

ТИПОЛОГИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИЗМА

Марупова Гульноз Умарджоновна

Учитель кафедры французской филологии

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8327898>

Аннотация. Практика выделения типов, видов, форм, классификаций в туризме проявилась со второй половины XX века. Побудительным толчком к появлению типологизации в туристике и рыночной практике стал существенно возросший поток туристов в мире и заметное влияние доходов от туризма на экономики принимающих стран. В статье систематизируются теории различных учёных разного исторического периода по выделению видов туризма.

Ключевые слова: типологизация, туристика, виды туризма, туристическое направление, конкурентоспособность, спрос и предложение, туристы, туриндустрия

ВВЕДЕНИЕ

Типологизация является одним из методов научного познания. Суть его заключается в создании типологии или аналитическом расчленении, разбиении некоторой изучаемой совокупности объектов, их формальной целостности на обладающие определёнными свойствами упорядоченные и систематизированные группы с помощью идеализированной модели или типа, а также последующий концептуальный синтез в единство нового рода. Типологический подход сопровождает развитие науки на всем протяжении её существования как логико-методологический способ организации научного знания (экстенсивность, фактичность, строгая детерминированность) [2].

Использование типологии неотъемлемо во множестве научных направлений, как в естественных, так и в гуманитарных науках. В туристике – науке о туризме – данный методологический инструмент имеет свою особенность, связанную с уникальной природой экономического явления туризма.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Как на международном, так и национальном уровне туризм не признан в качестве отрасли в общепринятом понятии. Туризм представляет нечто большее, чем только организация отдыха, то есть деятельность туристических операторов и агентов по формированию туристической услуги. Конечный результат – потребление туристического продукта – зависит от целого комплекса составляющих, набора разнородных услуг и даже товаров: транспортного, гостиничного обслуживания, экскурсионных услуг, наличия сувенирной продукции, возможностей проката и других. Однако, рассматривая туризм, как совокупность услуг и продуктов, используемых, потребляемых туристами, невозможно установить точный диапазон, охватываемый туризмом.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Туризм является основным сектором экономики, реализующим такие блага как достопримечательности, места, объекты культуры, природы и нарративы. Менеджеры туристических направлений стремятся удовлетворить пожелания растущего количества туристов за счёт предоставления инфраструктуры, объектов и их интерпретации. Однако не все туристы имеют или предпочитают такие же

переживания. Следовательно, понимание туристического опыта имеет решающее значение для понимания туризма. Различие между туристами позволяет политикам, управленцам, менеджерам, маркетологам, пользователям, а также всей туристической отрасли учитывать формирование услуг для различного пользовательского опыта.

Туризм понятие многогранное и имеющее множество определений. Каждое из определений освещает разные стороны этого понятия. Исчерпывающего определения на данный момент не существует.

Создано множество классификаций туризма. Например, по возрастному признаку выделяют: детский, подростковый, юношеский.

Классификация по направлениям: походы выходного дня, экстремальный туризм и т.д.. Активный и пассивный туризм. Активные виды туризма предусматривают виды отдыха и путешествий, спорта (лазание по скалам, спортивные игры, плавание на плотах по бурным рекам, подводный туризм и др.), требующие значительного физического напряжения и доступные далеко не всем категориям туристов. Пассивный когда применяется транспорт и организованы комфортные условия путешествия. При этом от туриста не требуется серьезных усилий и специальных навыков.

Мы будем изучать активный туризм. Организационной единицей активного туризма являются клубы, секции, и кружки туристов. Формами активного туризма являются: поход, слет, соревнование, тур.

Активный туризм делится на 2 группы – Организованный и Самодеятельный туризм.

В самодеятельном туризме главное отличие активного туристского похода состоит в том, что люди сами выбирают цели для путешествия. Также сами прокладывают маршрут. Результатом является достижение выбранных целей.

Признаки туризма.

1. Перемещение из точки А в точку Б.
2. Итогом или целью перемещения не должно быть долгое нахождение в новом месте или конечном пункте.
3. Перемещение не должно быть связано с работой, коммерцией, службой, заключением под стражу. Т.е. путешествие должно быть ради самого путешествия [4].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Соответственно, для создания конкурентоспособного турпродукта, способного приносить доход не только отдельным компаниям, но стране в целом, стоит учесть в национальной туристической политике следующее:

- 1) определение в качестве приоритетных источников туристических доходов – зарубежные, следовательно, активизировать мероприятия по привлечению иностранных туристов; сохранение и развитие внутреннего спроса;
- 2) концентрация на создании уникального узбекского туристического бренда, основывающегося не на множественности невысококонтурных видов туризма, но на единстве немногочисленных особенных видов;
- 3) стимулирование и внедрение в практику достижений цифровых и информационных разработок; формирование метатуризма; разработка методик исследования и анализа развития различных видов туризма в Узбекистана.

References:

1. Старикова М.А. Проблема энциклопедического освещения терминологии: типология и классификация // Вестник Воронежского гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2007. №2. С. 220-227.
2. Султанова, С. (2023). СВОЕОБРАЗИЕ ЖЕНСКОГО ХАРАКТЕРА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПИСАТЕЛЬНИЦ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ РАКУРСЕ. *Talqin va tadqiqotlar*, 1(11).
3. Султанова, С. Р., & Давлятова, Г. Н. (2023). ЗНАЧЕНИЕ ВАРИАТИВНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РИТОРИЧЕСКОЙ РЕЧИ. "GERMANY" MODERN SCIENTIFIC RESEARCH: ACHIEVEMENTS, INNOVATIONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS, 9(1).
4. Sultanova, S. R., & Nematov, S. X. (2023). FEATURES OF TURGENEV HEROINES IN THE APPEARANCE OF A MODERN GIRL. *FORMATION OF PSYCHOLOGY AND PEDAGOGY AS INTERDISCIPLINARY SCIENCES*, 2(16), 113-117.
5. Sevara, S., & Timur, A. (2021). GENERAL THEORY OF LINGUISTIC VARIATION. *Chief Editor*.
6. Sultanova, S., & Akhmadzhonov, M. (2023). THE PROBLEM OF THE «LITTLE MAN» IN RUSSIAN LITERATURE OF THE 19 CENTURE. *Science and innovation*, 2(B2), 52-54.
7. Sevara, S., & Nigina, B. (2022). Degrees of Comparison of Adjective Names in Russian and Uzbek Languages. *Central Asian Journal of Literature, Philosophy and Culture*, 3(10), 105-108.
8. Шамардина И.А., Горбылёва З.М. Конкурентоспособность в туризме: особенности определения и измерения // Научные труды БГЭУ. 2018. №12. С. 120-127.
9. Шамардина И.А., Горбылёва З.М. Кризис COVID-19 и новые возможности в развитии туризма // Пути и методы адаптации экономики региона и предприятий в условиях пандемии и связанных с ней кризисных явлений: Сб. науч. ст. по мат. межд. науч.-практ. конф. Калуга, 2020. С. 214-226.
10. Шамардина И.А., Горбылёва З.М. Современные информационные технологии в индустрии Туризма Республики Беларусь // Научные труды БГЭУ. 2022. №15. С. 139-146.