

Менеджмент в туристской

индустрии

ТУРИЗМ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ



История...

середина XVIII в. – 1840 год, англичанин Томас Кук стал первым в мире организатором целевых групповых поездок по Европе, а затем и за океан, в Америку;

Томас Кук был фанатичным борцом с пьянством, которое в то время было распространено в Англии. В 1840 году он использовал только что открытую в его родном Дербишире железную дорогу для доставки членов созданного им Общества трезвости на съезд в городок

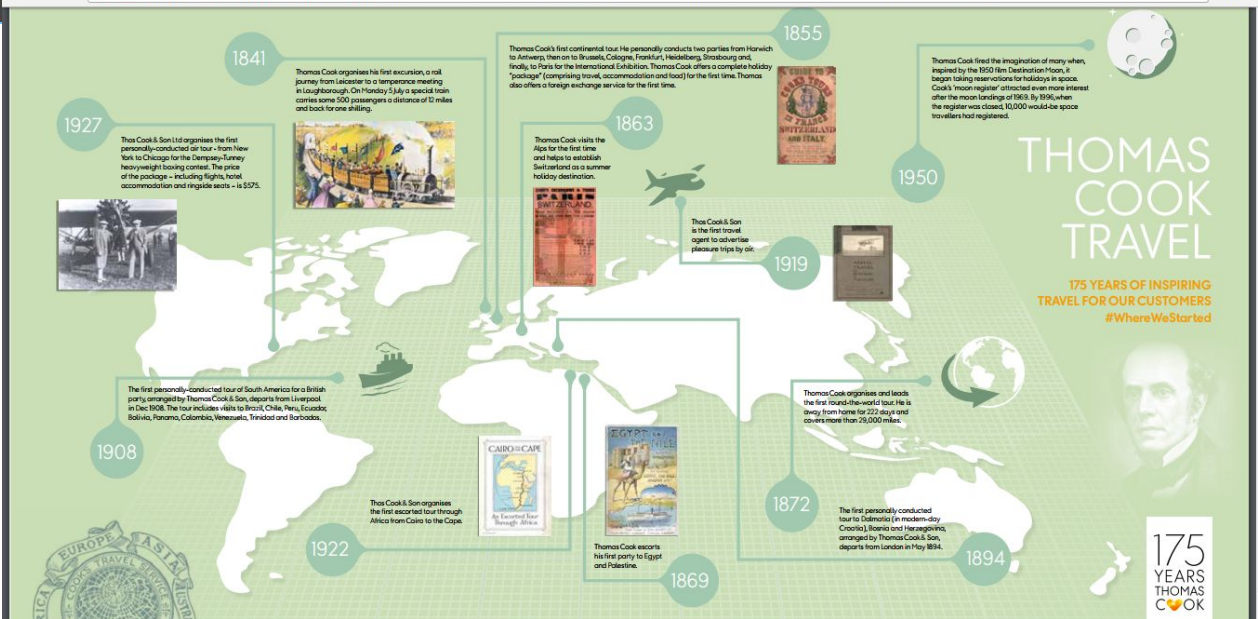


175 YEARS THOMAS COOK

Visit our page and learn more



Our timeless spirit of innovation started in 1841, and since then we have been giving customers what they want, from a partner they trust. [Find out more](#)



THOMAS COOK TRAVEL
175 YEARS OF INSPIRING TRAVEL FOR OUR CUSTOMERS
#WhereWeStarted

1841
Thomas Cook organizes his first excursion, a rail journey from Leicester to a temperance meeting in Loughborough. On Monday 5 July a special train carries some 500 passengers a distance of 12 miles and back for one shilling.

1855
Thomas Cook's first continental tour. He personally conducts two parties from Norwich to Antwerp, then on to Brussels, Cologne, Frankfurt, Heidelberg, Strasbourg and, finally, to Paris for the International Exhibition. Thomas Cook offers a complete holiday 'package' (comprising travel, accommodation and food) for the first time. Thomas also offers a foreign exchange service for the first time.

1863
Thomas Cook visits the Alps for the first time and helps to establish Switzerland as a summer holiday destination.

1869
Thomas Cook escorts his first party to Egypt and Palestine.

1872
The first personally conducted tour in Eastern Europe (modern-day Croatia), Bosnia and Herzegovina, organized by Thomas Cook & Son, departs from London in May 1874.

1884
Thomas Cook organizes and leads the first round-the-world tour. He is away from home for 223 days and covers more than 26,000 miles.

1894
Thomas Cook's first international agent to advertise package holidays by air.

1908
The first personally conducted tour of South America for a British party, organized by Thomas Cook & Son, departs from Liverpool in Dec 1908. The tour includes stops in Brazil, Chile, Peru, Ecuador, Bolivia, Panama, Colombia, Venezuela, Trinidad and Barbados.

1927
Thomas Cook & Son Ltd organizes the first personally conducted air tour - from New York to Chicago for the Dempsey-Tunney heavy-weight boxing contest. The price of the package - including flights, hotel accommodation and ensuite seats - is £375.

1922
Thomas Cook & Son organizes the first escorted tour through Africa from Cairo to the Cape.

1919
Thomas Cook is the first travel agent to advertise package holidays by air.

1950
Thomas Cook firsts the imagination of many when, inspired by the 1950 film Destination Moon, it began taking reservations for holidays in space. Cook's 'moon register' attracted even more interest after the moon landing of 1969. By 1994 when the register was closed, 10,000 would-be space travellers had registered.

Туризм

...



Определение	Авторство
совокупность отношений и явлений, являющихся результатом передвижения людей и пребывания их за пределами своего места проживания до тех пор, пока пребывание не переходит в постоянное местожительство и не связано с получением дохода	В. Хунцикер К. Крапф (Швейцария)
временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства из мест постоянного проживания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания	ФЗ РФ от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности и РФ» (в ред. от 03.05.2012 № 47-ФЗ)
общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных <i>целях</i> для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания	Академия туризма в Монте-Карло

четыре общие

- **Во-первых** формулировка узкоспециализированная, рассматривающая туризм в качестве инструмента для решения специальных, предметных задач.
- **Во-вторых**, односторонне потребительская, когда под туризмом понимается процесс потребления услуг и товаров в свободное от работы время за пределами постоянного местожительства.
- **В-третьих**, туризм как системное образование представляет собой организованную совокупность элементов системы туризма.
- **В-четвертых**, под туризмом понимаются отношения в обществе по поводу использования свободного времени людей за пределами их местожительства, во взаимосвязи с условиями воспроизводства всего спектра необходимых для этого услуг и товаров.



**Определения
понятия
«туризм»,
отражающие
экономическ
ое
значение**

Определение

Туризм - это большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом.

Туризм - это взаимосвязанное объединение видов деятельности и организаций, которые полностью или частично предоставляют услуги транспорта, товары, размещение и другие необходимые средства для поездок с любой целью, не связанной с повседневной деятельностью, за пределами места постоянного проживания.

Туризм — группа связанных отраслей:

- ✓ совокупность гостиниц и иных средств размещения;
- ✓ средств транспорта;
- ✓ объектов общественного питания;
- ✓ объектов и средств развлечения;
- ✓ объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения;
- ✓ организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность;
- ✓ организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.



Определения понятия «туризм», отражающие экономическ ое значение



Определение

Туризм - это совокупность, система, структура, отрасль, которая включает в себя следующие признаки или виды деятельности и услуги:

- ✓ деятельность туристских организаций –туроператоров и турагентов;
- ✓ большинство услуг пассажирского транспорта, включая аренду автомобилей и использование транспорта для экскурсий;
- ✓ средства размещения и питания;
- ✓ рекреационные, культурные, спортивные и другие развлекательные услуги;
- ✓ дополнительные и вспомогательные услуги, такие как, услуги гидов, организация конгрессов, страхование, связанные с туризмом финансовые услуги - кредитные карточки, туристские чеки и вспомогательные службы, медицинское обслуживание,
- ✓ торговля товарами туристского назначения и для использования туристами (беспошлинная торговля, магазины в туристских центрах).

Критерии для выделения туризма из других видов путешествий

1. *обычная среда путешественника (местожительство);*
2. *срок путешествия и мотивация поездки, не относящаяся к поиску постоянной работы или миграции;*
3. *добровольность совершения поездки;*
4. *спрос на туристские объекты, в том числе средства размещения.*

Путешествовать надо так, чтобы тебя запомнили в новой стране и не забыли в родной. Но при этом не разыскивали в обеих.

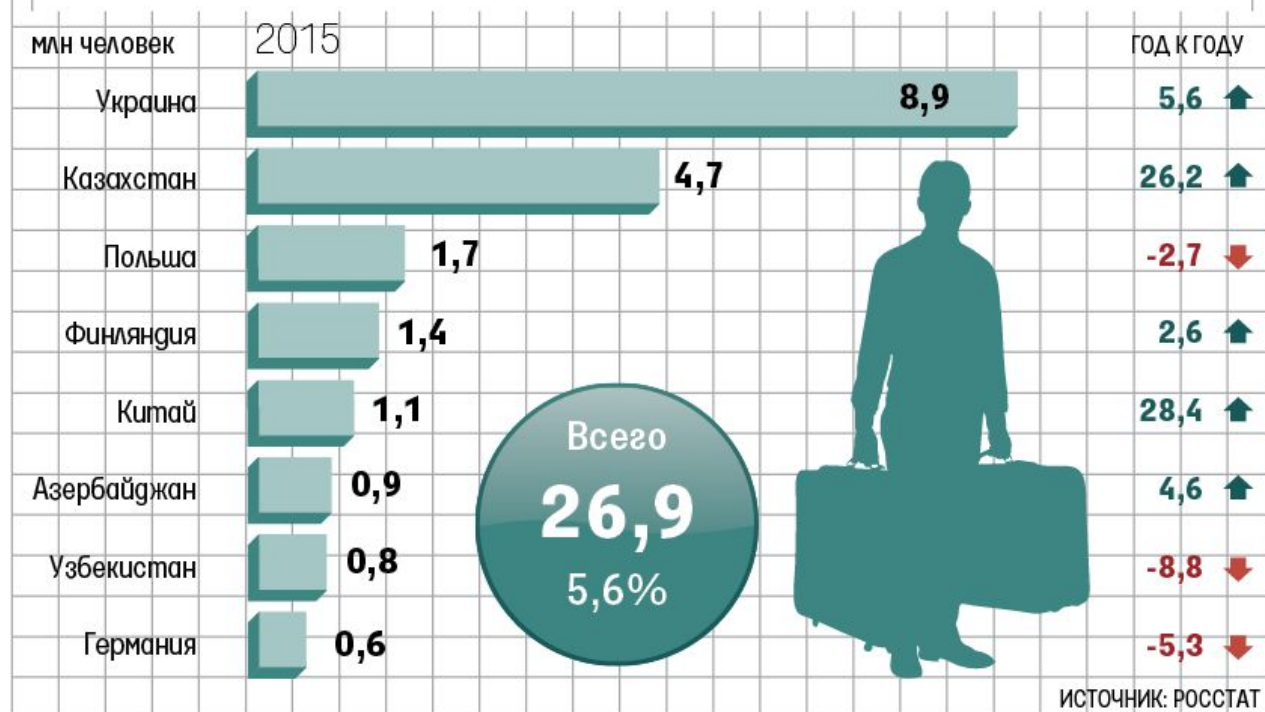


Статистика а туризма 2016 год

Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию – **24 571 000** человек
(Украина, Казахстан, Финляндия, Китай, Польша)

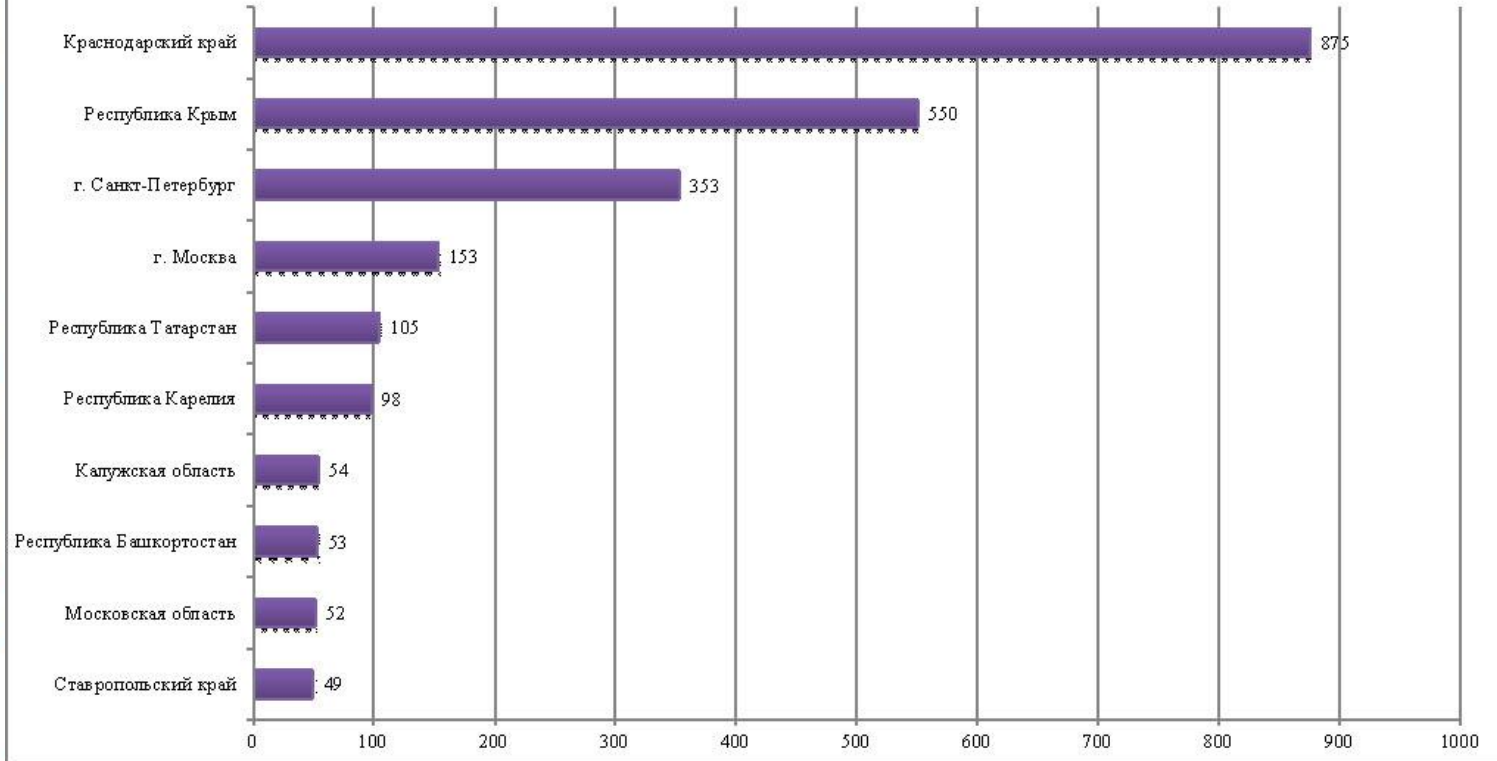
Число выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны – **31 659 000** человек (Абхазия, Финляндия, Казахстан, Украина, Китай, Германия, Эстония)

Кто и откуда путешествует в Россию



Статистика а туризма 2016 год

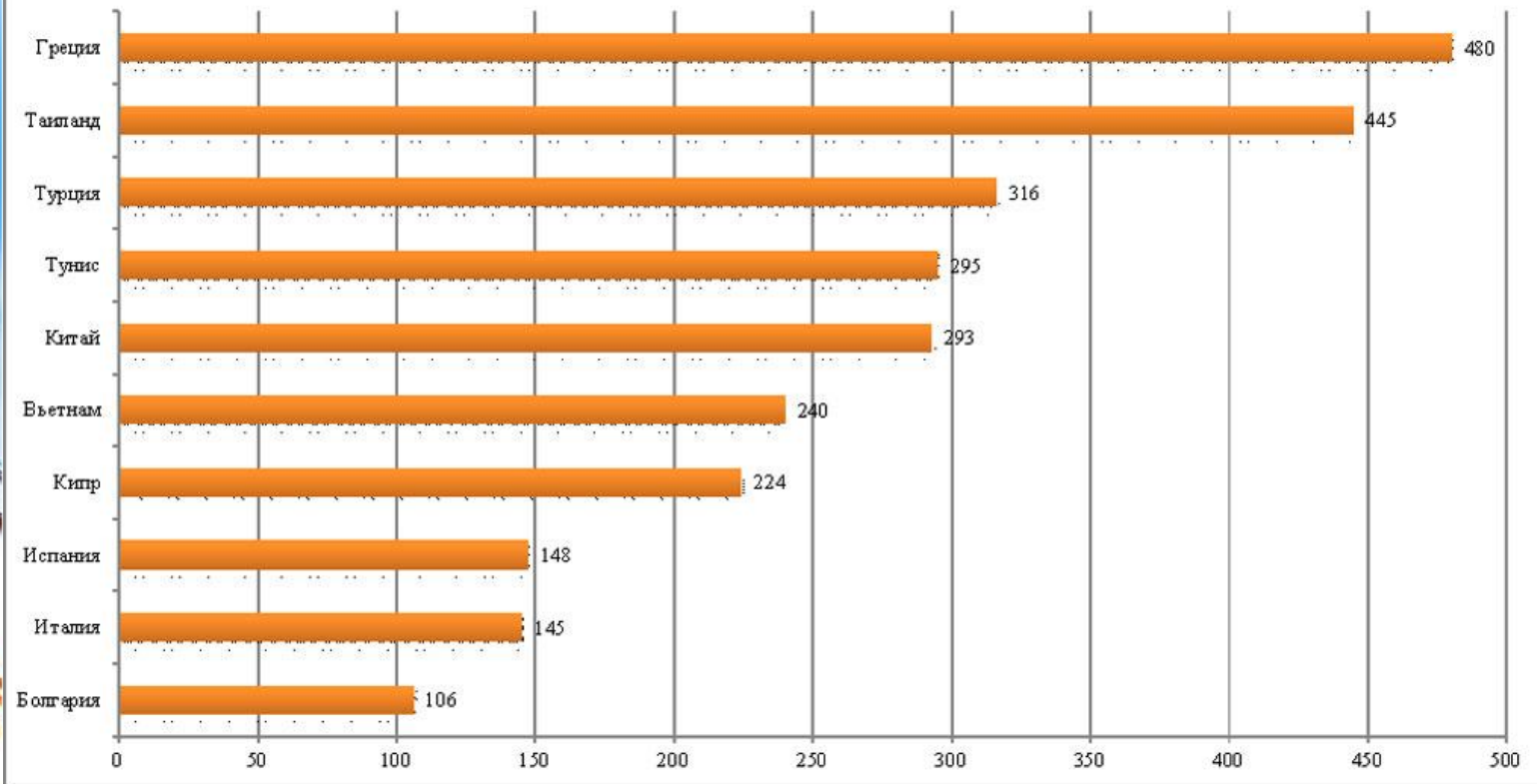
Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами
в туры по России по основным направлениям в 2016 г., тыс. человек





Статистика а туризма 2016 год

Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в зарубежные туры по основным направлениям в 2016 г., тыс. человек



Индикаторы развития туризма

- ✓ объем международных туристских потоков;
- ✓ объем туристских перевозок (по видам пассажирского транспорта);
- ✓ деятельность туристских фирм и заработную плату в сфере туризма;
- ✓ количество и статус гостиничных предприятий и специализированных средства размещения;
- ✓ количество предприятий общественного питания, непосредственно связанных с туристским бизнесом;
- ✓ производство товаров для туризма;
- ✓ платные услуги в сфере туризма;
- ✓ цены на туристские услуги;
- ✓ финансы и инвестиции в сфере туризма.

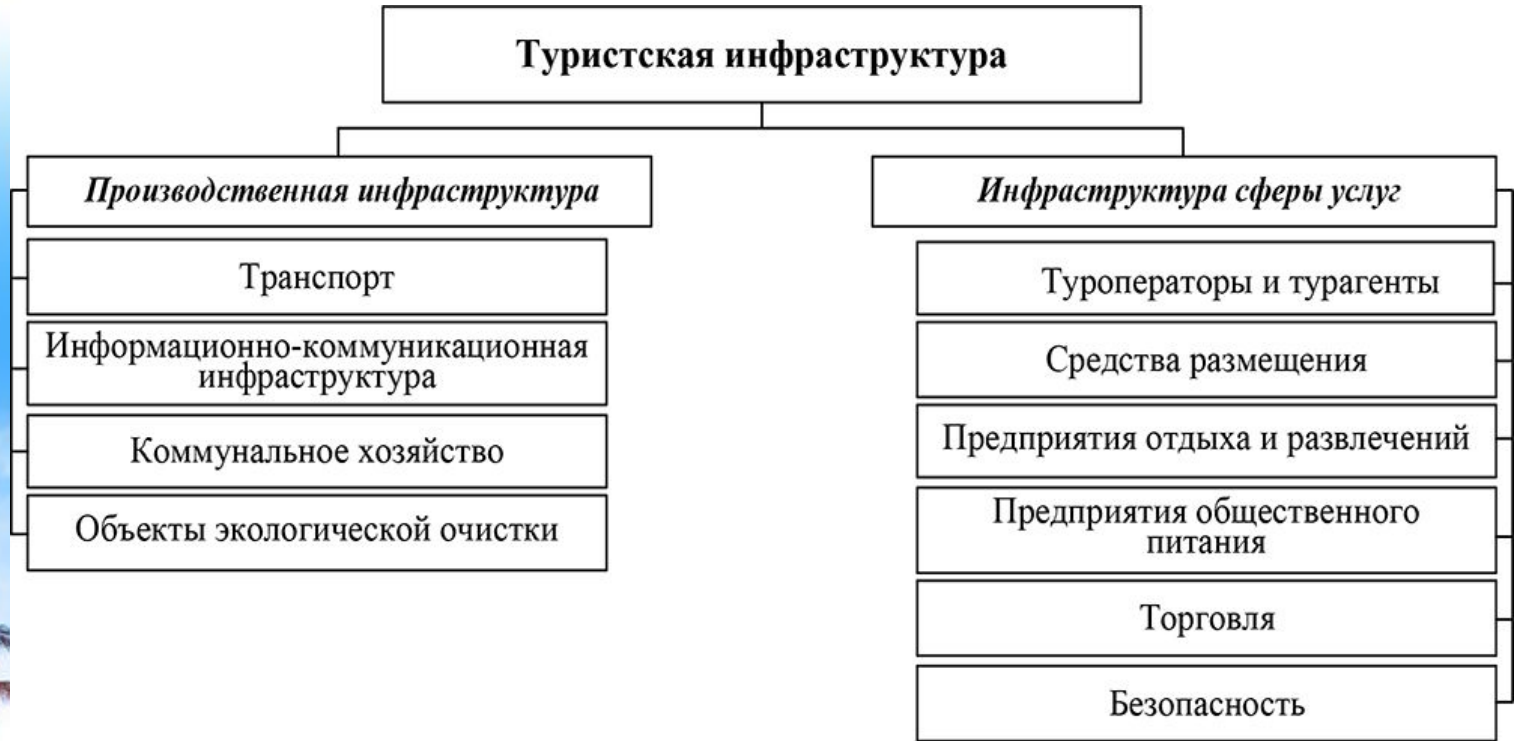


Специфические характеристики услуг в туризме

- ✓ выделение достаточно четко выраженных туристских зон («солнце — море»; «отдых—лечение»; «спорт»);
- ✓ создание туристского пакета усилиями многих организаций, каждая из которых имеет собственные методы работы, специфические потребности и различные коммерческие цели. Достижение успеха на рынке возможно лишь в том случае, если все участники туристского обслуживания выработают и будут придерживаться общих целей;
- ✓ преодоление покупателем расстояния, отделяющего его от туристской услуги и места ее потребления;
- ✓ зависимость туристской услуги от таких переменных, как время и пространство. Большое значение имеет фактор сезонности. В межсезонье необходимы дополнительные меры стимулирования спроса: низкие цены, различные дополнительные услуги и т.д.;
- ✓ значительное влияние на качество туристской услуги оказывают внешние факторы, имеющие форсмажорный характер, т.е. не зависящие от воли и действий продавца и покупателя: погода, природные



Инфраструктура туризма



Факторы повышения эффективности туристской деятельности

- ✓ формирование известной торговой марки туристского учреждения, поддержание его имиджа, завоевание признания у потребителей туристских услуг путем повышения перечня и качества услуг;
- ✓ обеспечение прочных позиций туристского учреждения в ценовой конкуренции в глобальном масштабе;
- ✓ активизация деятельности в деле продвижения туристской продукции на рынок и постоянному совершенствованию туристской продукции;
- ✓ использование современных достижений в стратегическом, финансовом, инновационном менеджменте, маркетинге, PR-технологиях и т.д.



Направления роста доходности в туристской отрасли

- ✓ увеличение количества повторных посещений;
- ✓ более равномерное распределение туристских потоков, нивелирование сезонности, вызванное тенденцией к «дробности» отпусков;
- ✓ появление инновационных туристских продуктов (фермерский туризм, различные направления экологического туризма);
- ✓ активизация онлайн-туризма на фоне растущего объема специализированной туристской информации в сети Интернет и умения туристов пользоваться современными информационными технологиями.



Модель поведения потребителя туристической

32

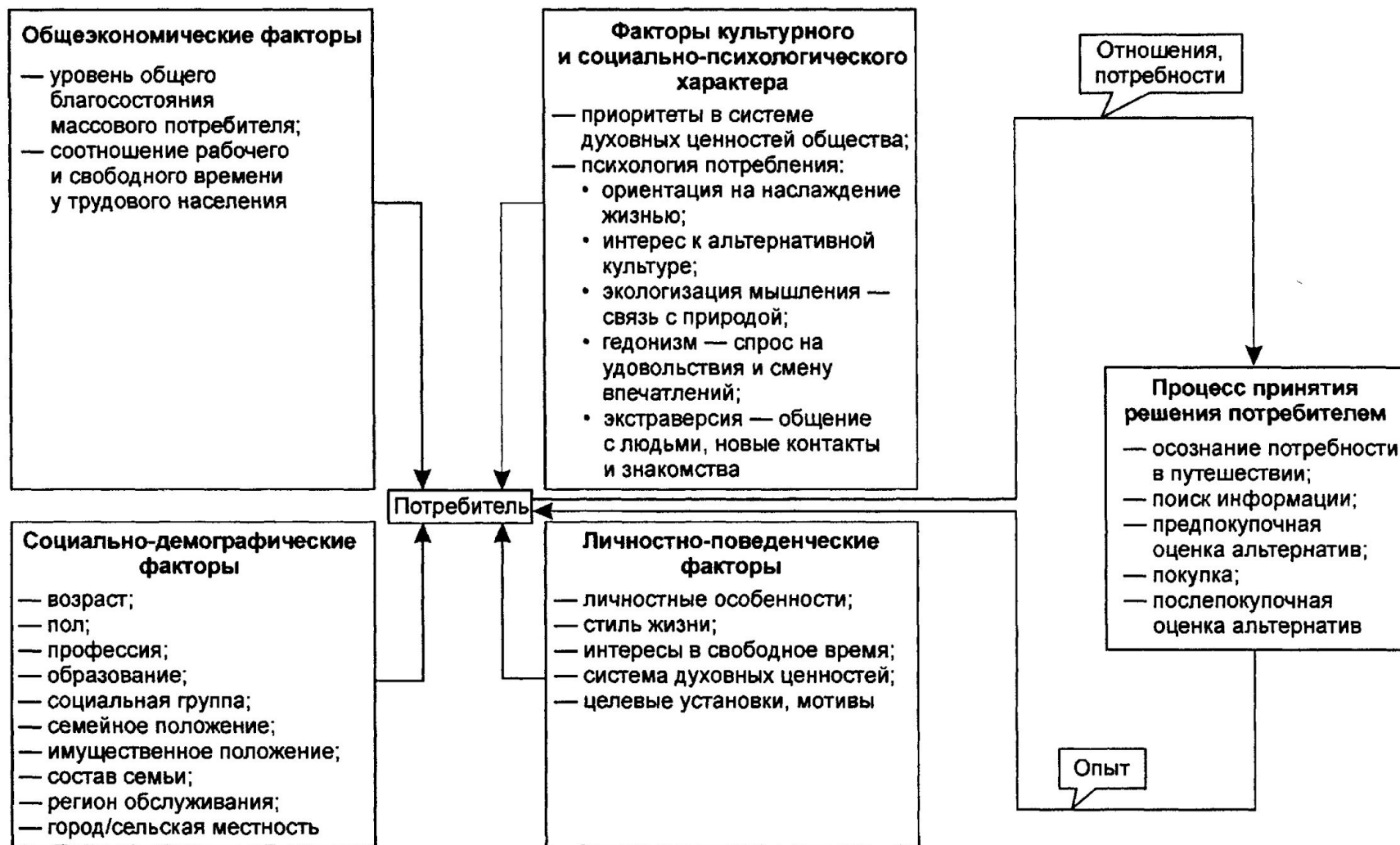


Рис. 1.1. Модель поведения потребителя туристических услуг

Характеристика основных сегментов туристского

Параметры анализа	Критерии	Сегменты спроса
Географические	Страна пребывания туриста	Въездной туризм Выездной туризм Внутренний туризм
	Географическое положение, место отдыха	Климатические зоны Флора и фауна стран
	Географическая цель тура	Туризм по странам Туризм по регионам Туризм по отдельным туристским центрам
	Возраст	Молодежный туризм Туризм «сениоров» Детский туризм Туризм по возрастным группам
	Пол	Женский туризм Смешанный туризм



Характеристика основных сегментов туристского

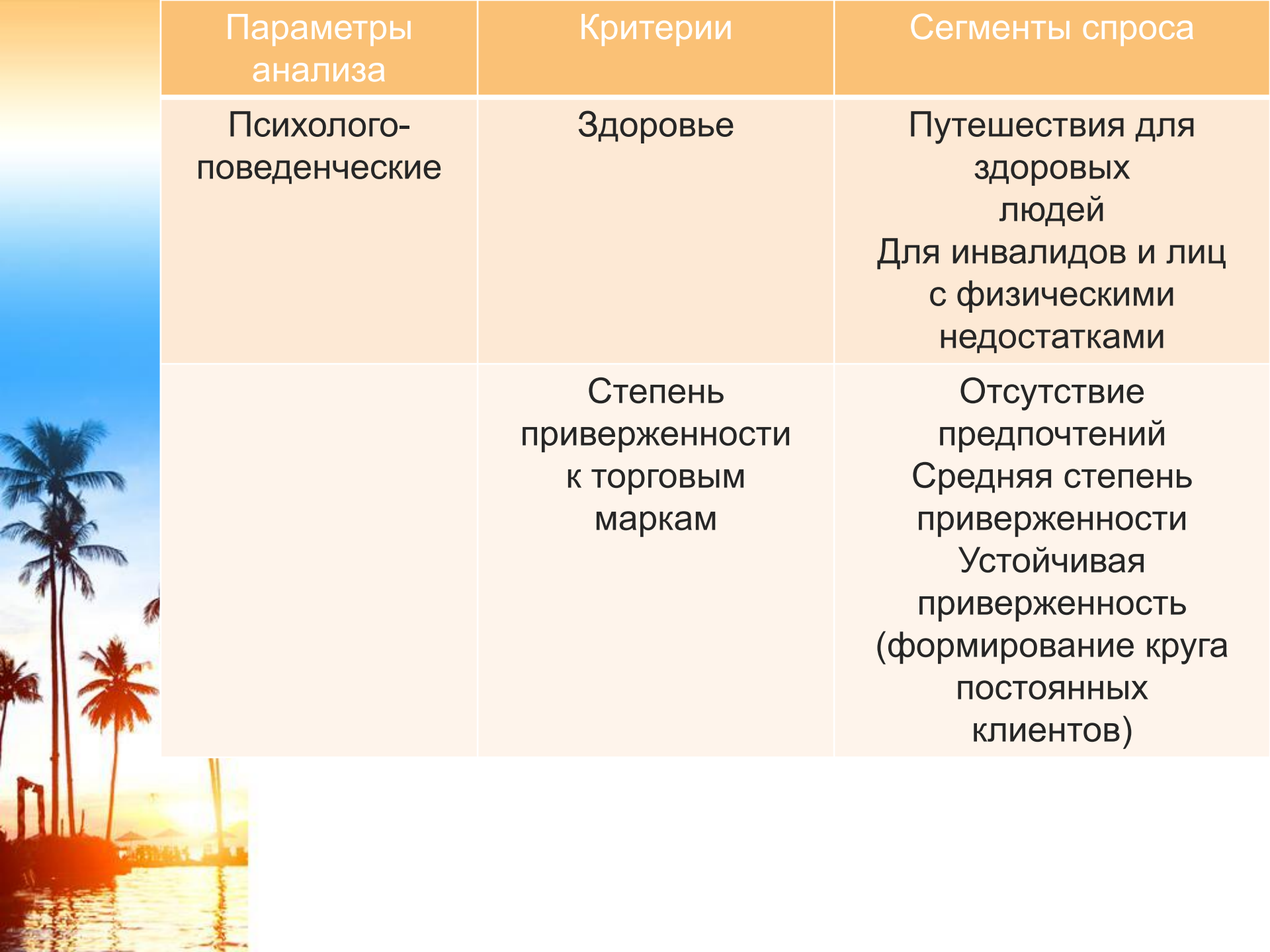
Параметры анализа	Критерии	Сегменты спроса
Географические	Профессия	Сегменты по профессиональному признаку
	Социальный статус и уровень образования	Руководящий состав Служащие среднего уровня (белые воротнички) Рабочие и т.д.
	Постоянное местожительство	Туристы из больших, средних и малых городов Туристы из сельской местности
	Размер семьи	Туризм одиночек Туризм семей без детей Туризм семей с детьми
	Национальность	Этнический туризм





Параметры анализа	Критерии	Сегменты спроса
Психолого-поведенческие	Организация поездки	Самостоятельно Через турфирму
	Форма поездки	Групповая Индивидуальная
	Используемые транспортные средства	Авто-, авиа-, велотуризм, автобусный, морской и речной круизный и другие виды туризма
	Используемые средства размещения	Гостиницы Мотели Частные дома и квартиры Другие виды размещения
	Продолжительность поездки	Длительные Средней продолжительности





Параметры анализа	Критерии	Сегменты спроса
Психолого-поведенческие	Здоровье	Путешествия для здоровых людей Для инвалидов и лиц с физическими недостатками
	Степень приверженности к торговым маркам	Отсутствие предпочтений Средняя степень приверженности Устойчивая приверженность (формирование круга постоянных клиентов)

Барьеры приобретения туристической услуги

физический

психоэмоциональный

психологический

коммуникативный

культурный

экономический

