная гостиница (на 5–10 номеров), в которой обслуживание гостей обеспечивается владельцем или семьей, которые обычно проживают в этом же здании.

ПАРКИНГ

Место для стоянки автотранспорта.

ПАРОМ

Самоходное судно, специально оборудованное для перевозки пассажиров и транспортных средств (автомобилей, ж/д. вагонов и пр.) при перевозке через водоемы (моря, проливы и пр.).

ПЕРЕВЕС БАГАЖА

Излишки багажа (по весу и габаритам) сверх установленного авиакомпанией предела, перевозка которых оплачивается пассажиром дополнительно.

ПЕШЕХОДНЫЙ ТУРИЗМ

Разновидность туристского путешествия, которое осуществляется пешком. Маршруты пешеходных походов чаще прокладываются на равнине или в предгорьях, невысоких горах (ориентировочно до 3000 м), практически в любых районах. Для пешеходного туризма необходимо специальное снаряжение: рюкзак, палатка, обувь и т.п.

ПЛАН-КАРТА

Схема расположения мест в каютах или купе.

ПЛАЦКАРТА

Дополнительная к проездному билету карточка или ж/д квитанция на право занятия определенного места в поезде дальнего следования.

ПОЛЕТНЫЙ КУПОН

Часть билета, в обмен на которую авиакомпания предоставляет пассажиру перевозку на указанном в ней участке.

ПОЛНЫЙ ПАНСИОН

Вид питания в гостиницах, при котором в стоимость проживания включается трех- или четырехразовое питание.

ПОЛУПАНСИОН

Вид питания в гостиницах, при котором завтрак и ужин или завтрак и обед включены в стоимость проживания.

ПОРТ ЗАХОДА

Пункт промежуточной стоянки морского пассажирского судна, предусмотренный его маршрутом.

ПОРТОВЫЙ СБОР

Сбор, взимаемый с пассажиров при их прибытии в какой-либо город или страну, при отъезде из какого-либо города или страны в случае прохождения ими через морской, речной или аэропорт.

ПОСАДОЧНЫЙ ТАЛОН

Карточка, выдаваемая пассажирам на авиа- и морских линиях, которую они обязаны сдать контрольной службе при посадке.

ПРЕЗЕНТАТИВНЫЙ ТУРОПЕРАТОР

Презентативная форма аутгоингового туроперейтинга является высшей стадией развития туроперейтинга, характеризующейся наличием у туроператора представительства на курорте (как частного лица, так и целого отделения, филиала).

ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Вид туризма, связанный с организацией нестандартных туров в экзотические и экологически чистые природные резервации, с необычными нетрадиционными транспортными средствами. К приключенческому туризму относятся походы.

ПРИОРИТЕТНОЕ БРОНИРОВАНИЕ

Безрисковая форма взаимоотношений туроператора и отельера, характеризующаяся первоочередностью рассмотрения заявок туроператора менеджерами службы бронирования отеля.

ПРОФИЛЬ ТУРОПЕРАТОРА

Есть доминирующие в его ассортименте виды или географические направления туров, торговля которыми приносит основную долю прибыли.

ПРЯМОЙ РЕЙС

Рейс, при котором пассажир не делает пересадок на всем пути следования от пункта вылета до пункта назначения.

ПУЛ

Есть временное объединение усилий и ресурсов туристических операторов для достижения общей коммерческой цели (например, при организации чартерного полета).

ПУТЕВКА ТУРИСТИЧЕСКАЯ

Документ строгой отчетности, который подтверждает факт сделки между туристической фирмой и потребителем, факт оплаты туристом полной стоимости тура, указанной в договоре и гарантии организации определенных условий тура со стороны туроператора.

ПЭКИДЖ-ТУР

Любой тур (индивидуальный или групповой), включающий в себя некоторый набор услуг (перевозка, размещение, питание, экскурсии и т.д.), общая продажная стоимость которого равна стоимости его элементов.

РАСЧЕТНЫЙ ЧАС

Момент начала (окончания) суток (обычно 12.00 часов дня), до наступления которого клиент гостиницы обязан освободить номер либо оплатить полностью или частично следующую ночевку.

РАФТИНГ

Сплав по горным рекам на лодках, катамаранах или плотках, не оборудованных моторными средствами.

РЕГИСТРАЦИОННАЯ КАРТОЧКА

Выдаваемый в ряде стран пограничными властями временным посетителям при въезде в страну и возвращаемый ими пограничным властям при выезде из страны документ, подтверждающий регистрацию этих посетителей властями данной страны.

РЕГУЛЯРНЫЙ РЕЙС

Рейс, выполняемый постоянно в течение определенного срока в соответствии с заранее опубликованным расписанием.

РЕКЛАМАЦИЯ

Претензия; заявление одной стороны о том, что другая сторона не выполнила (полностью или частично) лежащих на ней обязательств, и требование в связи с этим соответствующего возмещения.

РЕКЛАМНЫЙ ТУР

Бесплатный или льготный тур, организуемый для турагентств и (или) сотрудников авиакомпании с целью их ознакомления с определенными туристскими маршрутами и центрами.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Это природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, которые обладают специфическими свойствами и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в определенное время или сезон с помощью существующих технологий и имеющихся материальных возможностей.

РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЙ ТУРОПЕРАТОР

Репрезентативная форма сотрудничества аутгоингового туроператора с иностранным курортом заключается в доверении «наземного обслуживания» своих туристов иностранному партнеру.

РЕФЕРЕНС

Является свидетельством регистрации инкамингового туроператора при департаменте консульской службы МИД РФ, дает туроператору право на предоставление визовой поддержки иностранным гражданам, желающим посетить Российскую Федерацию.

РЕЦЕПЦИЯ

Общий зал или комната в гостиницах для приема, регистрации и оформления гостей, а также нахождения дежурных-портье для приема и выдачи ключей от номеров и выполнения различного вида поручений гостей отеля.

РУЧНОЙ БАГАЖ

Вещи, которые пассажиру разрешено авиакомпанией без дополнительной платы перевозить при себе, причем ответственность за сохранность ручного багажа лежит на самом пассажире.

САМОДЕЯТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

Путешествие с использованием активных способов передвижения, организуемых туристом самостоятельно.

САФАРИ

Туристическая поездка с целью охоты или знакомства с местной природой, как правило, в странах Центральной Африки.

СВАДЕБНЫЙ ТУРИЗМ

Вид туризма, рассчитанный на молодоженов.

СЕМЕЙНЫЙ ПЛАН

Система скидок со стоимости размещения, предоставляемых в некоторых странах гостиницами членам одной семьи, путешествующим вместе.

СЕРТИФИКАЦИЯ ТУРУСЛУГ

Процедура проверки качества предлагаемых продуктов туристской фирмы с последующей выдачей сертификата соответствия качества.

СИСТЕМА ФОРТУНА

Продажа пакета туруслуг со скидкой за размещение без указания конкретной гостиницы, название которой становится известно при приезде на место отдыха. При этом гарантируется размещение в отеле определенной категории.

СКИ-ПАСС

Разрешение или пропуск на пользование подъемниками в определенном месте для спуска на горных лыжах или сноуборде.

СНОУБОРД

Спуск по снегу с горных склонов на специально оборудованной доске.

СОПРОВОЖДАЮЩИЙ

Служащий туристской фирмы, в обязанности которого входит сопровождение туристов по маршруту, организация размещения, питания и перевозки.

СПОРТИВНЫЙ(АКТИВНЫЙ) ТУРИЗМ

Вид активного отдыха; активные и целенаправленные виды физической подготовки и упражнений, тренировки, например, плавание, бег, велосипедные прогулки и др. Главная задача – гарантирование возможности заниматься выбранным видом спорта.

СТИК

Бланк проездного билета (авиа- или железнодорожного), бланк строгой отчетности.

СТОП-ЛИСТ

Документ, содержащий информацию об отелях или турах, продажа которых на указанные даты закончена, предназначен для туристских агентств.

СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

Разновидность молодежного туризма; путешествия студентов и учащихся.

ТАБЛЬ-ДОТ

Метод обслуживания на предприятиях общественного питания, при которой в залах ресторана накрываются большие столы, сервируются приборами, количество которых соответствует числу постояльцев.

ТАЙМШЕР

Покупка права пользования номером на одну-две недели в том или ином месте в течение продолжительного периода. При этом создаются условия для обмена местами отдыха, что позволяет владельцам таймшеров менять место отдыха.

ТАКС-ФРИ (tax free)

Система частичного возврата налога на добавленную стоимость в ряде стран при покупке и вывозе товара иностранцами. Как правило, используется в крупных магазинах при приобретении товара свыше определенной суммы. Деньги могут возвращаться при пересечении границы или в стране постоянного пребывания.

ТАМОЖЕННАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ

Письменное или устное заявление со стороны туристов таможенным властям при пересечении границы, содержащее сведения о перевозимых туристами вещах и предметах.

ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА

Налог, которым облагаются некоторые товары, пропускаемые через границу какой-либо страны.

ТАМОЖЕННЫЕ ЛЬГОТЫ

Частичное или полное освобождение от уплаты таможенной пошлины на ввоз в страну предметов или товаров, обычно облагаемых пошлиной; частичное или полное снятие ограничений на вывоз из страны определенных предметов или товаров.

ТАМОЖНЯ

Государственное учреждение, осуществляющее контроль и пропуск товаров и личных вещей, провозимых через границу, и взимание таможенной пошлины.

ТАРИФЫ АВИАБИЛЕТОВ

Дифференцированная система оплаты авиаперевозки в зависимости от уровня предоставляемых услуг, условий использования, обмена и возврата авиабилетов. Некоторые виды тарифов: экскурсионный – бронь в любой день, обратная дата может быть открыта в пределах срока действия тарифа, сдача билета в любой момент с потерей небольшой суммы. Молодежный – скидка около 20% от основного экскурсионного тарифа. Групповой льготный тариф для группы от 6–10 человек на срок пребывания от 6 дней до 1 месяца. АРЕХ – бронь не менее чем за 7 дней, даты вылета туда и обратно строго фиксированы, штраф при сдаче билетов за 7 дней – 50%, при более позднем сроке сдачи билетов деньги не возвращаются. РЕХ – бронь в любое время, дата вылета строго фиксируется, штраф 50% при возврате билета до регистрации вылета.

ТОПЛЕС

Использование купальника без верхней части (в некоторых странах не рекомендуется или запрещается).

ТРАНЗИТ

Провоз пассажиров (туристов) из одной страны в другую через промежуточную страну.

ТРАНСФЕР

Любая перевозка туриста внутри туристского центра (доставка с вокзала, аэропорта или морского порта в гостиницу и обратно; с одного вокзала, аэро- или морского порта на другой; из гостиницы в театр и обратно).

ТРЕККИНГ

Пешие походы по пересеченной местности без специальной подготовки участников.

ТУР

Туристская поездка по определенному маршруту в определенный срок с определенным комплексом услуг (перевозка, размещение, питание и др.). Различается индивидуальное и групповое путешествие.

ТУРДОКУМЕНТЫ

Документы, выдаваемые туристам обслуживающей их туристской фирмой в обмен на ваучер в первом пункте обслуживания (гостиничные талоны, талоны на питание и экскурсии), по которым туристам предоставляются конкретные туристические услуги.

ТУРИСТСКАЯ ФИРМА

Предприятие, осуществляющее сбыт туристических услуг потребителям.

ТУРАГЕНТ

Туристская фирма, занимающаяся реализацией туров населению, организуемых туроператорами, а также продажей потребителям отдельных туристических услуг (транспортных билетов, экскурсий и т.п.).

ТУРОПЕРАТОР

Туристская фирма, занимающаяся разработкой туров, рассчитанных на массовый потребительский спрос, их рекламой и сбытом через сеть розничных турагентов.

ТУР-ПАКЕТ

Комплекс туристских услуг, упорядоченный по месту, времени оказания, согласованный по составу, качеству и цене.

ТУРПРОДУКТ

В его составе туристская фирма передает туристу комплекс имущественных прав (прав требования, обязательственных прав), при наличии которых турист вправе требовать от должников (авиаперевозчика, гостиницы, ресторана и т.п.) исполнения обязательств по оказанию соответствующих услуг в пользу туриста.

УПОЛНОМОЧЕННЫЕ АГЕНТСТВА

Предлагают туры только конкретного оператора, то есть являются своеобразными представительствами оператора на региональных рынках.

ФОРС-МАЖОР

Обстоятельство, наступление которого не могло быть предотвращено стороной, ответственной за исполнение обязательства, и являющееся причиной неисполнения последнего (например, война, стихийное бедствие и т.п.).

ФОТОСАФАРИ

Туристская поездка с целью фотографирования редких животных и растений в естественных условиях их обитания.

ФРАХТОВАНИЕ

Заключение чартера.

ХОСТЕЛ

Разновидность гостиниц с небольшим набором услуг.

ХОТЕЛЬЕР

Человек, являющийся владельцем или представителем топ-менеджмента гостиничного предприятия и представляющий интересы отеля в отношениях с третьими лицами.

ЧАРТЕР

Договор между владельцами транспортного средства (теплохода, самолета, автобуса и т.п.) и фрахтователем (нанимателем) на аренду всего транспортного средства или его части на определенный рейс или срок.

ШЕНГЕНСКАЯ ВИЗА

Единая виза сроком до трех месяцев, которая дает возможность беспрепятственно передвигаться по территории стран Шенгенской группы (Германия, Франция, Бельгия, Голландия, Люксембург, Испания, Португалия, Италия и др.) в течение срока действия визы.

ШВЕДСКИЙ СТОЛ

Вид самообслуживания в ресторанах, кафе, отличающийся тем, что посетители за единую усредненную плату получают любое количество блюд по своему выбору из числа предлагаемых, заранее выставленных в зале.

ШОП-ТУР

Туристская поездка, целью которой является покупка определенных видов товаров, характерных для страны пребывания.

«ЭКСТРА-ВСЕ-ВКЛЮЧЕНО» (схема питания в отеле)

Предоставление постояльцу четырехразового питания и возможности употребления закусок, включая безалкогольные напитки и алкогольные напитки, в течение светового дня (обычно до 00.00 часов).

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ БИРЖИ

Интернет-порталы, в которых собраны и систематизированы предложения нескольких туристских операторов, доступные для обыкновенных или зарегистрированных пользователей.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ (ЭКОТУРИЗМ)

Посещение мест с относительно нетронутой природой и хорошо сохранившимся климатом.

ЭЛОТМЕНТ

Форма взаимодействия туроператора и отельера, при которой оператор заявляет о размерах и длительности собственного блока мест, однако не оплачивает его предварительно, а получает возможность вносить оплату отельеру непосредственно перед каждым заездом туристов.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. Балабанов, И.Т. Экономика туризма / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1999.
2. Боголюбов, В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства» / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – С. 186–188.
3. Борисова, Ю.И. Экономика туризма / Ю.И. Борисова [и др.]. – М., 1996.
4. Бутко, И.И. Туристический бизнес: основы организации / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 384 с.
5. Каурова, А.Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие / А.Д. Каурова. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2006. – 320 с.
6. Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учеб. пособие / М.Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и дополн. – СПб: Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.
7. Горбылева, З.М. Экономика туризма: учеб. пособие для студ. спец. «Экономика и управление на предприятии» учреждений, обеспечивающих получение высш. образования. – Минск: БГЭУ, 2004. – 478 с.
8. Здоров, А.Б. Экономика туризма: учебник по спец. «Менеджмент организации» / Рос. междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2007. – С. 263–264.
9. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: учебник для студ. вузов туристского профиля / Е.Н. Ильина; Рос. междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2002. – С. 188–189.
10. Карпова, Г.А. Экономика современного туризма / Г.А. Карпова. – М.; СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 1998.
11. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000.
12. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.
13. Кусков, А.С. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джалядян. – М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
14. Селиванова, Л.В. Основы индустрии туризма: учеб. пособие / Л.В. Селиванова. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. – 156 с.
15. Темный, Ю.В. Экономика туризма / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Советский спорт, 2003.

16. Туризм и отраслевые системы: учебник для студ. вузов туристского профиля / Междунар. кафедра ЮНЕСКО по культурн. туризму в целях мира и развития. Российская междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 268.
17. Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / редкол.: В.С. Метеж (пред.) [и др.]: М-во статистики и анализа РБ. – Минск: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2005. – 88 с.
18. Шахнович, С.В. Экономика и организация туризма: курс лекций / под ред. С.В. Шахновича: М-во образования РБ, УО «Витебский гос. ун-т им. П.М. Машерова», каф. экон. теории. – Витебск: УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2008. – С. 261–262.
19. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.

Дополнительная

1. Боголюбов, В.С. Экономика туризма: учеб. пособие для студ., обучающихся по спец. «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства» / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – 3-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – 192 с.
2. Горбылева, З.М. Экономика туризма: практикум: учеб. пособие для студ. спец. «Экономика и управление на предприятии» / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2002. – С. 142–143.
3. Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М.: «Нолидж», 1996.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма / А.Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2004.
5. Зорин, И.В. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Афины, 1994.
6. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов; Российская междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 354–358.
7. Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения: материалы IX Международной научной сессии по итогам НИР за 2005 г. «Научное обоснование физ. воспитания, спортивной тренировки и подготовки кадров по физ. культуре и спорту» / сост.: Л.В. Сакун, В.М. Разуванов; редкол.: М.Е. Кобринский (пред.) [и др.]; М-во спорта и туризма РБ, Бел. гос. ун-т физ. культуры. – Минск: БГУФК, 2006. – 111 с.
8. Квартальнов, В.А. Туризм, экскурсии, обмены: Современная практика / В.А. Квартальнов. – М.: Наука, 1993.
9. Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 144 с.

10. Основы туристской деятельности: учебник для лицеев, колледжей и средних специальных учебных заведений туристского профиля / Российская междунар. академия туризма; сост. Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2000. – С. 197.
11. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес: учеб.-практ. пособие / Е.П. Пузакова. – М.: Приор, 2001. – С. 168–169.
12. Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме: учеб. для студ., обучающихся по спец. 061100 – «Менеджмент организации», 351400 – «Прикладная информатика» / Российская междунар. академия туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – С. 369–371.
13. Темный, Ю.В. Введение в экономику туризма: учеб. пособие для вузов туристского профиля / РМАТ-Туристский университет. Волжско-Камский филиал / Ю.В. Темный. – М.: Советский спорт, 2001. – С. 181.
14. Туризм и отраслевые системы: учебник для студ. вузов туристского профиля / Междунар. кафедра ЮНЕСКО по культурн. туризму в целях мира и развития. Российская междунар. академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 268.
15. Туризм и региональное развитие: Материалы II Междунар. науч.-практ. конф., 14–15 мая 2002 г. / Смоленский гуманитар. ун-т; ред. кол.: Л.Ю. Мажар (отв. ред.) [и др.]. – Смоленск: Универсум, 2002. – 419 с.
16. Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь: статистический сборник / редкол.: В.С. Метеж (пред.) [и др.]; М-во статистики и анализа РБ. – Минск: Министерство статистики и анализа Республики Беларусь, 2005. – 88 с.
17. Туристская энциклопедия Беларуси / редкол.: Г.П. Пашков [и др.]; сост.: Л.В. Ловчая, Т.И. Жуковская; под общ. ред. И.И. Пирожника. – Минск: БелЭн, 2007. – С. 633–647.
18. Энциклопедия туризма [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – М.: Медиа, 2000. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Windows 95/98/ME/2000/XP, Celeron 300 Mhz, 64 MB RAM, CD-ROM. – Загл. с этикетки диска.
19. Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие / Г.А. Яковлев. – М.: Изд-во РДЛ, 2002. – С. 236.

Учебное издание

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Методические материалы
к изучению дисциплины «Организация туризма»

Авторы-составители:

ШАХНОВИЧ Сергей Васильевич

ШАХНОВИЧ Елена Сергеевна

КОЗЛОВА Ангелина Борисовна

Технический редактор

Г.В. Разбоева

Корректор

Л.В. Моложавая

Компьютерный дизайн

Е.В. Малнач

Подписано в печать

2012. Формат 60x84¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 2,67. Уч.-изд. л. 2,57. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования

«Витебский государственный университет им. П.М. Машерова».

ЛИ № 02330/0494385 от 16.03.2009.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный университет им. П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.