

ББК 65.43я7

Э 400

Экономика и организация туризма : международный туризм : учеб. пособие для вузов / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев [и др.] ; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : КноРус, 2010. – 565 с. : ил. – ISBN 9785406003640.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	9
1. Основные понятия международного туризма как системы	12
1.1. Системный подход к определению туризма	12
1.2. Категории туризма	16
1.3. Субъекты международного туризма	20
1.4. Туристские потребности: мотивы и цели путешествий	22
1.5. Классификация международного туризма	30
1.5.1. Классификация по типу предложения.....	31
1.5.2. Классификация по способу организации поездки.....	
1.5.3. Классификация по цели путешествия.....	33
1.5.4. Классификация по способу передвижения.....	37
Контрольные вопросы	38
Литература	39
2. Международный туризм как социально – экономическое явление	40
2.1. Современное состояние туризма.....	40
2.2. Туризм и развитие регионов.....	43
2.3. Значение международного туризма.....	45
2.4. Социально – экономическая роль туризма	46
2.5. Факторы, определяющие развитие международного туризма	48
2.6. Международный туризм и занятость населения	56
2.7. Тенденции развития современного туризма	64
Контрольные вопросы	70
Литература	70
3. Международное сотрудничество в области туризма	71
3.1. Цели и задачи сотрудничества в области туризма	72
3.2. Двустороннее сотрудничество	72
3.3. Многостороннее сотрудничество	73
3.4. Основные международные туристские организации.....	77
Контрольные вопросы	82
Литература	83
4. Рынок международного туризма	84
4.1. Особенности рынка международного туризма	84

4.2. Мировой и региональные рынки международного туризма	90
4.3. Методы изучения туристского спроса.....	92
4.3.1. Факторы туристского спроса	93
4.3.2. Методы прогнозирования туристского спроса.....	93
4.3.3. Качественные подходы в туристских исследованиях	94
4.4. Методы сегментации спроса на туристские услуги.....	97
4.4.1. Мотивация путешественников	101
4.4.2. Психологические детерминанты спроса	102
Контрольные вопросы	103
Литература	104
5. География международного туризма	105
5.1. Географические факторы развития международного туризма	105
5.1.1. Физико-географические факторы	105
5.1.2. Экономико-географические факторы.....	110
5.2. География мировых туристских потоков	111
5.3. География некоторых видов международного туризма	115
5.3.1. Туризм с целью отдыха и развлечений	115
5.3.1.1. Спортивные мероприятия	126
5.3.1.2. Горнолыжный туризм.....	128
5.3.2. Деловой туризм	132
5.3.2.1. Конгрессно - выставочный туризм	135
5.3.2.2. Инсентив - туризм	137
5.3.3. Лечебно-оздоровительный туризм.....	140
5.3.3.1. Понятие лечебно-оздоровительного туризма.....	140
5.3.3.2. Основные типы курортов.....	142
5.3.4. Религиозный туризм	154
Контрольные вопросы	162
Литература	162
6. Международный туризм как индустрия.....	163
6.1. Структура индустрии международного туризма	164
6.2. Стандартная международная классификация средств размещения.....	175
6.2.1. Обзор систем классификации средств размещения туристов.....	175
6.2.2. Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной	
классификации	182
6.3. Классификация предприятий питания.....	196
6.4. Информационно-экскурсионное обслуживание в сфере международного	
туризма	202
6.4.1. Состояние системы информационно-экскурсионного обслуживания	202
6.4.2. Методика информационно-экскурсионной работы	212
6.4.3. Композиция экскурсии	219
6.5. Транспортные средства в международном туризме	221

6.5.1. Туризм и транспортные системы.....	221
6.5.2. Автобусный и автотранспортный туризм.....	231
6.5.3. Железнодорожный транспорт.....	240
6.5.4. Воздушный транспорт	244
6.5.5. Водный транспорт	248
6.6. Индустрия развлечений	251
Контрольные вопросы	255
Литература	256
7. Организация туристских путешествий	257
7.1. Роль и место туристских фирм в организации туристских поездок.....	257
7.2. Агентское соглашение	261
7.3. Особенности организации российскими туроператорами международных туров	263
7.4. Налаживание партнерских отношений с иностранными турфирмами.....	264
7.5. Основные функции российского туроператора по направлению	266
7.6. Основные функции российского туроператора по приему.....	269
7.7. Функции и технология работы туристских агентств.....	272
Контрольные вопросы	274
Литература	275
8. Государственное и общественное регулирование международной туристской деятельности.....	276
8.1. Сущность, структура и инструменты государственного регулирования туризма	277
8.2. Механизмы поддержки развития международного туризма	280
8.3. Правовое регулирование международной туристской деятельности в разных странах	283
8.4. Сертификация в международном туризме.....	285
8.5. Стандартизация в международном туризме	289
8.6. Лицензирование как форма государственного регулирования туризма.....	291
8.7. Налоговое регулирование международной туристской деятельности	295
8.8. Туристская политика государства	299
8.8.1. Сущность туристской политики	299
8.8.2. Инвестиционная политика в отношении международного туризма.....	300
8.8.3. Зарубежный опыт регулирования кадровой политики в международном туризме.....	302
8.8.4. Зарубежный опыт проведения экологической политики.....	304
8.9. Правовая основа туристского бизнеса в разных странах	308
8.10. Общественные объединения в туризме.....	312
8.10.1 Международные неправительственные организации.....	313
8.10.2. Международные региональные организации.....	315

8.10.3 Национальные ассоциации туристских агентств.....	316
Контрольные вопросы	316
Литература	317
9. Туристские формальности	318
9.1. Виды формальностей в международном туризме.....	318
9.2. Полицейские формальности	324
9.3. Паспортные формальности.....	326
9.4. Визовые формальности.....	330
9.5. Таможенные формальности и валютный контроль.....	336
9.6. Медико-санитарные формальности.....	341
9.7. Формальности безопасности в международном туризме	343
9.8. Страхование в туризме.....	351
9.8.1. Медицинское страхование туристов	360
9.8.2. Имущественное страхование в туризме	367
9.8.3. Страхование гражданской ответственности в туризме	369
Контрольные вопросы	376
Литература	376
10. Туристские ресурсы.....	377
10.1. Определение и сущность туристских ресурсов	377
10.2. Подходы к классификации туристских ресурсов	378
10.3. Характеристика природных ресурсов.....	381
10.4. Культурно-исторические ресурсы	384
10.5. Социально-экономические ресурсы	385
10.6. Информационные туристские ресурсы	386
Контрольные вопросы	387
Литература	387
11. Методология статистики международного туризма	388
11.1. История вопроса	389
11.2. Концепция статистики международного туризма	392
11.3. Основные единицы туризма	395
11.4. Классификация спроса в статистике туризма.....	397
11.5. Статистика туристских потоков	400
11.6. Статистика туристских доходов и расходов.....	405
11.7. Классификация предложения в международном туризме.....	409
11.8. Организация и методы статистического учета в международном туризме.....	409
Контрольные вопросы	416
Литература	417
12. Основы экономики международного туризма	418

12.1. Принципы и проблемы экономики туризма	418
12.2. Лимитируемые факторы туризма	422
12.3. Затраты в туризме	422
12.4. Туристский продукт	427
12.5. Туристское потребление.....	433
12.6. Туристский экспорт и импорт	436
12.7. Инвестиции в туризм.....	437
12.8. Коэффициент дохода от туризма (мультипликатор)	438
Контрольные вопросы	416
Литература	417
13. Основы менеджмента в международном туризме	444
13.1. Специфика менеджмента в туризме.....	444
13.2. Понятие и сущность менеджмента в туризме.....	456
13.3. Структура, направления и виды менеджмента в туризме	457
13.4. Функции менеджмента в туризме	464
13.5. Внешняя и внутренняя среда в туризме.....	465
13.6. SWOT- анализ в туризме	470
Контрольные вопросы	473
Литература	473
14. Основы маркетинга в международном туризме	474
14.1. Концепция маркетинга международного туризма.....	475
14.2. Анализ рынка международного туризма	477
14.2.1 Маркетинговая информационная система	478
14.2.2 Определение проблем и постановка целей исследования	480
14.2.3 Сбытовые территории.....	480
14.2.4 Сегментация туристского спроса.....	481
14.2.5 Внешняя и внутренняя среда	484
14.3. Маркетинговое планирование.....	485
14.4. Разработка нового туристского продукта	486
14.4.1 Маршрут путешествия.....	488
14.4.2 Структура услуг.....	489
14.4.3 Качество услуг	489
14.4.4 Жизненный цикл турпродукта	491
14.5. Цены на туристские услуги.....	493
14.5.1 Основные ценообразующие факторы.....	494
14.5.2 Политика цен на туристские услуги.....	496
14.6. Продвижение туристского продукта на рынке.....	497
14.6.1 Планирование продвижения турпродукта на рынке	498
14.6.2 Выбор каналов продвижения и рекламоносителей	500

14.6.3 Составление рекламного обращения	503
14.6.4 Исполнение и оценка эффективности рекламы	505
14.7. Каналы распределения и сбыта турпродукта	506
14.7.1 Выбор каналов распределения и сбыта турпродукта	506
14.7.2 Значение материальной базы турагентства для сбыта турпродукта	509
14.8. Внутренний маркетинг	510
14.9. Маркетинговый контроль	506
Контрольные вопросы	512
Литература	514
15. Информационные технологии в международном туризме	515
15.1. Сущность информации и виды информационных технологий в туризме	516
15.2. Предпосылки возникновения и эволюция компьютерных систем бронирования	523
15.2.1 Современное состояние системы «Amadeus»	527
15.2.2. Новые возможности системы «Galileo»	533
15.2.3. Интеграция глобальных дистрибьюторских систем в Интернет	537
15.3. Интернет технологии в туристском менеджменте	542
15.3.1 Элементы и свойства туристских сайтов	547
15.3.2 Основные зарубежные туристские сайты онлайн - бронирования	550
15.4. Системы управления знаниями	560
Контрольные вопросы	564
Задания	565
Литература	565