

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА»

## 1. ВВЕДЕНИЕ

### (Пояснительная записка)

«Организация внутреннего туризма» – учебная дисциплина, соответствующая государственным образовательным стандартам специальностей 100201 «Туризм»

В соответствии с учебным планом по данному курсу предусмотрены следующие виды занятий: лекции, практические и семинарские занятия, а также различные виды самостоятельных работ студентов (выполнение письменных занятий, написание рефератов и докладов и пр.).

Настоящая рабочая программа разработана в соответствии с Государственным образовательным стандартом для студентов географического факультета по специальности «Туризм» по дисциплине «Организация внутреннего туризма». Дисциплина дает общее представление о теоретических и практических проблемах организации внутреннего туризма. Она необходима для роста профессиональных знаний студентов.

В результате изучения данной дисциплины студенты получают знания об истории отечественного внутреннего туризма, основных видах внутреннего туризма и технологии их организации, туристских ресурсах и туристских дестинациях России и Алтая, экономико-географических аспектах организации внутреннего туризма, создании и продвижении внутреннего туристского продукта, особенностях предложения на рынке внутреннего туризма, менеджменте и маркетинге внутреннего туризма, социально-экономическом значении внутреннего туризма.

Обучение рассчитано на один семестр и включает в себя как аудиторные занятия, так и самостоятельную работу.

Данная дисциплина включает в себя следующие формы работы студентов:

- курс лекций;
- семинарские занятия и практические занятия;
- самостоятельная работа;
- зачет.

### 1.1. Цели дисциплины

Основной задачей данного курса является знакомство студентов с основными аспектами и технологиями внутреннего туризма и формирование умений применять эти знания в области расширения своего профессионального образования. Аспекты и Организация внутреннего туризма многообразны и включают в себя изучение: истории отечественного внутреннего туризма, основных видов внутреннего туризма и технологий их организации, туристских ресурсах и туристских дестинаций России и Алтая, экономико-географических аспектов организации внутреннего туризма, технологий создания и продвижения внутреннего туристского продукта, особенностей предложения на рынке внутреннего туризма, менеджмента и маркетинга внутреннего туризма, социально-экономического значения внутреннего туризма.

### 1.2. Задачи курса

Задачами данной дисциплины являются:

- Освоение основных терминов внутреннего туризма.
- Изучение факторов развития внутреннего туризма.
- Изучение периодов развития внутреннего туризма
- Знакомство с основными законами, регулирующими внутренний туризм.
- Изучение социально-экономического значения внутреннего туризма

- Ознакомление с основными технологиями внутреннего туризма как по его видам, так и по особенностям предложения.
- Применение и проверка полученных знаний в ходе практических занятий, предполагающих творческое участие студентов в анализе конкретных проблем туризма.

### **1.3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

После изучения данной дисциплины студент должен знать:

- историю отечественного внутреннего туризма,
- основные виды внутреннего туризма и технологии их организации,
- туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая,
- экономико-географические аспекты организации внутреннего туризма,
- технологии создания и продвижения внутреннего туристского продукта,
- особенности предложения на рынке внутреннего туризма,
- менеджмент и маркетинг внутреннего туризма,
- социально-экономическое значение внутреннего туризма.

### **1.4. Содержание дисциплины «Организация внутреннего туризма»**

#### **Тема 1. История отечественного внутреннего туризма**

Русские путешествия и путешественники. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции. Становление советского туризма до Великой отечественной войны. Развитие советского туризма после 1945 года. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма. История развития путешествий и туризма на Алтае.

#### **Тема 2. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации**

Технологии организации санаторно-курортного лечения. Технологии организации туристских центров. Технологии организации организованного маршрутного туризма. Технологии организации самостоятельного туризма. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов. Технологии организации экологического туризма. Технологии организации сельского туризма. Технологии организации социального туризма.

#### **Тема 3. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая**

Природные рекреационные ресурсы. Культурно-исторические рекреационные ресурсы. Социально-экономические ресурсы туризма. Рекреационное районирование России. Особые туристско-рекреационные зоны России. Основные дестинации России.

#### **Тема 4. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма**

Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция территориальной рекреационной системы. Жизненный цикл развития дестинации. Типология дестинаций во внутреннем туризме. Туристские потоки во внутреннем туризме. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.

#### **Тема 5. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.**

Понятие и особенности внутреннего туристского продукта. Технологии разработки туристского маршрута. Технологии формирования тура. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма.

#### **Тема 6. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.**

Туроператоры внутреннего туризма. Рынок средств размещения во внутреннем туризме. Транспортное обслуживание внутреннего туризма. Организация питания во внутреннем туризме. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.

#### **Тема 7. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма**

Внутренний туризм как объект управления. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.

#### **Тема 8. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.**

Методики анализа социально-экономического значения внутреннего туризма. Доходная функция внутреннего туризма. Создание рабочих мест. Выравнивание социально-экономического развития. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью, через развитие социального туризма. Оздоровление нации. Социализация молодежи. Работа с инвалидами и пенсионерами. Улучшение социальной среды и экологической обстановки.

#### **Тематический план по предмету «Организация внутреннего туризма»**

№	Наименование и содержание разделов, тем, модулей	Объем часов				
		Общий	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические (семинарские)	Лабораторные	
	История отечественного внутреннего туризма	8	4	2	-	2
	Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации	10	6	2	-	2
	Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая	10	6	2	-	2
	Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма	14	6	4	-	4
	Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.	10	6	2	-	2
	Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.	14	6	4	-	4
	Менеджмент и маркетинг внутрен-	10	6	2	-	2

	него туризма					
	Социально-экономическое значение внутреннего туризма.	10	6	2	-	2
	<b>ИТОГО:</b>	<b>86</b>	<b>46</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>20</b>

## 1.5. Учебно-методические материалы по дисциплине

### Основная

1. Косолапов А. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 208 с.
2. Косолапов А. География российского внутреннего туризма. – М.: КНОРУС, 2008. – 272 с.
3. Кусков А., Лысикова О. Курортология и оздоровительный туризм. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – 320 с.
4. Морозов М. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2007. – 288 с.
5. Усыскин Г. Очерки истории российского туризма. – СПб.: Герда, 2005. – 224 с.

### Дополнительная

6. Арефьев В. Введение в туризм: учебное пособие для студентов географического факультета. Барнаул: Изд-во АГУ, 2002. – 282 с.
7. Биржаков М. Введение в туризм. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 448 с.
8. Гусейнов Ф., Салманов А. Отдых на юге: проекты и решения. – М.: Мысль, 2008. – 188 с.
9. Жукова М. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.
10. Зотов М., Ленкин С. Горный Алтай – мировой лидер на пути к ноосферному развитию. – М.: Белые альвы, 2009. – 192 с.
11. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 787 с.
12. Люкшандерль Л. Спасите Альпы. М.: Прогресс, 2000. – 168 с.
13. Маринин М. Туристские формальности и безопасность в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 144 с.
14. Орлов А. Социология рекреации. – М.: Наука, 2005. – 148 с.
15. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 463 с.
16. Храбровченко В. Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Ведущими видами занятий в рамках данной учебной дисциплины являются лекционные и семинарские (практические) занятия, а также самостоятельная внеаудиторная работа.

Основная задача лекционного курса – дать студентам необходимые научные знания:

- Основных терминах внутреннего туризма;

- Факторов развития внутреннего туризма;
- Периодах развития внутреннего туризма;
- Законах, регулирующих внутренний туризм;
- Социально-экономическом значении внутреннего туризма;
- Технологиях внутреннего туризма как по его видам, так и по особенностям предложения.

Лекционный курс ориентирован на расширение и углубление материала изложенного в учебниках, на разъяснение сложных для понимания вопросов.

На семинарских (практических) занятиях контролируется уровень восприятия знаний и качество работы студентов с лекционным материалом и учебными пособиями. Одновременно по всем вопросам изучаемой темы анализируется дополнительная литература и самостоятельно выполненная студентами домашняя работа (рефераты). Содержание изучаемого на практических занятиях материала позволяет создать проблемные ситуации и организовать дискуссии по основным вопросам. Организация семинарских и практических занятий предполагает упражнения, тестовые задания. Это позволяет не только глубже осмыслить теоретическую базу дисциплины, но и познакомиться с практическими методиками, приобрести навыки научного исследования. Особая роль в освоении данной учебной дисциплины отводится внеаудиторной самостоятельной работе студентов (дома, в библиотеке и т.д.). Ее основные дидактические задачи:

- закрепление знаний и умений, полученных в процессе изучения учебной дисциплины, на лекционных, семинарских и практических занятиях;
- предотвращения их забывания;
- расширение и углубление учебного материала;
- формирования умения и навыков самостоятельной работы;
- развитие самостоятельности мышления и творческих способностей студентов.

В качестве основных форм самостоятельной работы могут быть использованы: изучение основной и дополнительной учебной и научной литературы; подготовка устных сообщений (докладов); написание рефератов; письменные ответы на указанные преподавателем вопросы. Этот вид учебной деятельности должен опираться на активность, инициативу, сознательность и самостоятельность студентов.

## **Тема 1. История отечественного внутреннего туризма**

В данной теме преподаватель должен рассказать студентам о русских путешествиях и путешествениках, состоянии отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции, становлении советского туризма до Великой отечественной войны, развитии советского туризма после 1945 года. Особое внимание нужно уделить постсоветскому этапу в развитии отечественного туризма и истории развития путешествий и туризма на Алтае.

## **Тема 2. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации**

В данной теме преподавателю необходимо показать особенности организации и компонентные связи между технологиям санаторно-курортного лечения, организации туристских центров, организованного маршрутного туризма, организации самоуправления самодетельного туризма, регулирования неорганизованного потока туристов, организации экологического туризма, организации сельского туризма, организации социального туризма.

### **Тема 3. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая**

Рассматривая данную тему, необходимо выделить природные рекреационные ресурсы, культурно-исторические рекреационные ресурсы, социально-экономические ресурсы туризма. Рассказать о рекреационном районировании России, особых туристско-рекреационных зонах России и основных дестинациях страны России.

### **Тема 4. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма**

Приступая к рассмотрению содержания данной темы, преподавателю необходимо обратить внимание на особенности использования системного подхода в осознании внутреннего туризма, концепции территориальной рекреационной системы. Познакомить студентов с концепцией жизненного цикла развития дестинации, типологиями дестинаций во внутреннем туризме, туристскими потоками во внутреннем туризме, мотивация путешествий во внутреннем туризме.

### **Тема 5. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.**

Раскрывая данную тему, преподаватель должен дать понятие и особенности внутреннего туристского продукта. Рассказать о технологиях разработки туристского маршрута, технологиях формирования тура, рынке внутреннего туризма (компонентах спроса и предложения), факторах и тенденциях развития спроса на рынке внутреннего туризма.

### **Тема 6. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.**

Раскрывая данную тему, необходимо акцентировать внимание студентов на деятельности таких субъектов туризма как туроператоры внутреннего туризма, рынок средств размещения во внутреннем туризме, транспортное обслуживание внутреннего туризма, организации питания во внутреннем туризме, культурных и экскурсионных программах во внутреннем туризме.

### **Тема 7. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма**

По данной теме надо рассказать о внутреннем туризме как объекте управления, особенностях туристского маркетинга во внутреннем туризме, институциональных особенностях маркетинга внутреннего туризма, региональном маркетинге во внутреннем туризме.

### **Тема 8. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.**

В ходе изложения материала преподаватель должен показать роль и место туризма в современном мире и в частности: народнохозяйственные функции туризма; создание национального дохода; Методики анализа социально-экономического значения внутреннего туризма. Доходная функция внутреннего туризма. Создание рабочих мест. Выравнивание

социально-экономического развития. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью, через развитие социального туризма. Оздоровление нации. Социализация молодежи. Работа с инвалидами и пенсионерами. Улучшение социальной среды и экологической обстановки.

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ПОДГОТОВКЕ К ПРАКТИЧЕСКИМ И СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Процесс обучения в высшей школе предусматривает практические занятия, предназначенные для углубленного изучения дисциплины. Практические занятия играют важную роль в выработке у студентов навыков применения полученных знаний для решения практических задач совместно с преподавателем.

При изучении курса «Организация внутреннего туризма» практические занятия проводятся после каждой лекции и логически продолжают работу, начатую на лекции. Практические занятия призваны углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции в обобщенной форме, и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности. Они развивают научное мышление и позволяют проверить знания студентов и выступают как средства оперативной обратной связи.

План практических занятий отвечает общим идеям и направленности лекционного курса и соотнесен с ним в последовательности тем. Разнообразие занятий вытекает из собственно практической части.

Работа на практических занятиях включает в себя:

- выполнение и защита практических работ;
- реферат (с защитой);
- рецензирование студентом реферата;
- тестирование;
- контрольные самостоятельные работы.

В чем заключается подготовительная работа по выполнению и защите практических работ? Самостоятельно составляется библиография (список литературы) к выбранной теме или используется рекомендованный преподавателем. Литература тщательно просматривается (чтение-просмотр), а затем выборочно читается и фиксируется (аннотация, выписка цитат, тезисы, конспект) все, что представляет интерес для темы.

**Реферат** – сжатое письменное изложение научной информации по конкретной теме, - изложение, в котором выражается и отношение к этой информации, ее оценка.

Реферат является обзорным (по нескольким источникам – книгам, главам, статьям). Реферат, как правило, излагается своими словами. Точные определения и цитаты вводятся лишь особо значимые и те, против содержания которых референт (составитель реферата) возражает.

План реферата определяется исследователем. Но в реферативной работе желательно иметь следующие компоненты (части):

- краткие сведения об авторе реферируемого материала (если это диктуется темой реферата);
- сжатое, но достаточно полное и точное изложение сущности научной информации по теме (главная часть реферата);
- замечания, обобщения, выводы референта об изложенной информации, ее значении.

Написанный реферат становится основой для устного сообщения.

После того, как студент изучил научную литературу по теме, систематизировал полученную информацию, следует приступить к работе над рефератом. Композиционная структура реферата включает следующие основные элементы:

- титульный лист,
- содержание,
- введение,
- основную часть,
- заключение,
- литература,

**Титульный лист** является первой страницей реферата и заполняется строго по образцу.

После титульного листа помещается **содержание**, в котором приводятся все заголовки реферата и указываются страницы, с которых они начинаются.

Далее следует **введение**, в котором обосновывается актуальность выбранной темы, приводится краткий обзор литературы, излагается цель работы и содержание поставленных задач, формулируются объект и предмет исследования.

В **основной части** реферата раскрывается данная тема.

Реферат заканчивается заключительной частью, которая так и называется **«заключение»**, составляющее итоговые результаты.

После заключения принято помещать **библиографический список использованной литературы**. Этот список составляет одну из существенных частей реферата и отражает самостоятельную творческую работу студента. Каждый включенный в такой список источник должен иметь отражение в тексте реферата. Если её автор делает ссылку на какие-либо заимствованные факты или цитирует работы других авторов, то он должен обязательно указать в подстрочной ссылке, откуда взяты приведенные материалы. Не следует включать в библиографический список те работы, на которые нет ссылок в тексте реферата и которые фактически не были использованы.

Не рекомендуется включать в этот список энциклопедии, справочники, газеты.

Объем реферата должен составлять 12-15 страниц машинописного текста.

Выбирая тему реферата, студенту необходимо исходить из следующего:

- интереса студента к конкретной разделу психологии;
- возможности получения информации из различных источников для раскрытия темы работы.

Тема и план реферата должен быть согласован с преподавателем. Рефераты выполняются в рамках предусмотренных программой тем, а также в соответствии с интересами и потребностями студентов. Они могут носить как теоретический, так и прикладной характер. Их основная цель – углубить знания, полученные в процессе изучения дисципли-



ны, привить умения самостоятельной работы с научной литературой, развить индивидуальные способности студентов и их творческое мышление. Рефераты должны быть самостоятельны и правильно оформлены.

### Примерная тематика рефератов

1. История отечественного внутреннего туризма.
2. Русские путешествия и путешественники.
3. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции.
4. Становление советского туризма до Великой отечественной войны.
5. Развитие советского туризма после 1945 года.
6. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма.
7. История развития путешествий и туризма на Алтае.
8. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации.
9. Технологии организации санаторно-курортного лечения.
10. Технологии организации туристских центров.
11. Технологии организации организованного маршрутного туризма.
12. Технологии организации самостоятельного туризма.
13. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов.
14. Технологии организации экологического туризма.
15. Технологии организации сельского туризма.
16. Технологии организации социального туризма.
17. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая
18. Природные рекреационные ресурсы.
19. Культурно-исторические рекреационные ресурсы.
20. Социально-экономические ресурсы туризма.
21. Рекреационное районирование России.
22. Особые туристско-рекреационные зоны России.
23. Основные дестинации России.
24. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма
25. Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция территориальной рекреационной системы.
26. Жизненный цикл развития дестинации.
27. Типология дестинаций во внутреннем туризме.
28. Туристские потоки во внутреннем туризме.
29. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.
30. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.
31. Понятие и особенности внутреннего туристского продукта.
32. Технологии разработки туристского маршрута.
33. Технологии формирования тура.
34. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения.
35. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма
36. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.
37. Туроператоры внутреннего туризма.
38. Рынок средств размещения во внутреннем туризме.
39. Транспортное обслуживание внутреннего туризма.
40. Организация питания во внутреннем туризме.
41. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.
42. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма.
43. Внутренний туризм как объект управления.
44. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме.

45. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма.
46. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.
47. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.

## РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

### Оценка знаний студентов по рейтинговой системе

Дисциплина «Организация внутреннего туризма» оценивается максимально 100 баллами. Студенты могут заработать дополнительные баллы (до 15) за другие виды учебной и научной работы, не предусмотренные учебным планом дисциплины (выполнение рефератов, участие в конференциях, выполнение НИРС).

Семестровый рейтинг по дисциплине выставляется нарастающим итогом по рубежным рейтингам и заносится в рейтинговую ведомость, в зачетную книжку студента проставляется соответствующая оценка.

*Шкала соответствия рейтинга итоговой оценке:*

**85-100 баллов** соответствует оценке «отлично»;

**70-84** балла соответствует оценке «хорошо»;

**60-69** баллов соответствует оценке «удовлетворительно»;

**менее 60 баллов** соответствует оценке «неудовлетворительно».

### Структура и балльная оценка рейтингов

Структура рейтингов	Максимальный балл
Первый рубежный рейтинг	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• контрольная работа (в форме теста)</li> <li>• систематическая работа на лекциях и семинарских занятиях</li> <li>• посещение аудиторных занятий</li> </ul>	10
	5
	10
	5
Второй рубежный рейтинг	35

<ul style="list-style-type: none"> <li>• контрольная работа (в форме теста)</li> <li>• систематическая работа на лекциях и семинарских занятиях</li> <li>• посещение аудиторных занятий</li> </ul>	10
	10
	10
	5
Третий рубежный рейтинг	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>• знание психологических терминов</li> <li>• отчет по самостоятельной работе</li> <li>• систематическая работа на лекциях и семинарских занятиях</li> <li>• посещение аудиторных занятий</li> <li>• наличие конспектов лекций</li> </ul>	5
	10
	10
	5
	5

### **НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ОБ УСТНОМ ВЫСТУПЛЕНИИ**

1. Не выступайте, если материал не продуман, не подготовлен заранее.
2. Если хотите, чтобы вам верили, говорите убедительно и только о том, что сами поняли и в чем убеждены.
3. Когда говорите, помните о теме своего выступления, не отходите от нее в сторону.
4. Отбрасывайте все лишнее, второстепенное. Помните, что иногда мелочи мешают увидеть главное.
5. Побольше фактов и поменьше общих, ничего не говорящих фраз.
6. Не говорите слишком долго, чтобы не утомлять и слушателей, и себя.
7. Следите за своими слушателями: если вас перестали слушать, измените ход мыслей, приведите интересный факт, деталь, задайте риторический вопрос, но никогда не стремитесь перекрыть аудиторию.

Следите за речью: избегайте слов-паразитов («так», «значит» и др.), вульгаризмов, просторечных выражений и т.д. Тщательно стройте фразу.

## 4. ПЛАНЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

### Пояснительная записка

Данная дисциплина предназначена для студентов географического факультета, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» по специализации «Туризм».

Темы практических занятий отражают последовательность изучения курса «Организация внутреннего туризма» и методически взаимосвязаны с программой данной дисциплины.

Целью проведения практических занятий является формирование у студентов на основе изученных теоретических знаний и практических навыков применения полученных знаний. Для достижения этой цели студенты должны знать следующее:

1. История отечественного внутреннего туризма.
2. Русские путешествия и путешественники.
3. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции.
4. Становление советского туризма до Великой отечественной войны.
5. Развитие советского туризма после 1945 года.
6. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма.
7. История развития путешествий и туризма на Алтае.
8. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации
9. Технологии организации санаторно-курортного лечения.
10. Технологии организации туристских центров.
11. Технологии организации организованного маршрутного туризма.
12. Технологии организации самодеятельного туризма.
13. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов.
14. Технологии организации экологического туризма.
15. Технологии организации сельского туризма.
16. Технологии организации социального туризма.
17. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая
18. Природные рекреационные ресурсы.
19. Культурно-исторические рекреационные ресурсы.
20. Социально-экономические ресурсы туризма.
21. Рекреационное районирование России.
22. Особые туристско-рекреационные зоны России.
23. Основные дестинации России.
24. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма
25. Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция территориальной рекреационной системы.
26. Жизненный цикл развития дестинации.
27. Типология дестинаций во внутреннем туризме.
28. Туристские потоки во внутреннем туризме.
29. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.
30. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.
31. Понятие и особенности внутреннего туристского продукта.
32. Технологии разработки туристского маршрута.
33. Технологии формирования тура.
34. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения.
35. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма.
36. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.

37. Туроператоры внутреннего туризма.
38. Рынок средств размещения во внутреннем туризме.
39. Транспортное обслуживание внутреннего туризма.
40. Организация питания во внутреннем туризме.
41. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.
  
42. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма.
43. Внутренний туризм как объект управления.
44. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме.
45. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма.
46. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.
47. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.
48. Методики анализа социально-экономического значения внутреннего туризма.
49. Доходная функция внутреннего туризма.
50. Создание рабочих мест.
51. Выравнивание социально-экономического развития.
52. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью, через развитие социального туризма.
53. Оздоровление нации.
54. Социализация молодежи.
55. Работа с инвалидами и пенсионерами.
56. Улучшение социальной среды и экологической обстановки.
57. Владеть навыками самостоятельной внеаудиторной работы с литературой, аргументировано устно и письменно излагать свое мнение, вести дискуссию, проводить исследовательскую работу, использовать различные учебно-методические источники: монографической и учебной литературы, периодической печати, Интернет-ресурсов.

План семинарских занятий состоит из названия изучаемого раздела, темы, вопросов на повторение. Для выяснения степени усвоения материала в помощь студентам предлагаются вопросы для самоконтроля. Также по каждой теме предусмотрены примерные темы для рефератов.

В конце каждого семинарского занятия приводится список литературы и других источников, имеющихся в библиотеке университета (филиала). Студенты могут пользоваться в дополнение к рекомендуемому перечню, литературой и источниками периодической печати. Не исключено и использование материалов, найденных студентами в Интернет.

Списки литературы разбиты на две части – первая – литература, имеющаяся в библиотеке, вторая - для самостоятельного поиска студентов.

Навыки по практическому применению знаний и умений приобретаются первоначально студентами на практических занятиях под руководством преподавателя и дискуссионном обсуждении с другими студентами. Результатом практической работы наиболее инициативных студентов могут служить подготовленные и представленные на «суд» студенческой группы выступления и доклады, рефераты и статьи в студенческие сборники.

## **ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **Семинарское занятие 1 (4 часа). Тема 1. История отечественного внутреннего туризма**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Русские путешествия и путешественники. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции. Становление советского туризма до Великой отечественной войны. Развитие советского туризма после 1945 года. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма. История развития путешествий и туризма на Алтае.

**Семинарское занятие 2 (4 часа). Тема 2. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Технологии организации санаторно-курортного лечения. Технологии организации туристских центров. Технологии организации организованного маршрутного туризма. Технологии организации самодетельного туризма. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов. Технологии организации экологического туризма. Технологии организации сельского туризма. Технологии организации социального туризма.

**Семинарское занятие 3 (4 часа). Тема 3. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Природные рекреационные ресурсы. Культурно-исторические рекреационные ресурсы. Социально-экономические ресурсы туризма. Рекреационное районирование России. Особые туристско-рекреационные зоны России. Основные дестинации России.

**Семинарское занятие 2 (4 часа). Тема 4. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция территориальной рекреационной системы. Жизненный цикл развития дестинации. Типология дестинаций во внутреннем туризме. Туристские потоки во внутреннем туризме. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.

**Семинарское занятие 2 (6 часов). Тема 5. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Понятие и особенности внутреннего туристского продукта. Технологии разработки туристского маршрута. Технологии формирования тура. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма.

**Семинарское занятие 2 (4 часа). Тема 6. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Туроператоры внутреннего туризма. Рынок средств размещения во внутреннем туризме. Транспортное обслуживание внутреннего туризма. Организация питания во внутреннем туризме. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.

### **Семинарское занятие 2 (4 часа). Тема 7. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Внутренний туризм как объект управления. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.

### **Семинарское занятие 2 (4 часа). Тема 8. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.**

Студенты должны письменно или устно показать свои знания по следующим пунктам:

Методики анализа социально-экономического значения внутреннего туризма. Доходная функция внутреннего туризма. Создание рабочих мест. Выравнивание социально-экономического развития. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью, через развитие социального туризма. Оздоровление нации. Социализация молодежи. Работа с инвалидами и пенсионерами. Улучшение социальной среды и экологической обстановки.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ**

### **Практическое занятие 1 . ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

1. Какая туристская деятельность подлежит обязательному лицензированию?

Возможные направления поиска правильного ответа

Шаг 1. Ознакомьтесь с постановлением Правительства РФ от 11 февраля 2002 г. № 95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности».

Шаг 2. Выясните, почему известная в вашем городе туристская фирма «Х», занимающаяся внутренним туризмом, не имеет лицензии.

Шаг 3. После нахождения правильного ответа обоснуйте свое мнение в отношении раздельного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности.

2. Какие нормативные документы определяют необходимость, порядок и условия лицензирования туристской деятельности?

3. На какие сроки выдается лицензия на осуществление международной туристской деятельности?

4. Можно ли передавать лицензию на осуществление международной туристской деятельности другим юридическим или физическим лицам?

5. Лицензирующий орган отказал индивидуальному предпринимателю в выдаче лицензии на осуществление международной туристской деятельности, обосновывая это тем, что податель заявления не имеет специального образования и опыта работы в туризме. Насколько справедлив отказ лицензирующего органа в данной ситуации?

6. В каком случае индивидуальному предпринимателю могут отказать в выдаче лицензии

на право осуществления международной туристской деятельности?

7. Туристская фирма заключила с предпринимателем договор о совместной дея-

тельности, в котором стороны обязуются объединить имущество и усилия для совместного оказания услуг населению в области международного туризма. Фирма предлагает только размещение рекламы с использованием своего фирменного знака, символики и номера лицензии. Вся остальная деятельность по оказанию услуг и учет доходов и расходов осуществляются предпринимателем.

Нужно ли предпринимателю приобретать лицензию на занятие международной туристской деятельностью, если все договоры заключены фирмой (с указанием всех ее реквизитов) и вся рекламная кампания проводится от имени фирмы?

8. Обязана ли туристская фирма указывать в рекламе номер лицензии и сертификата соответствия?

### **Ответы:**

Обязательному лицензированию подлежит международная туристская деятельность.

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 11 февраля 2002 г. № 95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности».

3. Лицензия выдается сроком на пять лет, но может быть выдана и на меньший срок по заявлению лица, обратившегося за ее получением.

4. Передача лицензии другим юридическим и физическим лицам запрещается.

5. Одно из условий действия лицензии — наличие в штате не менее одного работника, имеющего специально туристское образование или стаж работы в сфере туризма не менее трех лет. Исходя из этого можно предположить, что лицензирующий орган опирался в своем отказе именно на эту причину.

6. Основания для отказа в выдаче лицензии:

- наличие в документах, представленных заявителем недостоверной или искаженной информации;

- отрицательное экспертное заключение, установившее несоответствие условиям, необходимым для осуществления международной туристской деятельности и условиям безопасности.

Уведомление об отказе в выдаче лицензии направляется заявителю в письменной форме в трехдневный срок после принятия решения с обязательным указанием причины отказа.

7. Такой договор о совместной деятельности (договор простого товарищества между туристской фирмой (лицензиатом) и индивидуальным предпринимателем на оказание услуг населению в области международного и внутреннего туризма с учетом соблюдения требований главы 39 Гражданского кодекса Российской Федерации имеет право на существование. И если речь идет об оказании туристских услуг по внутреннему туризму то никаких осложнений не возникает, так как данный вид туризма не лицензируется. Однако в отношении международного туризма ситуация иная.

Деятельность, осуществляемая образовавшимся простым товариществом, является ни чем иным, как туристской деятельностью. Соответственно рассматриваемая ситуация подпадает под нормы, изложенные в Федеральном законе от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В данном нормативном акте нашли отражение основные понятия, характеризующие этот вид деятельности, и взаимоотношения участвующих в нем сторон.

Согласно упомянутому Закону деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, которой согласно договору должен заниматься предприниматель, является ни чем иным, как турагентской деятельностью, так как именно предприниматель осуществляет продвижение и реализацию турпродукта. Такой деятельностью мо-



жет заниматься юридическое лицо или индивидуальный предприниматель только на основании лицензии.

Осуществление предпринимательской деятельности без специального разрешения (лицензии) подпадает под понятие «незаконное предпринимательство» согласно статье 171 Уголовного кодекса Российской Федерации.

Следовательно, взаимоотношения туристской фирмы и предпринимателя по договору о простом товариществе должны строиться таким образом, чтобы деятельность по реализации турпродукта осуществлялась только турфирмой, т.е. участником договора, имеющим лицензию, либо предприниматель должен сам получить лицензию на осуществление международной туристской деятельности.

8. В соответствии с Законом о рекламе деятельность, подлежащая лицензированию, может рекламироваться только с указанием номера лицензии, а также наименования органа, выдавшего эту лицензию. Если лицензия не получена, то реклама товаров (работ, услуг) рекламодателя, а также распространение информации о нем не допускается (п. 3 ст. 5).

В рекламе товаров (услуг), подлежащих обязательной сертификации, должно быть указано

«подлежит обязательной сертификации» (п. 4 ст. 5 Закона о рекламе).

Ответственность за несоблюдение законодательства о рекламе (в том числе и за непредоставление информации о лицензировании и сертификации) несет рекламодатель, если не доказано, что нарушение произошло по вине производителя или распространителя рекламы (ст. 30 Закона о рекламе).

## **Практическое занятие 2. СЕРТИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ**

1. Может ли туристская фирма выбирать по своему усмотрению сертификационный орган?

Возможные направления поиска правильного ответа

Шаг 1. Познакомьтесь с «Правилами сертификации туристских услуг и услуг гостиниц», введенными в действие 01.01.1995 г.

Шаг 2. Представьте, что вы сертифицируете туристскую услугу, находясь по юридическому и фактическому адресу в с. Красный Яр Пожарского района Приморского края. Отсюда значительно ближе до краевого центра Хабаровского края (Хабаровска), чем до Владивостока. Куда вы отправите документы?

2. Может ли туристская фирма предлагать маршрут, не имеющий сертификата соответствия?

3. Какими факторами необходимо руководствоваться туристскому предприятию при выборе сертификационного органа?

### **Ответы:**

1. Может. Госстандартом России в субъектах Российской Федерации, кроме Чеченской республики, аккредитованы организации, занимающиеся сертификацией туристских услуг, 13 из них расположены в Москве, 55 представляют региональные Центры стандартизации и метрологии, а также иных подразделений Госстандарта России

2. Предлагать такой маршрут турфирма может, однако в соответствии с принятым в 1996 году Законом об основах туристской деятельности, подтвердившем обязательность сертификации туруслуг, отсутствие сертификата соответствия фактически ставит турфирму вне правового поля.

При рассмотрении этого вопроса следует обратить внимание на правовую коллизию. Дело в том, что постановление Правительства РФ от 29 апреля 2002 г. № 287 «О вне-

сении изменений в перечень товаров, подле обязательной сертификации, в перечень работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации, и в перечень продукции, соответствие которой

может быть подтверждено декларацией о соответствии» исключило из перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации туристские услуги и услуги средств размещения для временного проживания туристов. Вместе с тем обязательное наличие сертификата на безопасность услуги не было исключено из целого ряда нормативных актов, определяющих порядок работ турфирм и гостиниц.

В письме Госстандарта России № ВУ-110-23.19641 от 14 июня 2002 г. было указано, что на основе постановления Правительства РФ № 287 разрабатываются Номенклатура продукции и услуг (работ), в отношении которых законодательными актами Российской Федерации предусмотрены их обязательная сертификация и Номенклатура продукции, соответствие которой может быть подтверждено декларацией о соответствии.

До введения в действие в установленном порядке| указанных документов действует Номенклатура продукции и услуг (работ), в отношении которых законодательными актами Российской Федерации предусмотрена их обязательная сертификация, утвержденная постановлением Госстандарта России от 23 февраля 1998 г. № 5 и введенная в действие с 1 октября 1998 г.

Таким образом, до вступления в силу новых нормативно-законодательных актов в стране действует прежний порядок и наличие сертификата на безопасность туристских услуг и услуг средств размещения для временного проживания туристов остается обязательным. Помимо этого остаются в силе все действующие ранее системы добровольной (заявительной) сертификации, проверяющие соответствие услуг гостиницы требованиям категории («звезде»), установленным в ГОСТ Р 50645—94, приложение А (обязательное).

3. Выбор сертификационного органа туристское предприятие должно проводить, руководствуясь несколькими факторами. Помимо стоимости услуги и порядка прохождения процедуры, определенного конкретным органом, необходимо учитывать и такие моменты, как компетентность и независимость экспертов. Если первый фактор определяется стажем или опытом работы в соответствующей сфере, то независимость эксперта часто напрямую связана с местом его работы. Известны случаи, когда для работы в качестве экспертов сертифицирующие органы привлекают специалистов туристских фирм, работающих в одном сегменте рынка с сертифицируемой организацией.

Выбирая иногородний орган сертификации, необходимо иметь в виду, что расходы по проведению предусмотренного законодательством ежегодного планового инспекционного контроля, связанные с приездом и пребыванием экспертов, лягут на сертифицируемую фирму. Однако в ряде случаев (в силу вышеизложенных причин) туристские фирмы сознательно идут на эти затраты.

### **Практическое занятие 3. ТРАНСПОРТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ**

1. Когда начинается действие договора перевозки: в момент приобретения билета или в тот момент, когда пассажир вошел в салон автотранспортного средства, самолет или вагон?

Возможные направления поиска правильного ответа

Шаг 1. Познакомьтесь с основными положениями типового договора перевозки.

Шаг 2. Обратите внимание на время начала действия транспортной услуги, может быть, это поможет найти правильное решение.

2. В случае спора с транспортной организацией, вытекающего из договора на услуги по перевозке, турист должен обратиться в народный суд:

а) по месту жительства;

б) по месту нахождения управления транспортной организации;

в) по своему усмотрению: по месту жительства или по месту нахождения управле-

ния организации.

3. Московская туристская фирма «Вектор-М» продает авиабилеты и занимается авиаперевозками. Имеет свой самолет, поэтому туры достаточно дешевы. Но при этом фирма

абсолютно безответственно относится ко времени вылета и прилета. Вылет в Италию задержали на 3,5 часа, а прилет из Италии в Москву на 8 часов. Чартер в Таиланд сначала был отложен на 2 часа, затем на 1 час, потом перенесен на следующий день. В итоге, через сутки после того, как самолет должен был вылететь, офици-ально сообщили об отмене рейса.

На какую компенсацию могут рассчитывать туристы в каждом из этих случаев?

Возможные направления поиска правильного ответа

Шаг 1. Познакомьтесь с основными положениями Закона о защите прав потребителей. Знание его поможет и при решении многих других задач.

Шаг 2. Если вы, основываясь на вышеупомянутом Законе, пытаетесь рассчитать размер компенсации за материальный и моральный ущерб, не забудьте внести в смету вынужденных расходов стирку и утюжку ваших носовых платков от пролитых слез из-за незащищенности от произвола перевозчика.

Шаг 3. Говоря серьезно, попробуйте рассчитать размер морального ущерба, с которым любая инстанция (перевозчик, общество по защите прав потребителей, народный суд) будет вынуждена согласиться.

К указанному в памятке времени, за два часа до вылета самолета по внутреннему маршруту, один из туристов в аэропорт не явился. Его товарищи беспокоятся и говорят руководителю, что турист должен приехать, они сегодня с ним виделись и обсуждали поездку. Время сбора он знавал? Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

Туристская группа отправляется в двухнедельное путешествие по городам Узбекистана. Авиационный маршрут начинается во Владивостоке и предусматривает пересадку в Хабаровске. В аэропорту убытия объявлена задержка рейса на четыре часа. Группа не успевает на рейс из Хабаровска в Ташкент, который выполняется один раз в сутки.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

4. Группа вылетела на двухнедельный отдых из Москвы в Одессу. Во время полета на борту было объявлено о вынужденной посадке по метеоусловиям в Кишиневе. По информации дежурного администратора ожидаемая задержка продлится не менее 12 часов.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

5. При регистрации группы на горнолыжный маршрут в аэропорту выясняется, что несколько туристов взяли с собой лыжи, причем вес их багажа без лыж составляет 20 кг, т.е. равен норме бесплатной перевозки. Дежурная по регистрации говорит о необходимости дополнительной платы за провоз лыж. Туристы платить не хотят считая, что лыжи как зонтик, книги, продукты

питания на время пути, лекарства или инвалидная коляска раз решены к бесплатной перевозке.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

6. Группа туристов из Владивостока отдыхает в поселке Листвянка на Байкале с 1 по 15 июля. Один из турист! обращается к руководителю туристской группы с просьбой дать ему обратный билет и выплатить часть стоимости путевки за неиспользованные дни. Рассмотрите три ситуации по срокам обращения туриста:

- а) 6 июля;
- б) 10 июля;
- в) 13 июля.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

7. В аэропорту прибывших туристов не встретили. Туристы волнуются.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

8. Группа находится в аэропорту вылета. Из-за плохих метеоусловий трижды объявляли задержку вылета самолета. Туристы ожидают рейса уже девять часов. Аэропорт переполнен пассажирами. Часть группы отказывается от полета.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

9. Самолет с туристами на борту совершает промежуточную посадку по метеоусловиям трассы. Туристы вынуждены ночевать в аэропорту.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

10. Группа туристов из Владивостока отдыхала зимой на лыжной турбазе в Южно-Сахалинске и сегодня возвращается домой. В этот период года на острове Сахалин часты циклоны с обильными снегопадами, из-за которых местный аэропорт закрывается на 1—2 суток. Сегодня именно такой день.

Что в этой ситуации должен предпринять руководитель туристской группы?

11. Группа туристов, вылетающая на маршрут, прошла регистрацию в аэропорту, туристы сдали багаж. Объявлена посадка в самолет. Однако на посадку двое туристов не пришли.

Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

12. Туристу, заказавшему индивидуальный маршрут по России, туристская фирма по безналичному расчету приобрела билеты на несколько авиарейсов. Перед отлетом турист ставит в известность туристскую фирму, что в одном из пунктов пересадки он, возможно, изменит маршрут и сдаст авиабилет.

Какие действия предпринимает туристская фирма?

13. 23 июля 2003 года турист с семьей должен был совершить полет рейсом компании «Внуковские Авиалинии» по маршруту Сочи — Москва. Приехав в аэропорт за 1,5 часа до времени, указанного в билете (13.30), семья узнала, что рейс задерживается до 17.00 по техническим причинам.

Однако самолет вылетел из аэропорта Сочи только в 19.30 (о чем свидетельствует отметка в билетах в результате чего турист, его жена и полуторагодовалый ребенок вынуждены были провести шесть часов в душном здании аэропорта).

Но на этом их злоключения не закончились. При покупке билетов компании «Внуковские Авиалинии»

туриста уверили, что самолет приземлится в аэропорту Внуково. На самом деле посадка произошла в аэропорту Домодедово. На протесты пассажира работники аэропорта заявили: «Вас же привезли в Москву. Не все ли равно, какой аэропорт?»

Насколько правомерно такое заявление? Что надо сделать для того, чтобы получить компенсацию? Какова вероятность выиграть дело?

14. Какую ответственность несет авиаперевозчик при утрате багажа пассажира на внутренних и международных рейсах?

15. Турист возвращался из Австралии в Россию, при этом его маршрут состоял из двух перелетов; первый, до ОАЭ самолетом компании Emirates, второй, из ОАЭ в Екатеринбург чартерным рейсом одной из российских авиакомпаний. Оба билета турист приобрел в России. Обнаружив в аэропорту Екатеринбурга отсутствие своей сумки, сданной в багаж в Мельбурне, турист написал соответствующее заявление (начальнику отдела перевозок аэропорта, но не в авиакомпанию).

Авиакомпания затягивает вопрос с выплатой компенсации, мотивируя это тем, что багаж не был принят на их рейс в ОАЭ и утеря произошла, вероятно, на предыдущем рейсе другой авиакомпании.

Установлены ли законодательно сроки выплаты подобной компенсации и кто из перевозчиков несет ответственность в ситуации утери транзитного багажа?

16. Почему при вылете международным рейсом рекомендуется прибывать в аэропорт не позднее чем за 2,5 часа до вылета самолета?

17. Супруги отправились в туристскую поездку в ОАЭ. Там они купили мебель

на сумму 2000 \$ US. Для перевозки мебели во Владивосток они оформили в авиакомпании «Трансаэро» грузовую накладную международного образца.

По приезде из-за рубежа туристы отдали старую мебель родителям и стали ожидать прибытия багажа. Однако мебель в срок не прибыла. Через 18 дней супруги получили телеграмму о доставке груза во Владивосток.

На багажном складе им вручили акт о повреждении груза, составленный авиакомпанией «Владивосток-Авиа».

На месте супругами был составлен акт о вскрытии груза с участием представителя «Трансаэро». С этим документом они обратились во Владивостокское общество защиты прав потребителей. Претензия не была удовлетворена. Однако супруги не успокоились и ...

Начните анализ ситуации с момента обращения супругов в туристскую фирму. Выберите оптимальный вариант действия туристского предприятия.

Что предприняли супруги для возмещения понесенного ущерба? Удалось ли им возместить ущерб? Какие юридические нарушения и кем были допущены?

### **Ответы:**

1. Особенность договора перевозки заключается в том, что он начинает действовать не в момент приобретения билета,

а в момент посадки, точнее, входа в салон автобуса, самолета или в вагон.

2. В данном случае имеет место исключение из общего правила. Иск предъявляется по месту нахождения управления транспортной организации.

3. Перевозчик имеет право без предупреждения отменить, задержать или перенести вылет самолета, изменить маршрут или пункт посадки в следующих случаях:

1) стихийные бедствия, неблагоприятные погодные условия;

2) требования государственных органов, которые преследуют цель обеспечить безопасность пассажиров;

3) другие причины, которые могут повлиять на безопасность полета.

При любой другой причине задержки или изменения рейса авиакомпания должна нести ответственность за причиненные в связи с этим убытки. В этих случаях в соответствии со статьей 28 Закона о защите прав потребителей авиакомпания обязана выплатить неустойку в размере 3% цены услуги (т.е. билета) за каждый час просрочки.

Если в удовлетворении требований будет отказано либо пассажир вообще не получит ответ в течение месяца, можно подавать исковое заявление в суд.

Размер компенсации за моральный ущерб рассматривается в ответе на задачу 13.17.

4. В памятке, которую турист получает в фирме, написано, что он должен прибыть в аэропорт за два часа до вылета самолета. Опоздавшие к регистрации на маршрут не допускаются.

Согласно ведомственным правилам о перевозке российских туристов и экскурсантов по внутренним воздушным линиям турфирма обязана обеспечить оформление багажа и представление в аэропортах вылета, аэропортах трансфера и обратного вылета заверенных списков туристов в соответствии с фактической численностью группы не позднее чем за 1,5 часа до отправления самолета по расписанию. Поэтому нужно начинать регистрацию туристской группы, а дежурную по регистрации предупредить, что один турист опаздывает. Если турист не пришел до момента окончания регистрации авиапассажиров на данный рейс, он потерял право на полет. Вопрос о денежной компенсации за неиспользованный билет решается неоднозначно. Если фирма приобретала «блок мест» по конфиденциальному тарифу, никаких компенсационных выплат туристу произведено не будет. Также не положены выплаты, если билет был оформлен на чартерный рейс. Билет, приоб-

ретенный в кассе на общих основаниях, может быть еда туристом, при этом ему вернут часть стоимости несостоявшейся перевозки в соответствии с правилами авиакомпании.

5. Руководитель группы ставит в известность свою турфирму о задержке рейса, разъясняет туристам ситуации чтобы они не требовали невозможного.

На первый взгляд кажется целесообразнее перенести рейс из Владивостока на сутки и вернуть туристов домой. Однако никто не может гарантировать своевременность вылета самолета на другой день. Поэтому следует вылететь в Хабаровск своим рейсом, предварительно сделав отметку на авиабилетах у дежурного администратора о задержке вылета самолета.

Если появятся разногласия среди членов группы, необходимо принять меры к их устранению и убедить туристов, что возникшие осложнения с перелетом еще не означают плохое путешествие.

По прибытии в Хабаровск надо обратиться к диспетчеру по транзиту или диспетчеру по групповым перевозкам. С его помощью следует принять меры к размещению группы в гостинице аэропорта или любой другой. Оплата проживания и транспорта в этом случае производится самими туристами.

После возвращения из турпоездки каждый турист может обратиться к перевозчику с просьбой компенсировать расходы, произведенные в связи с вынужденной задержкой рейса.

На следующий день диспетчер аэропорта принимает меры по первоочередной отправке группы одним рейсом. При невозможности отправить группу в полном составе ее отправляют подгруппами очередными рейсами.

Руководитель туристской группы взамен списка вылетающих туристов составляет отдельные списки туристов, фактически вылетающих каждым рейсом. В каждой подгруппе выбирается старший. Каждому старшему в подгруппе надо сообщить номер телефона, адрес принимающей турфирмы и объяснить, как добраться до нее, если в аэропорту прибытия туристов не встретят. Если возникнет вопрос об очередности, то в первую очередь необходимо отправить тех, кому сложнее переносить дальнейшее путешествие: пожилых людей, женщин и т.д.

Руководитель туристской группы улетает с последней подгруппой. Из аэропорта пересадки (Хабаровска) он оповещает принимающую турфирму о номерах рейсов и датах прибытия подгрупп. Если оповестить принимающую турфирму невозможно, руководитель должен договориться со всеми подгруппами о месте встречи в аэропорту прибытия.

6. От Кишинева до Одессы существует регулярное железнодорожное сообщение и электропоезд идет менее 4 часов, поэтому следует предложить группе поехать в Одессу поездом, разъяснив, сколько времени нужно добираться до железнодорожного вокзала в Кишиневе и от железнодорожного вокзала в Одессе до места размещения. Если руководитель туристской группы не располагает точной информацией по данным вопросам, он должен получить ее при содействии начальника смены. Кроме того, следует узнать расписание и о наличии билетов на поезд. При благоприятной ситуации руководитель туристской группы должен предложить туристам не тратить время на ожидание, а добираться в Одессу поездом, и разъяснить им, что согласно действующим на воздушном транспорте правилам, вследствие невозможности вылета самолета из промежуточного аэропорта или аэропорта вынужденной посадки авиакомпания возвращает лицам, сопровождающим туристские группы, деньги за неиспользованный участок перевозки. Возврат производится в размере не менее стоимости, проезда от пункта перерыва рейса до пункта назначения в следующих размерах:

а) при дальнейшей перевозке группы автомобильным транспортом — в мягком автобусе;

б) железнодорожным транспортом — в купейном вагоне скорого поезда;

в) водным транспортом — в каютах III категории. -Получив согласие группы, руководитель сдает авиабилеты и получает у дежурного администратора наличные деньги с

соответствующей справкой. В справке должны быть указаны номера сданных авиабилетов, их полная стоимость и сумма наличных денег, которые получил: руководитель туристской группы.

Справка должна быть заверена подписью и печатью дежурного администратора или старшего кассира аэропорта с указанием даты и времени. Затем руководитель туристской группы приобретает билеты на проезд туристов другим видом транспорта и уведомляет телеграммой принимающую турфирму о времени прибытия группы.

Аналогичный случай возможен при длительной задержке в аэропорту промежуточной посадки при обратном вылете группы.

После возвращения с маршрута оставшиеся деньги (в случае неполного их использования на доставку туристской группы другим видом транспорта) надо вернуть туристам.

7. Туристы не знакомы с правилами перевозок. Все перечисленные предметы, кроме лыж, разрешено брать в салон самолета. Тем не менее их вес учитывается наравне с остальным багажом.

Руководитель туристской группы должен объяснить туристам правила перевозки багажа, с которыми можно ознакомиться в аэропорту, и направить их в кассу для оплаты за фактический вес лыж. После предъявления туристами квитанции об оплате багажа дежурная регистрирует группу туристов, выдает посадочные талоны и отрывные талоны багажных бирок.

8. Руководитель туристской группы должен объяснить туристам, что туристский маршрут представляет из себя единый и неделимый комплекс услуг. Ведь турист, покупая путевку, платит деньги целиком за все элементы обслуживания. Отказ от какого-то вида услуг, предоставляемых на маршруте, в том числе и от обратной дороги, нежелателен, так как увеличивает финансовые операции турфирмы, уменьшает ее доходы, может вызвать организационную путаницу в работе, а также осложняет работу транспортных предприятий. Вместе с тем при наличии уважительных причин или производственной необходимости руководитель туристской группы обязан оказывать содействие в обеспечении обратного вылета туриста.

Руководитель туристской группы просит туриста написать заявление об отказе от части тура. В заявлении должны быть указаны: причина отказа, дата отказа и данные паспорта. Желательно к заявлению приложить копию телеграммы. После возвращения с маршрута руководитель туристской группы передает заявление туриста с отчетными документами в турфирму.

При отказе пассажира от полета более чем за семь суток авиаперевозчик возвращает 100% стоимости полета, но не возвращает комиссионный сбор.

При отказе от обратной дороги в срок от трех до семи суток до вылета авиаперевозчик возвращает 90% стоимости билета.

При отказе от обратной дороги позднее трех суток, но не менее одних суток авиаперевозчик возвращает 50% стоимости билета.

9. Руководитель туристской группы при выезде на маршрут должен иметь телефоны и адрес принимающей турфирмы. С ней необходимо оперативно связаться, выяснить причину отсутствия встречающего представителя турфирмы, договориться о встрече. Если связаться с турфирмой не удалось, руководитель организует доставку группы к месту проживания или в турфирму. Стоимость проезда оплачивается туристами, но им следует объяснить, что деньги, затраченные на проезд, будут возвращены по месту приобретения путевок.

10. Отказ части группы от поездки приведет к убыткам направляющей, так и принимающей турфирм. В связи с этим руководитель туристской группы должен приложить максимум усилий для осуществления путешествия всеми без исключения членами группы.

Если все-таки кто-то из группы отказывается от путешествия, этих туристов необходимо предупредить, что им будет возвращена только стоимость неиспользованных

авиабилетов.

Если все-таки часть туристов отказывается от полета, руководитель группы помогает им сдать билеты. Затем он информирует свою организацию, чтобы она поставила в известность принимающую турфирму о задержке и об изменении численности группы. Руководитель туристской группы в аэропорту должен сделать отметку на авиабилете о задержке рейса. Затем он обращается к начальнику смены и решает вопрос, о размещении туристов в гостинице аэропорта. Существовавшее ранее положение о бесплатном размещении туристских групп в гостинице аэропорта в настоящее время действует не у всех авиаперевозчиков, поэтому оплата проживания производится за счет туристов.

Если гостиница аэропорта переполнена, руководитель группы принимает меры по размещению туристов в любой гостинице города. Расходы по переезду из аэропорта и обратно несут туристы.

11. Перед выездом с турбазы руководитель туристской группы должен поинтересоваться, нет ли ограничений! на вылет рейсов в аэропорт возвращения и, если есть сомнения, оговорить с администрацией турбазы возможность дополнительного ночлега группы туристов. Оплата за время дополнительного проживания, как правило, не производится. Туристы оплачивают лишь стоимость питания.

12. Руководитель группы должен, отправив туристов на досмотр личных вещей, подождать опаздывающих возле входа в «накопитель». В случае если туристы не появились, руководителю группы надо попросить дежурную справочного бюро сделать объявление по радио. Такое объявление относится к платной услуге аэропорта. Если туристы не появились, на билете делается отметка у дежурного администратора о фактическом количестве туристов, вылетающих по данному билету, после чего, если еще есть время, руководитель туристской группы сообщает о случившемся в турфирму.

Багаж неявившихся туристов будет снят с рейса работниками аэропорта и сдан на хранение на шесть месяцев. За каждые сутки хранения взимается плата. Невостребованный багаж по истечении шести месяцев хранения реализуется в соответствии с правилами конкретного перевозчика.

13. Туристу следует разъяснить, что деньги за сданный билет, приобретенный по безналичному расчету, может получить только организация, выкупившая его. Срок выплаты устанавливается в течение месяца после погашения билета. Поэтому получить компенсацию за неиспользованный билет можно будет только после возвращения из поездки.

Расходы турфирмы по бронированию гостиницы, запланированному трансферу в пункте пересадки туриста, от которого он отказался, будут отнесены на его счет.

14. Перевозчик имеет право без предупреждения отменить, задержать или перенести вылет самолета, изменить маршрут или пункт посадки в следующих случаях:

- 1) стихийные бедствия, неблагоприятные погодные условия;
- 2) требования государственных органов, которые преследуют цель обеспечить безопасность пассажиров;
- 3) другие причины, которые могут повлиять на безопасность полета.

При любой другой причине задержки или изменения рейса авиакомпания должна нести ответственность за причиненные в связи с этим убытки. Для этого надо сделать в аэропорте по прилете отметку о времени и месте посадки. Эта отметка послужит доказательством в возможном судебном разбирательстве. Правда, вначале следует отправить перевозчику претензию, в которой можно потребовать возмещения понесенных расходов, а также в соответствии со статьей 28 Закона о защите прав потребителей неустойки в размере 3% цены услуги (т.е. билета) за каждый час просрочки.

Если в удовлетворении требований будет либо пассажир вообще не получит ответ в течение месяца, можно подавать исковое заявление в суд.

15. На внутренних рейсах за каждый килограмм утерянного багажа перевозчик несет ответственность в размере двух минимальных размеров оплаты труда, установлен-



ной в Российской Федерации (Воздушный кодекс Российской Федерации, статья 119).

На международных рейсах максимально возмож размер ответственности увеличивается до 20 \$ за килограмм зарегистрированного багажа и 400 , за незарегистрированный багаж каждого пассажира (Варшавская конвенция 1929 г. «Об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок», статья 22).

При перевозке багажа, цена которого превышает указанные суммы, пассажир имеет право обезопасить заранее, объявив стоимость багажа. Тогда в случае утери ему будет выплачена указанная сумма.

За перевозку багажа с объявленной стоимостью пер возчик может потребовать внесения дополнительного сбора.

16. Вопросы, связанные с международными воздушными перевозками, регулируются Варшавской конвенцией 1929 «Об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок», а также Гражданским кодексом Российской Федерации, Воздушным кодексом Российской Федерации и Законом о защите прав потребителей.

В соответствии со статьей 30 Конвенции в том случае, если перевозка осуществляется несколькими последовательными перевозчиками, при утере багажа отправитель может возбудить дело против первого перевозчика, а получатель — против последнего. Кроме того, можно предъявить иск к перевозчику, совершавшему перевозку, в течение которой произошли уничтожение, утеря, повреждение или задержка.

Другими словами, поскольку турист выступает одновременно и отправителем, и получателем, он сам может выбрать, к кому предъявлять претензии. Согласно статье 128 Воздушного кодекса Российской Федерации

перевозчик обязан рассмотреть претензию и принять по ней решение в течение 30 дней. По прошествии этого срока турист имеет право потребовать выплаты компенсации через суд.

16. В очереди к таможенникам или на паспортный контроль можно простоять два часа отпущенного времени, поэтому можно опоздать на самолет. Преимущество ранней регистрации заключается в возможности выбора места в самолете, так как при покупке билетов места в нем не проставляются. Кроме того, ужесточение мер по борьбе с терроризмом привело к более сложной процедуре личного досмотра пассажиров и багажа.

17. Для возмещения понесенного ущерба супруги самостоятельно обратились в суд. Общество по защите прав потребителей должно было само оформить исковое заявление и представлять в народном суде интересы супругов. Из условия задачи неизвестно, почему оно этого не сделало.

Далее события могли развиваться по одному из двух вариантов.

1. Обращения в суд оказалось достаточно, чтобы авиакомпания, признавая свою вину, предложила решить конфликт до начала судебного рассмотрения.

2. Суд удовлетворил иск супругов в части возмещения понесенных убытков, а также вынес решение о возмещении морального ущерба. Материальное выражение морального ущерба указывается в отдельном заявлении потерпевших. Оно не может быть выше размеров прямых убытков и в каждом конкретном случае устанавливается судом.

Способы досудебного разрешения конфликта различны. Стороны, например, могут договориться о том, что авиакомпания направляет одного из супругов в Эмираты для покупки новой мебели за счет фирмы, оплачивает ему проживание, доставку груза во Владивосток, а также выплачивает неустойку в размере 20—30% стоимости гарнитура. Кроме того, генеральный директор авиакомпании приносит извинения за этот неприятный инцидент.

В этой ситуации были допущены следующие юридические нарушения. Акт о повреждении груза должны были составлять сами получатели вместе с представителем авиакомпании. Авиакомпания « Владивосток-Авиа» не имела права составлять акт, так

как она не имеет никакого отношения к компании «Трансаэро». Тем самым компания нарушила Правила перевозок грузов и багажа.

## **5. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ**

1. История отечественного внутреннего туризма.
2. Русские путешествия и путешественники.
3. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции.
4. Становление советского туризма до Великой отечественной войны.
5. Развитие советского туризма после 1945 года.
6. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма.
7. История развития путешествий и туризма на Алтае.
8. Основные виды внутреннего туризма и технологии их организации
9. Технологии организации санаторно-курортного лечения.
10. Технологии организации туристских центров.
11. Технологии организации организованного маршрутного туризма.
12. Технологии организации самодеятельного туризма.
13. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов.
14. Технологии организации экологического туризма.
15. Технологии организации сельского туризма.
16. Технологии организации социального туризма.
17. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и Алтая
18. Природные рекреационные ресурсы.
19. Культурно-исторические рекреационные ресурсы.
20. Социально-экономические ресурсы туризма.
21. Рекреационное районирование России.
22. Особые туристско-рекреационные зоны России.
23. Основные дестинации России.
24. Экономико-географические аспекты в организации внутреннего туризма
25. Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция территориальной рекреационной системы.
26. Жизненный цикл развития дестинации.
27. Типология дестинаций во внутреннем туризме.
28. Туристские потоки во внутреннем туризме.
29. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.
30. Создание и продвижение внутреннего туристского продукта.
31. Понятие и особенности внутреннего туристского продукта.
32. Технологии разработки туристского маршрута.
33. Технологии формирования тура.
34. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения.
35. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма.
36. Особенности предложения на рынке внутреннего туризма.
37. Туроператоры внутреннего туризма.
38. Рынок средств размещения во внутреннем туризме.
39. Транспортное обслуживание внутреннего туризма.
40. Организация питания во внутреннем туризме.
41. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.
42. Менеджмент и маркетинг внутреннего туризма.

43. Внутренний туризм как объект управления.
44. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме.
45. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма.
46. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.
47. Социально-экономическое значение внутреннего туризма.
48. Методики анализа социально-экономического значения внутреннего туризма.
49. Доходная функция внутреннего туризма.
50. Создание рабочих мест.
51. Выравнивание социально-экономического развития.
  
52. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью, через развитие социального туризма.
53. Оздоровление нации.
54. Социализация молодежи.
55. Работа с инвалидами и пенсионерами.
56. Улучшение социальной среды и экологической обстановки.

## **6. МАТЕРИАЛЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ**

### **Тесты**

1. История отечественного туризма началась:
  - А. В 18 веке
  - Б. В 19 веке
  - В. В 20 веке
2. Кто из приведенных исследователей не является русским путешественником:
  - А. Геблер
  - Б. Гельмерсен
  - В. Гумбольдт
  - Г. Миллер
3. Где в России появился первый Горный клуб
  - А. Москва
  - Б. Санкт-Петербург
  - Г. Кавказ
4. Кто из перечисленных советских функционеров занимался развитием туризма
  - А. Калинин
  - Б. Крупская
  - В. Ворошилов
5. Когда появилась первая турбаза на Алтае
  - А. В 1930-е гг.
  - Б. В 1950-е гг.
  - Г. В 1960-е гг.
6. Какие из процессов характерны для туристских центров
  - А. Концентрация
  - Б. Диверсификация
  - Г. Улучшение окружающей среды
7. Какими бывают туристские маршруты?
  - А. Линейными
  - Б. Кольцевыми
  - Г. Лепестковыми

8. Самодеятельный и дикий туризм это одно и тоже?  
А. Да  
Б. Нет
9. Регулировать поток неорганизованных туристов более правильно:  
А. Ограничением доступа  
Б. Введением платы за доступ  
В. Запрещением ставить палатки и разводить костры
10. Является ли сельский туризм частью экологического туризма:  
А. Да  
Б. Нет.
11. В каких странах зародился социальный туризм:  
А. США  
  
Б. СССР  
Г. Германия
12. Сколько особых туристско-рекреационных зон будет создано в России:  
А. 5  
Б. 7  
В. 10
13. Сколько подсистем выделяют в ТРС  
А. 5  
Б. 7  
В. 9