

Оглавление

Предисловие.....	5
Тема 1. Туристский рынок.....	6
1.1. Лекция «Туристский рынок: сущность, структура и особенности»	6
Тема 2. Турпродукт.....	37
2.1. Лекция «Турпродукт, его сущность, структура, свойства».....	37
2.2. Практикум.....	47
2.2.1. Собеседование по теме 1, 2: круглый стол.....	47
2.2.1.1. Кейс для проведения круглого стола «Власти Прибайкалья ввели ограничения для туризма на Байкале»	47
2.2.1.2. Задание для проведения круглого стола «Сравнить две авиакомпании РФ по представленным текстам. Выявить сходство и различие	47
Тема 3. Планирование, организация и развитие туристской фирмы	50
3.1. Лекция «Планирование, организация и развитие туристской фирмы»	50
3.2. Практикум.....	54
3.2.1. Практико-ориентированная деловая игра «Заключение выгодных и безопасных договоров по поставкам».....	54
Тема 4. Туроператоры и турагентства.....	59
4.1. Лекция «Туроператоры и турагентства: структура и функционирование»	59
4.2. Практикум.....	68
4.2.1. Кейс «Афера на ¥19 млн или как жулики “кинули” 22 туроператора»	68
4.2.2. Круглый стол «Виды ТО и ТА в городах Иркутской области и Бурятии. Взаимоотношения турфирм».....	70
Тема 5. Разработка маршрута.....	71
5.1. Лекция «Разработка маршрута».....	71
Тема 6. Разработка программы обслуживания	74
6.1. Лекция «Разработка программы обслуживания».....	74
6.2. Практикум.....	76
6.2.1. Творческое задание. Разработка маршрута и программы. Разработка паспорта маршрута.....	76
6.2.2. Пример оформления пакета технологической документации на тур в соответствии с ГОСТ Р 50681-2010 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»	76
6.2.3. Творческое задание. Разработка тематических программ обслуживания.....	85
6.2.4. Пример описания программы путешествия по маршруту.....	85

Тема 7. Расчет экономической эффективности тура.....	89
7.1. Лекция «Расчет экономической эффективности тура».....	89
7.2. Практикум.....	99
7.2.1. Контрольная работа — тест.....	99
7.2.2. Творческое задание: рассчитать себестоимость и цену своего тура.....	99
7.2.3. Пример расчета себестоимости и цены познавательного тура.....	99
Тема 8. Документация туроператоров и турагентств.....	105
8.1. Лекция «Документация туроператоров и турагентств».....	105
8.2. Практикум.....	120
8.2.1. Круглый стол «Документация туроператоров и турагентств».....	120
Тема 9. Договорные отношения в туризме.....	121
9.1. Лекция «Договорные отношения в туризме».....	121
9.2. Практикум.....	126
9.2.1. Круглый стол «Структура договора».....	126
9.2.2. Реферат по темам 8, 9.....	126
Тема 10. Туристские формальности.....	127
10.1. Лекция «Туристские формальности».....	127
10.2. Практикум.....	144
10.2.1. Ролевая игра «Туристские формальности».....	144
Тема 11. Продвижение туристского продукта.....	145
11.1. Лекция «Продвижение туристского продукта».....	145
11.2. Практикум.....	176
11.2.1. Круглый стол «Продвижение туристского продукта. Разработка рекламного текста. Нерекламные методы продвижения турпродукта».....	176
Тема 12. Индустрия гостеприимства.....	177
12.1. Лекция «Индустрия гостеприимства».....	177
12.2. Практикум.....	202
12.2.1. Кейс «Глава МИД предложил разорвать договор о регистрации самолетов на Бермудах».....	202
12.2.2. Коллоквиум по теме.....	205
Тема 13. Страхование в туризме.....	206
13.1. Лекция «Страхование в туризме».....	206
Тема 14. Санитарно-эпидемиологические правила в туризме.....	214
14.1. Лекция «Санитарно-эпидемиологические правила в туризме».....	214
Оценивание.....	224
Список библиографических источников.....	226

Предисловие

Содержание учебно-практического пособия соответствует содержанию рабочей программы дисциплины и предназначено для преподавателей и студентов.

Учебно-практическое пособие состоит из 14 лекций и практикумов к ним, 66 иллюстраций, 54 таблиц, материалы которых позволяют приобрести необходимые теоретические и практические навыки в туроператорской и турагентской деятельности национальных и международных компаний.

В работе представлены материалы к проведению занятий в интерактивной форме: 2 деловые (ролевые) игры, 3 кейса по разным темам учебного плана, 4 круглых стола. Также представлены материалы к проведению занятий в классической форме для проверки усвоения материала: тестовые задания к лекциям и семинарам (выставлены в МУДЛ), проведение коллоквиума. В МУДЛ выставлено 12 видеолекций.

Такая постановка задания нацеливает студента на исследовательскую работу и будет способствовать борьбе с плагиатом. Все разделы позволяют сформировать необходимые компетенции для работы на внутреннем и внешнем туристских рынках.

Тема 1. Туристский рынок

1.1. Лекция «Туристский рынок: сущность, структура и особенности»

Туристский рынок:

- Совокупность покупателей и продавцов туристского продукта.
- Инструмент согласования интересов покупателей и продавцов туристского продукта.
- Сфера реализации туристского продукта.
- Сфера проявления экономических отношений между покупателями и продавцами туристского продукта.

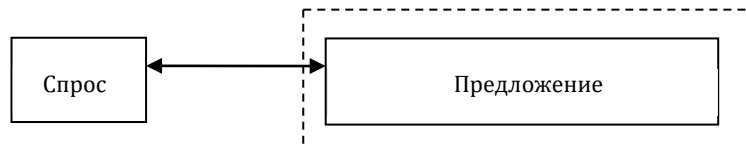


Рис. 1. Туристский рынок

Предпосылки предложения туристского продукта:

- Наличие производителей туристского продукта.
- Уровень развития туристской индустрии.
- Объем туристских ресурсов.

Функции туристского рынка:

– Реализация стоимости и потребительной стоимости, заключенных в туристском продукте посредством обмена: деньги — туристский продукт. В результате этого обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

– Организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста) через создание сети турагентов и туроператоров по его реализации. Туристский рынок непосредственно способствует возмещению затрат рабочей силы и воспроизводству главной производительной силы общества.

Критерии сегментации туристского рынка:

– Географический:

- страна пребывания (выездной, внутренний);
- цель поездки (тур по странам мира);
- туризм по отдельным регионам мира;
- туризм по отдельным регионам страны.

– Социальный:

- возраст;
- пол;
- профессия;
- национальность;
- религиозные убеждения;
- доход.

– Психологический:

- мотив поездки;
- сезонность;
- организация;
- длительность.

Всемирная туристическая организация: сегментация туристского рынка по уровню дохода и уровню обслуживания

1-й сегмент — люди со средним и низким уровнем прибыли. Главной целью их путешествий является недорогой покой на море. Они останавливаются в недорогих отелях и пансионатах, за свои деньги хотят получить все сполна. Этот сегмент представляет основу всего туристического потока.

2-й сегмент — люди с доходом выше среднего. В основном данные люди имеют высшее образование, и главной целью их путешествий является покой в сочетании с познанием, возможности заниматься спортом, экскурсии, посещение театров и концертов. Эти люди — любители далеких зарубежных путешествий.

3-й сегмент — лица с высоким уровнем прибыли и высшим образованием. Возраст их в основном средний или же старший (туристы третьего возраста). Они отдают предпочтение зарубежным поездкам, интересуются сувенирами, антикварными вещами, предметами роскоши.

4-й сегмент — высокообразованные люди, какие имеют интерес к изучению природы, культуры, обычаев различных народов.

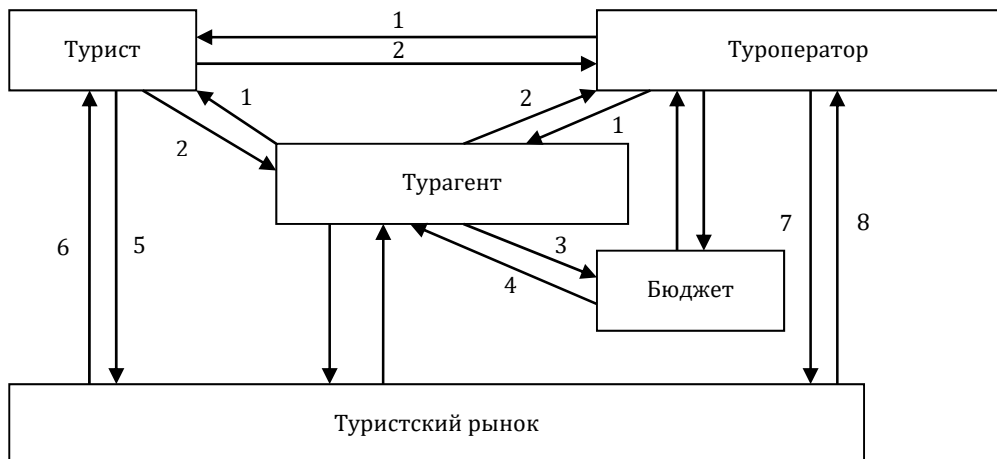


Рис. 2. Туристский кругооборот

1. Турфирма выдает туристу путевку.
2. Турист платит деньги за турпутевку.
3. Туроператор и турагент — платят налоги.
4. Государство регулирует деятельность турагентов и туроператоров (установление ставки НДС).
5. Турист обменивает турпутевку на турпродукт.
6. Турист получил удовлетворение от услуги.
7. Турфирма производит инвестиции в развитие туррынка и разработку нового турпродукта.
8. Турфирма получает новые виды турпродукта.

Признаки сезонности туристского рынка:

– Период максимальной загрузки или интенсивности турпотока называется главным сезоном.

– Один и тот же регион/фирма может иметь несколько туристских сезонов.

– В зависимости от степени развитости страны, региона или фирмы зависит продолжительность главного сезона.

– Сезонные колебания в туризме различны для отдельных видов туризма по времени.

Факторы сезонности в туризме:

• Природно-климатические особенности.

• Экономические (разные методы стимулирования спроса населения).

• Социальные.

• Демографические.

• Психологические (эффект сноба).

• Материально-технические — расширяется сфера предложения услуг — качество.

• Технологические (Amadeus и др.).

Турист обязан:

– Соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее (его) социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования.

– Сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры в стране (месте) временного пребывания.

– Соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания, выезда из страны (места) временного пребывания и пребывания там, а также в странах транзитного проезда.

– Соблюдать во время путешествия правила личной безопасности.

Турист имеет право на:

• Необходимую и достоверную информацию о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там; об обычаях местного населения, религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; состоянии окружающей природной среды.

• Свободу передвижения, свободный доступ к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер.

• Обеспечение личной безопасности, потребительских прав и сохранности своего имущества, беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи.

• Возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения условий договора, розничной купли-продажи туристского продукта туроператором или турагентом в порядке, установленном законодательством РФ.

• Содействие органов власти (органов местного самоуправления) страны (места) временного пребывания в получении правовой и иных видов помощи.

• Беспрепятственный доступ к средствам связи.

Особенности развития туррынка

Современный туризм в мире

– Туризм — сектор надежды на пути устойчивого развития.

– На Конференции ООН по устойчивому развитию «РИО + 20» в июне 2012 г. страны-члены ООН приняли «10-летнюю Рамочную программу по устойчивому потреблению и производству» (10 Year Framework Programme — 10YFP). 10YFP — это глобальная структура программ деятельности для усиления международного сотрудничества по ускорению изменений к лучшим образцам устойчивого потребления и производства (УПП) как в развитых, так и в развивающихся странах.

– В сентябре 2015 г. Генеральная Ассамблея ООН утвердила 17 Целей устойчивого развития (ЦУР), в трех из которых (ЦУР 8, 12 и 14) отмечается необходимость развития туризма. Вместе с тем страны признают, что у туризма есть потенциал способствовать достижению всех ЦУР, улучшать взаимопонимание между народами во всем мире, распространять знания о культурном наследии, обеспечивать бережное отношение к различным культурам и тем самым укреплять мир во всем мире.

– 2017 год провозглашен Генеральной Ассамблеей ООН Международным годом устойчивого туризма в интересах развития. Это решение было принято после того, как на Конференции ООН по устойчивому развитию (РИО + 20) мировые лидеры признали, что туризм может внести значительный вклад в устойчивое развитие и открыть возможности в области торговли.

– «Благодаря многообразным социально-экономическим выгодам и широкому влиянию на различные секторы туризм является важной частью глобальных решений для глобальных проблем и может быть еще более значительным, — отметил Генеральный секретарь Всемирной туристской организации Талеб Рифаи во введении к докладу ЮНВТО за 2016 г. — С учетом более 1,2 млрд международных путешественников сегодня и прогнозируемых 1,8 млрд туристов к 2030 г., сектор продолжает предоставлять возможность каждому путешественнику и всем, кто участвует в туризме, способствовать более ответственному, устойчивому и всеобъемлющему будущему для всех».

17 Целей устойчивого развития на ближайшие 15 лет:

Цель 1: покончить с нищетой во всех ее формах во всем мире.

Цель 2: покончить с голодом, обеспечить продовольственную безопасность и улучшение питания и содействовать устойчивому развитию сельского хозяйства.

Цель 3: обеспечить здоровый образ жизни и содействовать благополучию для всех в любом возрасте.

Цель 4: обеспечить всеохватное и справедливое качественное образование и поощрять возможности обучения на протяжении всей жизни для всех.

Цель 5: добиться гендерного равенства и расширить права и возможности всех женщин и девочек.

Цель 6: обеспечить наличие и рациональное использование водных ресурсов и санитарии для всех.

Цель 7: обеспечить всеобщий доступ к недорогому, надежному, устойчивому и современному энергоснабжению.

Цель 8: *содействовать неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех.*

Цель 9: создать гибкую инфраструктуру, содействовать всеохватной и устойчивой индустриализации и поощрять инновации.

Цель 10: уменьшить неравенство внутри стран и между ними.

Цель 11: сделать города и населенные пункты открытыми, безопасными, жизнестойкими и устойчивыми.

Цель 12: *обеспечить устойчивые модели потребления и производства.*

Цель 13: принять срочные меры по борьбе с изменением климата и его последствиями.

Цель 14: *сохранять и рационально использовать океаны, моря и морские ресурсы в интересах устойчивого развития.*

Цель 15: сохранять и восстанавливать экосистемы суши и содействовать их рациональному использованию, рационально распоряжаться лесами, бороться с опустыниванием, остановить и обратить вспять процесс деградации земель и остановить процесс утраты биоразнообразия.

Цель 16: содействовать созданию мирных и свободных от социальных барьеров обществ в интересах устойчивого развития, обеспечивать доступ к правосудию для всех и создавать эффективные, подотчетные и основанные на широком участии учреждения на всех уровнях.

Цель 17: укреплять средства достижения устойчивого развития и активизировать работу механизмов Глобального партнерства в интересах устойчивого развития.

Устойчивый туризм должен:

1) обеспечивать оптимальное использование природных ресурсов, которые являются основным элементом развития туризма, поддерживая существенные экологические процессы и помогая сохранить природные ресурсы и биоразнообразие;

2) уважать социокультурные особенности принимающих сообществ, сохранять их культурное наследие и традиционные ценности и способствовать межкультурному пониманию и терпимости;

3) гарантировать жизнеспособные, долгосрочные экономические операции, предоставляя и справедливо распределяя социально-экономические преимущества для всех участников — устойчивую занятость и возможности получения дохода, социальное обеспечение в принимающих сообществах, способствуя тем самым снижению уровня бедности.

Двенадцать целей устойчивого туризма (ЮНВТО) [17]:

1. Экономическая жизнеспособность — гарантировать жизнеспособность и конкурентоспособность туристских дестинаций и предприятий так, чтобы они были в состоянии продолжать свое процветание и обеспечивать свою выгоду в долгосрочной перспективе.

2. Местное процветание — максимизировать вклад туризма в процветание дестинаций, включая сохранение пропорций туристской нагрузки на регион.

3. Качество занятости — увеличивать количество и качество местных рабочих мест, созданных и поддерживаемых туризмом, включая уровень оплаты труда, условия обслуживания и доступности всем без дискриминации по половым, расовым признакам, по инвалидности или другим причинам.

4. Социальная справедливость — добиваться широкого распространения принципа распределения экономических и социальных выгод от туризма всюду в принимающем сообществе, включая улучшающиеся возможности, доход и услуги, доступные бедным.

5. Доступный туризм — обеспечивать безопасный и комфортный туризм для всех посетителей независимо от пола, расы, физических возможностей и т. д.

6. Местный контроль — привлекать местные сообщества к планированию и уполномочивать их принимать решения об управлении и будущем развитии туризма в области (после консультаций с другими заинтересованными лицами).

7. Благополучие общества — поддерживать и повышать качество жизни в местных сообществах, включая социальные структуры и доступ к ресурсам, удобствам и системам поддержания жизни, избегая любой формы социальной деградации или эксплуатации.

8. Культурное богатство — уважать и приумножать историческое наследие, подлинную культуру, традиции и особенности принимающих сообществ.

9. Физическая целостность — сохранять и улучшать как городские, так и природные ландшафты, не допускать их визуального или физического разрушения.

10. Биологическое разнообразие — поддерживать сохранение природных территорий, сред обитания и дикой природы и минимизировать ущерб, наносимый им.

11. Эффективность ресурса — минимизировать использование недостаточных и невозобновляемых ресурсов в развитии туризма и туристской деятельности.

12. Экологическая чистота — минимизировать производство отходов и загрязнение воздуха, воды и земли туристскими предприятиями и посетителями.

Факторы развития устойчивого туризма

Вклад туризма в экономическое развитие стран, создание рабочих мест и укрепление институционального потенциала не является автоматическим, а зависит от множества факторов, в том числе:

– степени интеграции туристического сектора в национальную экономику посредством прямой и обратной связи с другими отраслями промышленности, а также в региональные и глобальные цепочки создания стоимости;

– степени использования доходов от туризма для финансирования инфраструктурного развития, поддержки местных компаний, в особенности малых и средних предприятий, а также для развития навыков и институтов, необходимых для создания динамичной местной экономики;

– политики и стратегий, принятых правительствами стран, и от того, насколько они поощряют привлечение внутренних и иностранных инвестиций в сферу туризма, передачу технологий и ноу-хау, содействуют трудоемкой деятельности и поддерживают те регионы, где живет и работает бедное население;

– национальных усилий, обеспечивающих развитие устойчивого туризма.

Обзор международных туристических поездок за 2019 год

• В 2019 году Всемирная туристская организация (ЮНВТО) зарегистрировала 1,5 миллиарда международных туристических поездок по всему миру. Четырехпроцентный рост по сравнению с предыдущим годом, также прогнозируемый на 2020 год, подтверждает, что туризм является ведущим и устойчивым сектором экономики, особенно на фоне текущей глобальной неопределенности. Одновременно это требует ответственного управления текущим ростом с целью наилучшим образом использовать возможности, которые туризм может создать для людей во всем мире.

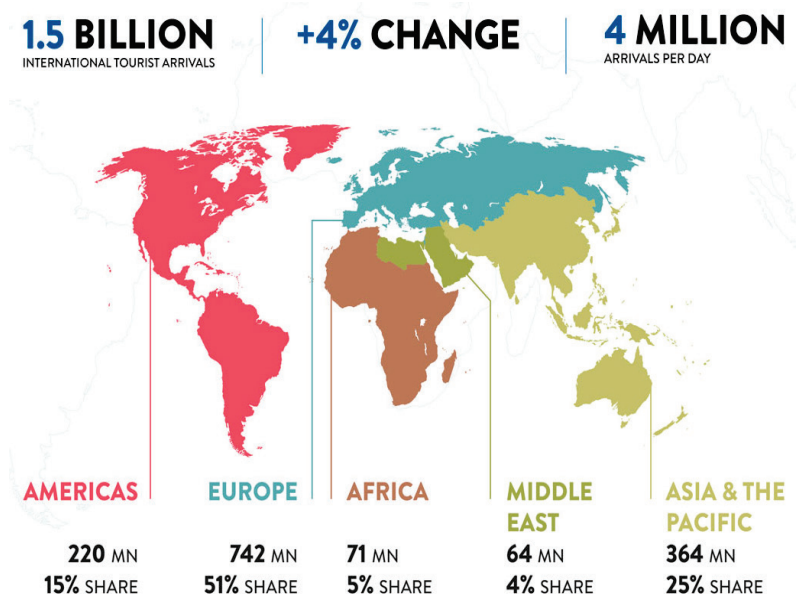


Рис. 3. Рост международного туризма в 2019 г.¹

• В 2019 году во всех регионах наблюдался рост международного туризма, но с замедлением темпов роста по сравнению с исключительными темпами в 2017 и 2018 годах.

Отрицательные факторы:

- неопределенность вокруг Brexit;
- крах туроператора Thomas Cook;
- геополитическая и социальная напряженность;
- спад мировой экономики.

Данный процесс главным образом затронул развитые страны и особенно Европу и Азиатско-Тихоокеанский регион.

¹ Источник: World Tourism Organization.

- В 2020 году прогнозируется рост от 3 % до 4 %, что отражено в последнем индексе доверия ЮНВТО (UNWTO Confidence Index), который демонстрирует осторожный оптимизм: 47 % участников считают, что показатели туризма улучшатся, а 43 % — что он останется на том же уровне, что и в 2019 году. Ожидается, что крупные спортивные события, включая Олимпийские игры в Токио, и культурные события, такие как ЭКСПО-2020 в Дубае, окажут положительное влияние на развитие данного сектора.

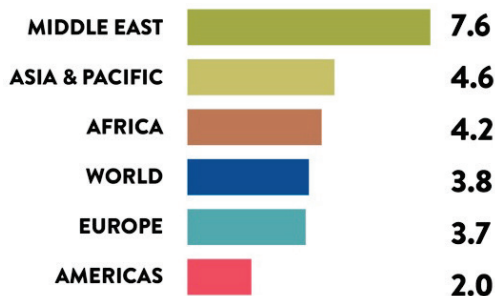


Рис. 4. Рост международного туризма в 2019 г. по регионам²

Из рисунка следует:

- Ближний Восток стал самым быстрорастущим регионом по числу международных туристических поездок в 2019 году, почти вдвое превзойдя средний мировой показатель (+8 %).

- Рост числа международных поездок в Азиатско-Тихоокеанском регионе замедлился, но по-прежнему остается выше среднего, составляя 5 %.

- Европа, где также наблюдался более медленный, чем в предыдущие годы, рост (+4 %), сохраняет лидерство по количеству международных поездок: в 2019 году Европу посетило 743 миллиона иностранных туристов, что составляет 51 % мирового рынка.

- Северная и Южная Америка (+2 %) показали неоднозначную картину, поскольку многие островные туристические направления в Карибском бассейне укрепили свои позиции, восстановившись после ураганов 2017 года, в то время как количество поездок в Южную Америку снизилось, отчасти из-за продолжающихся социальных и политических потрясений.

- Ограниченные данные по Африке (+4 %) указывают на сохранение в Северной Африке высоких результатов (+9 %), в то время как в странах Африки к югу от Сахары темпы роста в 2019 году замедлились (+1,5 %).

Расходы на туризм, 2019:

- На фоне глобального экономического спада расходы на туризм продолжали расти, особенно у десяти мировых лидеров по расходам. Франция сообщила о сильнейшем росте расходов на международный туризм среди десяти крупнейших мировых рынков выездного туризма (+11 %), в то время как Соединенные Штаты (+6 %) лидировали в абсолютном выражении, чему способствовал сильный доллар.

- Некоторые крупные развивающиеся рынки, такие как Бразилия и Саудовская Аравия, сообщили о снижении расходов на туризм.

² Источник: World Tourism Organization.

- В первой половине 2019 года объем выездов за рубеж из Китая, крупнейшего мирового источника выездного туризма, увеличился на 14 % на фоне сокращения расходов на 4 % [39].

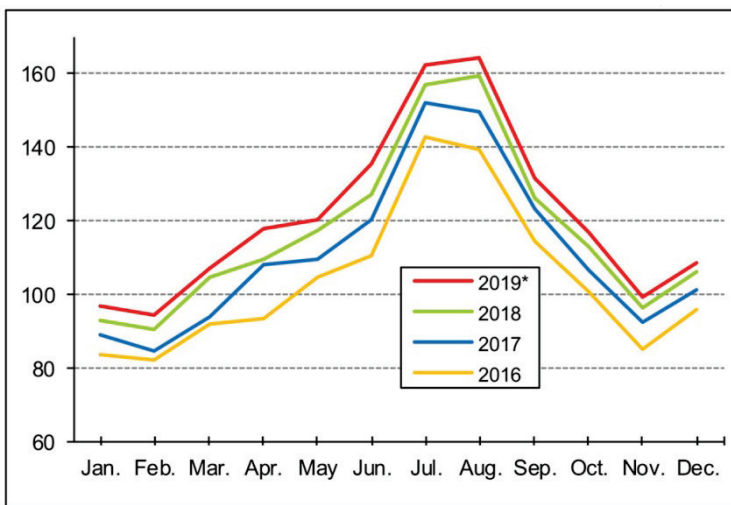


Рис. 5. Туристические итоги 2019 года (по ЮНВТО) — изменение по месяцам, в мире (млн)³

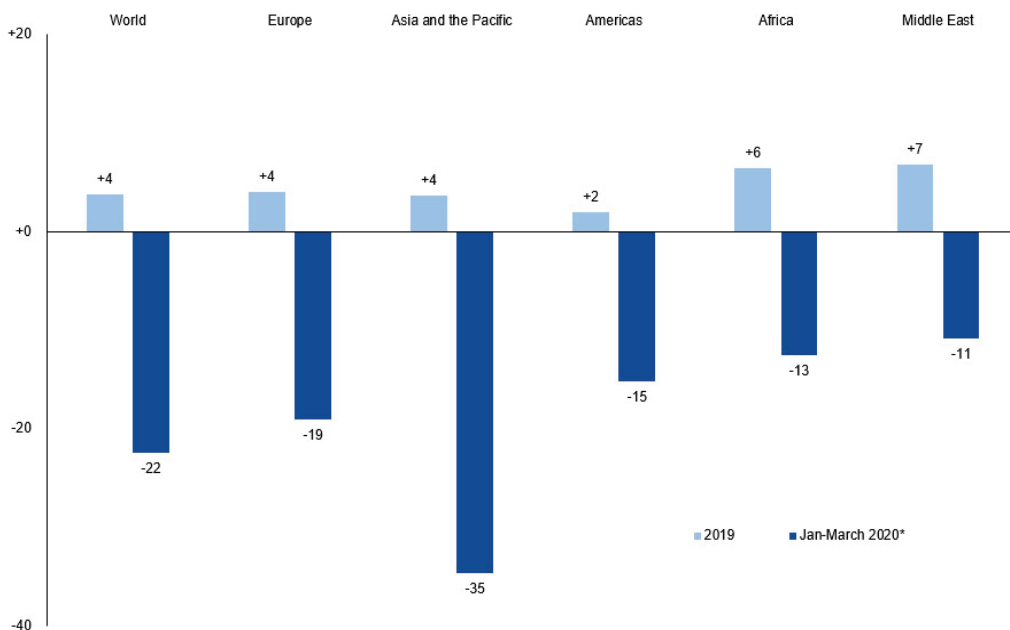


Рис. 6. Количество международных поездок упало в 1 квартале 2020 года на 22 %

- По данным UNWTO, в первом квартале 2020 года количество международных туристских поездок относительно того же периода 2019 года снизилось на 22 %.

³ Источник: World Tourism Organization.

- В марте текущего года из-за повсеместного введения ограничений на зарубежные поездки, закрытия аэропортов и границ по миру путешествовало на 67 млн человек меньше, чем в том же месяце прошлого года (-57 %). Потери мирового туристического сектора за этот период оцениваются в 80 млрд долларов.

- Согласно барометру UNWTO, в первом квартале больше всего сократился турпоток в страны Азии (-35 %), на втором месте по снижению трафика Европа (-19 %), на третьем — Америка (-15 %).

- Африканский континент в сравнении с 1 кварталом прошлого года потерял 13 % международных прибытий, регион Ближнего Востока (-11 % прибытий).

Три сценария восстановления туристического сектора [47]

По прогнозам UNWTO, по итогам 2020 года из-за пандемии коронавируса количество путешествующих по миру может снизиться от 60 % до 80 %. Эксперты Всемирной туристской организации подготовили три сценария развития сектора в текущем году.

- Согласно первому сценарию, в случае постепенного открытия границ стран и ослабления ограничений на поездки в начале июля, количество международных поездок по итогам 2020 года упадет относительно 2019 года на 58 %.

- По второму сценарию, если зарубежные поездки начнут восстанавливаться только с начала сентября, количество поездок по миру в годовом выражении снизится на 70 %.

- Третий сценарий подразумевает открытие большинства границ только с декабря 2020 года: в этом случае совокупный международный турпоток сократится относительно показателя прошлого года на 78 %.

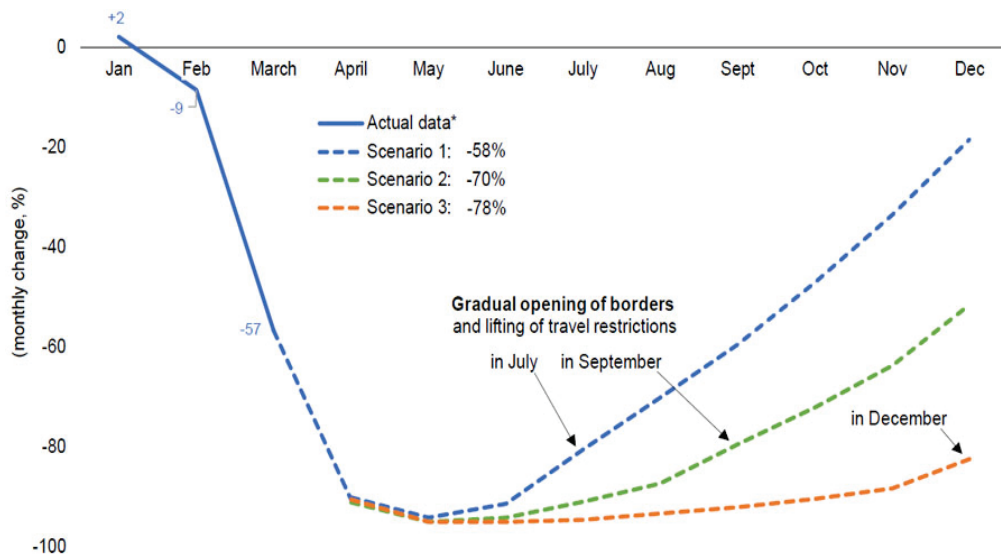


Рис. 7. Три сценария развития сектора в 2020 году

ООН: оценки потерь в соответствии с этими сценариями в 2020 году [53]

- Мировой туризм потерял \$320 млрд за 5 месяцев из-за коронавируса.
- Международный туризм сократился за первые 10 месяцев 2020 года более чем на 70 %, до уровня 1990 года.

- С января по октябрь страны мира приняли на 900 млн меньше туристов, чем за тот же период 2019 года.

- Это привело к потере \$935 млрд экспортных доходов от международного туризма, что в 10 раз превышает убыток, который понесла отрасль в 2009 году из-за глобального экономического кризиса.

- На базе текущей статистики за 10 месяцев можно ожидать, что по итогам года число международных туристических прибытий сократится на один миллиард или 70–75 % и вернется к уровню тридцатилетней давности. А потери поступлений от отрасли достигнут \$1,1 триллиона. Такое резкое падение может привести к сокращению мирового ВВП на \$2 триллиона.

- Количество международных поездок относительно 2019 года может упасть от 850 млн до 1,1 млрд.

- Потери туристического сектора в глобальном масштабе составят от 910 млрд до 1,2 трлн долларов США.

- Туристическая отрасль в мире может потерять от 100 до 120 млн прямых рабочих мест.

Восстановление сектора туризма:

- По оценкам экспертов организации, воздействие кризиса на туристическую отрасль будет различным в разных регионах мира.

- По прогнозам UNWTO, восстановление международных поездок начнется в Азиатско-Тихоокеанском регионе, хотя именно страны АТР суммарно потеряли более всего туристов (–33 млн прибытий), в отличие от Европы (–22 млн прибытий).

- Оценки восстановления международных поездок более позитивны применительно к Африке и рынку Ближнего Востока. Большинство экспертов предвидят восстановление сектора туризма в этих регионах еще в 2020 году.

- Относительно возобновления зарубежных поездок в Северной и Южной Америке наблюдатели наименее оптимистичны: в их восстановление в 2020 году верят мало.

- По динамике «камбэка» международных путешествий в Европе и Азии ожидания неоднозначны: лишь половина экспертов UNWTO ожидает их оживления в этом году.

- По прогнозам экспертов UNWTO, внутренний спрос на путешествия будет восстанавливаться быстрее, чем интерес к международным поездкам.

- Большинство стран ожидает увидеть признаки восстановления спроса к зарубежным поездкам в последнем квартале 2020 года, но, в основном, надежды возлагаются на 2021 год.

- При этом поездки для посещения друзей и родственников будут расти более интенсивно, чем деловые путешествия [48].

Сдерживающие факторы развития туризма в мире:

- Пандемия коронавирусной инфекции.

- Терроризм.

- Вопрос урегулирования споров, возникающих в сфере международного туризма.

- Проблема развития туризма в регионах.
- Нестабильность политической ситуации.
- Различный уровень развития экономик стран.
- Невыполнение интеграционных соглашений и другие.

Сдерживающие факторы развития туризма в России:

- Пандемия коронавирусной инфекции.
- Недостаточное использование позитивного мирового опыта в области дифференцированного налогообложения туристской отрасли.
- Моральный и физический износ существующей материальной базы (в том числе транспортных средств).
- Недостаточное развитие туристской инфраструктуры.
- Постоянное удорожание стоимости турпакета.
- Малое количество гостиничных средств размещения.
- Отсутствие полноценного страхования туристов.
- Отсутствие эффективной региональной инвестиционной политики.
- Наличие административных барьеров.
- Низкий платежеспособный спрос населения.
- Дефицит квалифицированных кадров.
- Низкое качество оказываемых туристских услуг.
- Отсутствие системы обеспечения безопасности.
- Отсутствие активного имиджевого позиционирования России.
- Недостаток механизмов поддержки развития социального туризма.
- Отсутствие инфраструктуры для путешествий и отдыха инвалидов и пожилых людей (турникеты, дорожки, специально оборудованные туалеты).
- Высокие транспортные затраты.

Рост популярности экотуризма и его тенденции:

- Туризм, направленный на улучшение положения женщин в развивающихся странах, благодаря таким инициативам, как движение #MeToo. Несколько туроператоров, таких как lokal, предлагают поездки, разработанные специально для расширения прав и возможностей женщин.

- Социальные аспекты оказывают все большее влияние на выбор места поездки. В опросе, проведенном Booking.com, было установлено, что 58 % туристов отказались бы от посещения региона, страны или города, если это окажет негативное влияние на местных жителей.

- Волонтерство. 54 % участников стремятся стать волонтерами во время своего следующего отпуска. Особенно среди представителей поколения Z, которые, столкнувшись с высокой платой за обучение, решили получить жизненный опыт за пределами университетских аудиторий.

- Деятельность по защите окружающей среды. 86 % путешественников по всему миру выразили готовность заниматься деятельностью, направленной на улучшение окружающей среды, будь то помощь в проектах по очистке пляжей или сознательное бронирование более экологичных отелей.

- Сафари и посещение заповедников.

- Посещение непопулярных туристических направлений из-за столпотворений и перегруженности популярных маршрутов.

Экономическая важность туризма. Оценка положительного влияния

– В соответствии с существенным ростом прибытий международные доходы от туризма за прошлые десятилетия устойчиво увеличивались, превратив его в четвертый самый важный экспортный сектор во всем мире (после топлива, химикатов и автомобильных продуктов) с покупательной силой в 1 трлн долл. США в год.

– Туризм составляет 30 % мирового экспорта коммерческих услуг, или 7 % экспорта в целом.

– Принимая во внимание все прямые, косвенные и вызванные эффекты, экономика туризма представляет 10 % глобального ВВП.

– Это способствует достижению 8,7 % полной занятости (261 млн сотрудников).

– Считается, что одно рабочее место в основном туристском секторе создает приблизительно полтора дополнительных или косвенных рабочих места в связанной с туризмом экономике.

Оценка негативного влияния туризма

- Вклад туризма в глобальное потепление оценен в 5 % от общей мировой эмиссии углекислого газа.

- При обычном ведении бизнеса (без сокращения выбросов) к 2050 г. рост туризма будет подразумевать увеличение потребления энергии (154 %), выбросы парниковых газов (131 %), потребление воды (152 %) и утилизацию твердых отходов (251 %).

Тенденции турбизнеса в Иркутской области и Бурятии в условиях пандемии

Иркутская область:

– Последние три года турпоток в Иркутскую область стабильно рос больше чем на 8 % в год, и к началу 2020-го он составлял 1,7 млн путешественников.

– Число иностранцев тоже увеличивалось: из-за границы к нам ежегодно приезжало больше 368 тыс. гостей.

– За первый квартал 2020-го к нам успели приехать 326,9 тыс. человека, в том числе 50,4 тыс. иностранцев. Их число по сравнению с первыми тремя месяцами 2019 года упало на 32,5 %. Снижение числа российских гостей в первом квартале 2020-го оценивают в районе 30 %.

– Если запрет продлится до конца июня, а гостям из Китая откроют границы с августа, то, по нашим оценкам, общий годовой турпоток снизится на 28,8 %. Столько туристов мы потеряем при самом оптимистичном прогнозе. Если запреты не снимут до конца лета, а это пессимистичный прогноз, то потери составят где-то 46 % путешественников.

Бурятия:

– Падение объема платных услуг в туротрасли оценивается предварительно в 80 % или 2,6 млрд руб.

– В целом турпоток в республику начал снижаться с февраля, в некоторых гостиницах он упал на 100 %.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru