

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/242504>

Тип работы: Реферат

Предмет: Экономика в туризме

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Экономическая сущность и содержание туризма 5

2. Экономика туристических услуг 9

3. Экономические формы, виды и разновидности туризма 12

Заключение 17

Список литературы 18

Туризм в России возник в 1885 г. В то время в Санкт-Петербурге была основана первая крупная российская туристическая организация под названием «Компания по общественным поездкам во все страны мира» Липсона. В Санкт-Петербурге в марте 1885 года был основан русский туристический клуб – «Общество велосипедистов», а в 1901 году было создано единое российское туристическое общество. В период с 1899 по 1914 год выходил журнал «Русский турист», который провел конкурс на определение термина туризма. Победителем стал Р.де Пак, который написал следующее: «Туризм - это способность ходить. Может быть, эту способность нужно приобрести, может быть, это наука, которую нужно изучать и практиковать в ней» [3].

Точное определение туризма базируется на следующих экономических характеристиках:

- туризм - это результат передвижения людей по разным туристическим маршрутам;
- туризм всегда включает в себя два элемента: поездку в пункт назначения и остановку там;
- путешествие означает выезд из страны или региона, в которой проживает турист;
- туризм - это временное перемещение туриста по туристическому маршруту, то есть турист возвращается к месту своего постоянного проживания через некоторое время;
- туризм - это путешествие, которое не включает в себя деятельность, приносящую прибыль.

Закон 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» закрепил следующее определение туризма: «Туризм - это временный выезд (выезд) граждан Российской Федерации, иностранцев и лиц без гражданства из постоянного места жительства по медицинским, познавательным, профессиональным, деловым, спортивным, религиозным и другим направлениям без оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [3].

Туризм характеризуется временным перемещением населения из одного региона (округа, города, страны) в другой, если это не связано с изменением места жительства и работы. Туризм, можно сказать, что это удовольствие, которое связано с поездками для отдыха, лечения, посещением культурных, научных или деловых встреч.

Факторы, которые вызывают потребность в туризме, можно свести к трем основным группам: когнитивным, региональным, экономическим.

В группу когнитивных факторов входят интерес к историческим, культурным, экономическим и природно-климатическим достопримечательностям [5].

Исторические и культурные достопримечательности включают исторические и археологические памятники, музеи, художественные галереи, театры и другие объекты.

Также особый интерес представляют обычаи, одежда, кухня и другие проявления народного искусства, которые характеризуются как этнографические достопримечательности.

Природные климатические достопримечательности включают благоприятные климатические условия, красоту ландшафта. Географические и климатические условия способствуют развитию летних и зимних видов спорта, особенно тех, которые помогают лечить туристов.

К экономическим достопримечательностям относятся своеобразие форм хозяйствования.

Региональные факторы включают события в этом регионе, которые могут привести к посещению региона туристами, такие как театральные и музыкальные фестивали, кинофестивали, всевозможные спортивные соревнования, ярмарки, карнавалы, выставки и прочее.

В группу экономических факторов входят социально-экономические условия поездки, к которым относятся услуги, транспортные системы, розничные и продуктовые магазины, в том числе магазины для иностранных туристов, которые продают товары по низким ценам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бургонова Г.Н. Гостиничный и туристский бизнес. М.: Финансы и статистика, 2018. – 342 с.
2. Волков И.М. Основы экономики и организации деятельности в туризме. М.: МГУ, 2019. – 255 с.
3. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 2016. – 273 с.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. М.: Финансы, 2017. – 390 с.
5. Зубец А.К. Особенности управления риском в туризме. //Страховое дело. №2.2019. с.45-48.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. М.: Финансы и статистика, 2018. – 316 с.
7. Куськин И.И. Туризм в условиях экономического кризиса.// РЦБ. 2019. №12. С. 35-38.
8. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. СПб.: Нева, 2016. – 285 с.
9. Липец Е.В. Формирование эффективной политики продаж туристских услуг. //Туризм. 2019. № 10. С. 12-15.
10. Попова Р.Ю. Туристский бизнес и информация в туризме. М.: Диалог-МГУ, 2019. -217 с.
11. Рогов А.Д. Туризм и туристы. М.: Инфра-М, 2020. – 310 с.
12. Сенин В.С. Организация международного туризма. М.: Дело, 2018. – 190 с.
13. Экономика туризма : учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 320 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/referat/242504>