

2. Преображенский В. С. География и отдых : изучение организации и планирования зон отдыха / В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин. – М. : Знание, 1971. – 48 с.
3. Преображенский В. С. Территориальная рекреационная система как объект изучения географических наук / В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин, Л. И. Мухина // Известия АН СССР. Серия географическая. – 1984. – № 2. – С. 34-42.
4. Мироненко Н. С. Новые аспекты рекреационной географии / Н. С. Мироненко, Э. М. Эльдаров / Изв. МГУ. Сер. География. – 1987. – № 1. – С. 23-26.
5. Вендина О. И. Рекреационная среда и пути оптимизации территориальной организации рекреационной деятельности / О. И. Вендина // Теоретические проблемы рекреационной географии. – М. : ИГАН, 1989. – С. 164-170.
6. Мироненко Н. С. Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем / Н. С. Мироненко, Э. М. Эльдаров // Вестник Московского университета. Сер. География. – 1998. – № 1. – С. 22-27.
7. Монтехано Х. М. Структура туристического рынка / Х. М. Монтехано. – Смоленск : СГУ, 1997. – 230 с.
8. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / под ред. д. э. н., проф. А. В. Ефремова. – Симферополь : Таврия, 2002. – 300 с.
9. Димитром С. Экономика и организация туризма / С. Димитром; [пер. с болг.]. – М. : Прогресс, 1972. – С. 131.
10. Мамутов В. К. Рекреация : социально-экономические и правовые аспекты / В. К. Мамутов, А. И. Акмола, Т. Н. Дементьева и др.; Академия наук Украины; Ин-т экономики промышленности. – К. : Наукова думка, 1992. – 141 с.
11. Любимцева О. О. Рынок туристических услуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любимцева. – 3-е вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
12. Устойчивое развитие туризма : [Электронный источник] : пособие для спец. по местному планированию. – Мадрид : Всемирная туристическая организация, 2003. – Режим доступа : www.world-tourizm.org/ruso.

Швец Ю.Ю.

УДК 332.122:379.84

СУЩНОСТЬ ТУРИЗМА КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ФОРМЫ

Кардинальные изменения в тенденциях развития современного туризма как социально-экономического и культурно-коммуникативного института объективно нуждаются принятия адекватных практических действий со стороны субъектов туристической деятельности всех уровней.

Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма, который в рыночной экономике определяется зачастую не прямой отдачей вложенных средств, а тем, чего мы лишаемся, не вкладывая эти средства в другую сферу. Но значение туризма в социально-экономическом развитии страны трудно переоценить. Ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации как природной, так и социальной среды приводят к так называемому синдрому накопленной усталости, снижению иммунитета, повышению заболеваемости и смертности населения. И именно перед туристическим бизнесом стоит задача не только достижения экономически эффективной деятельности, но и решения социального вопроса – ликвидации последствий этих негативных влияний посредством создания условий для восстановления сил, здоровья, получения новых знаний, впечатлений. Отечественными учеными Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебовым [1] разграничено понятия *отдых* и *рекреация*. К отдыху отнесена человеческая деятельность или ее отсутствие, не направленная на удовлетворение насущных потребностей во вне рабочее время в месте постоянного проживания; к рекреации – система мероприятий, связанных с использованием свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне места их постоянного проживания.

Время, затраченное на восстановление сил человека, делят на такие виды: инклюзивное (в течение рабочего дня) – время простого компенсаторного восстановления человеческих сил; ежедневное (после работы) – компенсаторно-расширенное восстановление, уик-энд – расширенно-компенсаторное восстановление, отпускное время – расширенное восстановление [2]. Основываясь на представленных рекреационных видах времени, А.С. Кусков и О.В. Лыскова выделяют соответствующие им типы рекреационной деятельности [3]: компенсаторную рекреационную – восстанавливающую затраты человеческих сил до нормального уровня, которая включает: инклюзивную, осуществляемую в бытовой и трудовой деятельности, ежедневную – к которой относятся зарядка, прогулки, чтение и т.п., еженедельную – отдых воскресного дня; расширенную рекреационную деятельность – восстанавливающую затраты человеческих сил, растроченных за предыдущий трудовой год. Таким образом, первоосновой рекреационной деятельности является время, которая обусловлена социально-экономическими особенностями, традициями общества. В.С. Преображенский, анализируя базисную модель рекреационной системы, указывает на ведущую роль в ней человека, туриста как центральной подсистемы, отмечая, что состояния и свойства всех остальных подсистем зависят от требований центральной подсистемы, а целевая функция рекреационной системы определяется как максимально возможное удовлетворение рекреационных потребностей человека [4].

Цель обосновать сущность туризма как институциональной формы.

Концептуальные основы исследования туризма носит теоретико-методологический характер, поскольку в нем определяются и анализируются основные подходы к изучению туризма как социально-экономического и социокультурного явления. Понятие туризма как научная категория имеет двойной статус. С одной стороны, это экономическое явление, поскольку характеризует хозяйственные отношения. С другой - это явление социокультурное, которое акцентирует внимание на содержательном стороне туризма как средства удовлетворения определенных культурных потребностей и запросов людей. Туризм как экономическое, хозяйственное явление является предметом экономики туризма. Экономика туризма изучает хозяйственную деятельность, связанную с обеспечением туристических путешествий, развлечений, проживания и разнообразных услуг, требующих стоимостных оценок и расчетов. В отличие от экономики туризма социология туризма имеет более широкое предметное поле исследования. Она изучает туризм как социокультурную реальность и, следовательно, анализирует всю совокупность действий, поведения и отношений субъектов туризма в связи с исполнением последним своих социально-культурных функций. Вместе предметное поле социологии туризма охватывает те социальные явления, которые непосредственно связаны с хозяйственной деятельностью и экономическими факторами туризма и детерминируются ими или же выступают как социально-личностные механизмы этой деятельности (установки, ориентации, мотивы деятельности, социально-экономическое поведение работников сферы туризма. Между экономическими, хозяйственными, социальными и социокультурными факторами туризма существует прямая корреляция и взаимовлияние. Что в большей степени социокультурные потребности туристов удовлетворяются именно социально-экономическими средствами, то большего общественного значения приобретает сфера культуры. Чем выше культура обслуживания, уровень профессионализма, то более привлекательной становится вся сфера туризма, а соответственно хозяйственно-производственная, экономическая деятельность – более эффективной.

Поскольку в современной отечественной науке более обработанным есть экономические аспекты туризма, необходимо уделить больше внимания социокультурной сущности туризма. Специфическими чертами туризма как социокультурного феномена является восстановительно-лечебная, развлекательно-познавательное путешествие и функциональная гостеприимство, который обеспечивает.

Туристическое путешествие, в отличие от других форм путешествий (поездок), является социокультурным явлением. Как институциональная форма развлекательно-познавательного путешествия, оно является для его субъекта самоценность и самоцель. Как путешествие вообще корреспондируется с понятием "гостеприимство", так и понятие "туристическое путешествие" корреспондируется с понятием "туристическая гостеприимство. Туристическое гостеприимство - это важнейший признак туризма как социокультурного явления. Она дополняет социально-психологический и культурный эффект путешествия, предоставляя последнему привлекательности, комфортности, содержательности и рациональности в условиях ограниченного времени. Вместе с тем, гостеприимство в сфере туризма, как и путешествие в целом, носит институционализированный характер. Последний означает также функциональность туристической гостеприимства, поскольку речь идет о ее служебную обязательность. Социологическое понятие туризма объединяет в себе социальные аспекты хозяйственной, социально-институциональной, социокультурной и социально-психологической деятельности по обеспечению туристического путешествия со всеми его формами, видами и функциями. До последнего времени без внимания исследователей остается вопрос об усилении роли и значения туризма на макроуровне общественного развития. В основном речь идет фактически о "социальную философию" туризма, о его роли за пределами рыночных, экономических отношений. Однако и экономические аспекты этого явления приобретают в современных условиях все большее значение. Поэтому нужно анализировать различные подходы к классификации туризма по тем или иным его признаками. Они различаются также самим пониманием этого феномена, принципами построения, прикладными задачами классификации. Необходимо осуществить по ним соответствующее упорядочение и унификацию. Согласно предложенной классификации следует различать: формы организации туризма; виды туризма; типы туризма по цели путешествия и типы туристических маршрутов по способу передвижения (рис.1).

Туристическое гостеприимство это комплексная услуга, которой присущи определенные потребительские свойства и которая имеет целью создание положительного образа и порождение "вторичного" спроса на услуги. В условиях рыночных отношений предоставления туристических услуг, с одной стороны, требует унификации и стандартизации услуг, а с другой - поскольку мотивом туристических путешествий является стремление к знакомству и непосредственного контакта с уникальной, самобытной культурой определенного народа, - оно должно быть также неповторимым и самобытным. Стандартизироваться должны лишь уровне комфортности, те стороны и свойства услуг, имеющих стоимостный характер и, следовательно, могут быть оценены определенным денежным эквивалентом. Все другие стороны и компоненты обслуживания должны быть уникальными, этнически, регионально самобытными, т.е. их стандартизация является нежелательным.

Выводы. Обоснованная сущность туризма как институциональной формы включает в себя: восстановление сил, развлекательно-познавательного путешествия. Таким образом, основными признаками туризма как общественного института являются, во-первых, путешествие как средство восстановления сил здоровья, познания, развлечения и рекреации и, во-вторых, функциональная гостеприимство, призванная рационально и оперативно обеспечивать привлекательность, комфортность и содержательность такого путешествия. Обобщенная классификация структуры рынка туризма, обоснованное положение о "цепной реакции" опосредованного влияния туристических поездок на повышение экономической и трудовой

активности людей, их занятости, о насущной необходимости в сфере туризма инновационного, конкурентоспособного менеджмента.

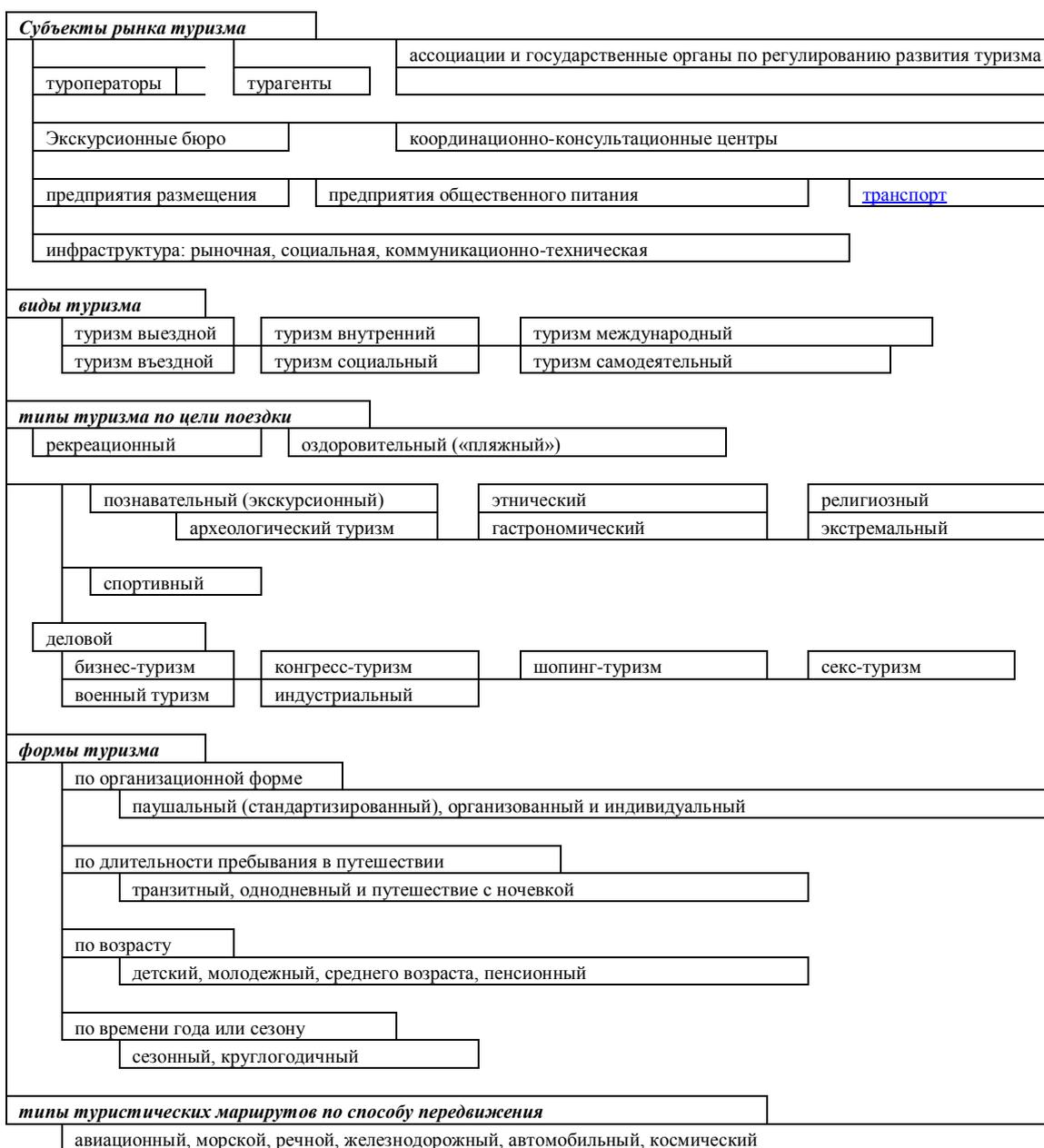


Рис.1. Классификации структуры рынка туризма.

Источники и литература:

1. Мироненко Н. С. Рекреационная география / Н. С. Мироненко, И. Т. Твердохлебов. – М. : МГУ, 1981. – 208 с.
2. Зорин И. В. Энциклопедия туризма : справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
3. Кусков А. С. Курортология и оздоровительный туризм : учеб. пособие / А. С. Кусков, О. В. Лыскова. – Ростов н/Д. : Феликс, 2004. – 320 с.
4. Проблемы конструктивной географии : теоретические основы рекреационной географии : монография / отв. ред. В. С. Преображенский. – М. : Наука, 1975. – 224 с.