

Никитин Сергей Алексеевич

Магистрант

Направление: Государственное и муниципальное управление

Магистерская программа: Региональное и муниципальное управление

Понятие туризма и классификация его видов

Аннотация. Туризм представляет собой наиболее динамично развивающуюся отрасль любой национальной и, в целом, мировой экономики. Предпосылками положительной динамики мирового туристического рынка является сочетание таких факторов, как рост платежеспособности населения и непрерывное развитие туристической инфраструктуры, формирование идентичности страны на международной арене, повышение репутации страны, рост уровня проникновения дистанционных банковских услуг, Интернета, онлайн-сервисов и др. В данной статье рассматриваются виды туристической деятельности в контексте современных условий ее реализации.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, потребительский спрос, индустрия.

Туризм (от фр. *tourisme* < *tour* – прогулка, поездка) – это путешествие для удовольствия или по делам, а также коммерческая деятельность по предоставлению и поддержке таких путешествий [3].

Всемирная туристская организация определяет туризм в более широком смысле, в терминах, которые выходят «за рамки общепринятого восприятия туризма как ограниченного только отдыхом», как людей, «путешествующих и пребывающих в местах за пределами их обычной среды не более одного года подряд в течение досуг и не менее 24 часов, служебные и другие цели» [7].

Туризм может быть внутренним (внутри страны путешественника) или международным, и международный туризм имеет как входящие, так и исходящие последствия для платежного баланса страны.

На определенном этапе развития экономики, когда потребность в поездках резко возросла, появились и производители этих услуг. Это привело к формированию на рынке особого вида продукта – туризма. Производители услуг, направленных на обслуживание туристов, объединились в индустрии «туризм».

Туризм возник в тот период развития общества, когда потребность человека в получении информации о новых местах, в путешествии как средство получения этой информации была объективным законом развития человеческого общества. Путешествие приносит удовольствие и дает возможность расслабиться.

Современный туризм называют явлением XX века, а XXI век, по мнению специалистов, станет веком туризма. Туризм сегодня является отраслью, на долю которой приходится до 10% мирового ВВП, и является важнейшей экспортной отраслью и сферой для инвестиций [5].

Считается, что первое определение туриста датируется 1876 годом и встречается в Общем словаре 19-го века, который определяет «туристов» как «людей, которые путешествуют из любопытства или лени» [8].

К концептуальным определениям относится дефиниция, предложенная Д. Джафари: «Туризм – это изучение человека, находящегося за пределами территории его постоянного проживания, индустрии, удовлетворяющей его потребности, и воздействий, которые и человек, и индустрия оказывают на социокультурную, экономическую и физическую среду» [6].

В российском туризме используется классическое определение. Туризм – временное перемещение людей с их постоянного места жительства в другую страну или на другую территорию в пределах своей страны в свободное время для отдыха, развлечения, выездных, образовательных или коммерческих целей, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» учтены «Рекомендации по статистике туризма» Всемирной туристской организации. В настоящем законе под туризмом

понимается временный выезд граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с их постоянного места жительства в рекреационных, профессиональных, коммерческих, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания [1].

Современная экономическая наука рассматривает туризм как сложную социально-экономическую систему, в которой комплекс разноплановых производств, именуемый индустрией туризма, является лишь одним из ее компонентов. Экономические вопросы анализируются в контексте социальных и экологических аспектов туристской жизни.

Существуют различные классификации видов туризма. Так, «Тезаурус по туристской и досуговой деятельности» ЮНВТО включает около 200 терминов, описывающих виды международного туризма [7].

Классификации видов туризма разделяют на официальные и неофициальные.

Туризм можно классифицировать по разным критериям: 1) по цели поездки; 2) в зависимости от цели отличают познавательный или культурно-развлекательный, деловой, этнический, религиозный, спортивный, рекреационный, учебный, экзотический, экологический туризм и т. д.; 3) по сроку поездки; 4) по уровню организации; 5) по демографическим и социальным составам участников поездки; 6) по направленности туристических потоков; 7) по принципу оплаты [4].

В зависимости от цели туризма виды туризма предусматривают:

а) познавательный (культурно-развлекательный) туризм – ознакомительные поездки с посещением природных, историко-культурных достопримечательностей, музеев, театров, знакомством с бытовой жизнью, общественным строем, традициями и верованиями народов в целевом регионе. Познавательные цели могут совмещаться с целью отдыха, в зависимости от предпочтений потребителя туристических услуг;

б) деловой – необходимость выполнения служебных или профессиональных задач, требующих личного участия или присутствия в тех или иных отдаленных туристических местах или деловых районах (поездки делегаций или отдельных лиц для участия в переговорах, встречах, церемониях открытия, а также официальные визиты глав государств и правительств, поездки для посещения национальных и международных ярмарок и выставок, выезд специализированных профессиональных групп). Деловые туристические поездки рассматриваются современными исследователями как важный компонент туристического обмена, направленного на интернационализацию бизнеса;

в) этнический (исследователи призывают не путать его с научным этнографическим туризмом) – посещение места рождения или происхождения с нанесением визита своим родственникам;

г) религиозный – удовлетворение религиозных потребностей верующих в посещении особо важных для их религии культовых мест, площадок, символических местоположений и т.д. Особенность данного туризма заключается в его двустороннем отношении к явлению сезонности – с одной стороны, если рассматривать данный вид туризма как привязанный к религиозным праздникам одной из конфессий, то его можно считать всесезонным. С другой стороны, человеческое общество имеет возможность исповедовать множество конфессий, чьи религиозные дни, традиции и праздники отличаются друг от друга и редко пересекаются друг с другом (христианский, мусульманский и китайский религиозные новолетия – Рождество, хиджра, а также Благовещение, Рамадан и другие праздники), что обуславливает, в целом, всесезонность религиозного туризма. Из сезонности религиозного туризма и его привязки к местоположению конфессиональных артефактов проистекает его влияние на экономику стран, обладающих такими артефактами (Саудовская Аравия – Мекка и Медина, Израиль – Иерусалим, Назарет, иудейские и христианские святые места, Ватикан, Франция и Италия – католические храмы и святыни, Индия – буддистские центры и т. д.);

д) спортивный – это индивидуальные или групповые поездки с целью участия в спортивных состязаниях различного масштаба. При этом различия внутри данного вида между активной и пассивной разновидностью заключаются в степени активности участников события – спортсменов и зрителей соответственно;

е) рекреационный – передвижение людей в популярные места массового отдыха с целью восполнения душевного и восстановления физического здоровья в рамках, как правило, отпускного периода, что в большинстве случаев обуславливает его сезонность и высокую степень «маркетинговой управляемости». Многие страны мира, обладающие высоким разнообразием туристического продукта в связи со своим географическим положением и степенью туристической привлекательности, используют данные факторы для продвижения рекреационного туризма как своего основного бюджетного дохода (Крит, Греция, Италия, Испания, страны Карибского бассейна и др.);

ж) учебный – передвижение, главным образом, молодежи с целью получения высшего образования в очной форме в престижных образовательных учреждениях мира. Такая разновидность учебного туризма имеет, как правило, международную направленность (из Китая, Южной Америки и Зарубежной Азии – в Россию и США, из Европы – в США, из России – в Европу и др.). В исключительных случаях учебный туризм может характеризовать передвижение людей более старшей возрастной группы внутри страны с целью прохождения курсов повышения квалификации либо получения второго высшего образования, либо продолжения первого – аспирантура, докторантура, ординатура, адъюнктура в Москве, Санкт-Петербурге, федеральных университетских центрах и др.);

з) экзотический – передвижение людей в поисках выдающихся условий местообитания человека с целью испытать новые ощущения или приобщиться к культуре автохтонных человеческих обществ;

и) экологический – передвижение людей в поиске экологически чистых районов. Различают возвратный экологический туризм, когда люди посещают

такие места в течение ограниченного периода времени, или безвозвратный экологический туризм, когда люди обустривают место жительства в таких районах на более или менее длительный срок с получением соответствующих разрешений, если конкретная экологическая зона является охранной [2].

В зависимости от избранных средств передвижения различают пеший, вело-, конный, лыжный, авто- и мототуризм, а также альпинизм и туризм на общественном транспорте (автобус, поезд, авиатранспорт и т. д.).

Длительность туристической поездки является как признаком классификации конкретных случаев перемещения людей с туристическими целями, так и важной статистической характеристикой туризма, так как по истечении определенного срока пребывания человека на конкретном месте он уже становится жителем этой местности. Так, в большинстве случаев, внутренний туризм в пределах одного государства или нескольких его регионов не занимает более 6 месяцев. Международный туризм (в редких случаях, связанных, например, с учебными целями туризма) может длиться до 4 лет, но, как правило, не превышает 1 года. Тем самым, по длительности поездки делятся на продолжительные (более 1 месяца), краткосрочные (от 3 дней до 1 месяца) и туры выходного дня (не более 3 дней).

По уровню организации: а) индивидуальные туры – самостоятельная организация и реализация путешествия одним или несколькими лицами с общими туристическими целями, которые берут на себя ответственность по транспортировке и самообслуживанию, что позволяет снять с туриста часть комиссионных расходов на оплату услуг туристической организации; б) групповой тур – совместная поездка не менее чем 6 человек с одинаковыми туристическими целями по единому маршруту и на одинаковых условиях.

Характер организации путешествия может быть организованный и самодеятельный. Путешествие одного туриста или группы туристов по предварительно разработанной туристической фирмой программе называется организованным. Самодеятельный или альтернативный туризм, где в качестве организатора путешествия выступает не туроператора, а сам турист, используя

рекламные материалы, с помощью информационных сетей. Иными словами, турист сам определяет длительность поездки, маршрут, посещаемые объекты, сам бронирует гостиницу и т. д., он не связан обязательствами с туристической фирмой.

По демографическим и социальным составам участников поездки.

В зависимости от места проживания туриста (городской житель или сельский), от социального положения в обществе (детский, молодежный, семейный и др.).

По направлению туристских потоков: а) въездные – путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в других странах; б) выездные – путешествие лиц, постоянно проживающих в стране, в другую страну; в) внутренние – путешествие по стану людей, проживающих в нем постоянно.

По принципу оплаты: а) коммерческий – туристическая фирма продает туристический продукт покупателю, тем самым получая прибыль; б) социальный – субсидируемый проезд за счет средств, выделяемых государством на социальные нужды, при этом отдельным категориям туристов предоставляются государством в установленном законодательством порядке льготы социального характера; в) интенсивный туризм – поощрительная поездка за счет компании, которую компания организует для своих сотрудников для достижения достижений на работе (например, для увеличения общего объема продаж, эффективной рекламы и т. п.) [4].

Классификация в туризме занимает центральное место в его практике. Он позволяет решать задачи территориальной организации, планирования развития материальной базы, определения спроса и формирования туристского рынка, производства и реализации туристского продукта.

Внутренний и внутренний туризм в России представлен большим разнообразием его видов. Активнее развиваются экотуризм, спортивный, экстремальный, горнолыжный, познавательный, деловой, оздоровительный, круизный, рыболовный, охотничий, событийный и гастрономический виды туризма. Также популярен индивидуальный, детский и молодежный отдых.

Принято считать, что туризм начал развиваться в то время, когда путешествия теряли свое коммерческое значение. К первым путешествиям относятся религиозные паломничества, которые были уже в четвертом тысячелетии до нашей эры в Древнем Египте. После этого туристические поездки для египтян стали ассоциироваться с поездками в города и на озера, и большое значение имели пирамиды. Т. Кук открыл первую в мире туристическую фирму в начале 19 века. Однако туризму потребовалось почти 150 лет, чтобы стать сильным и хорошо организованным движением.

Сегодня можно сказать, что туризм – это не только действующая отрасль, но и источник стабильного дохода в бюджеты разных уровней. Туризм в России является развивающейся отраслью, несмотря на огромный потенциал развития внутреннего туризма и приема иностранных туристов.

Литература

1. Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 28.05.2022) // Собрание законодательства РФ. 1996. №49. Ст. 5491.
2. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Федеральное агентство по туризму, 2017.
3. Стахова Л.В. Основы туризма: Учебник для вузов. М.: Юрайт, 2022.
4. Христов Т.Т. География туризма: Учебник для вузов. М.: Юрайт, 2022.
5. Шатько Е.А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации // Молодой ученый. 2019. №7(245).
6. Jafari J. Editor's Page // Annals of Tourism Research. 1977. Special Number (October/December).
7. Thesaurus on Tourism and Leisure Activities [Электронная ресурс] // Режим доступа: <https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20120219151302.pdf> (дата обращения: 28.02.2023).
8. Theobald W.F. Global Tourism. Burlington: Elsevier Inc., 2005.