

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**В Г. ВОЛГОДОНСКЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)**

Методические указания по самостоятельному изучению дисциплины

 «Мировая экономика и международные экономические отношения в туризме»

для студентов направления 43.03.02 Туризм

2020г.

**ВВЕДЕНИЕ**

Туризм является одной из крупнейших и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Международные туристские услуги стали значимой частью международной торговли услугами. В РФ также происходит усиление роли туризма как одного из наиболее динамично развивающихся видов бизнеса. В этих условиях актуальным является знание основ туризма на уровне области мировой экономики.

Данная дисциплина является обязательной составной частью учебной программы для студентов специальности 43.03.02 «Туризм» и относится к дисциплинам специализации.

Дисциплина «Мировая экономика и международные экономические отношения в туризме» основывается на ранее изученных дисциплинах, таких как «Экономика сервисной деятельности», «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг».

Цель дисциплины – формирование у студентов направления «Туризм» знаний в области международных экономических отношений в туризме.

Задачи дисциплины:

* рассмотреть особенности международного туризма как специфической формы международной торговли услугами;
* раскрыть сущность международных экономических отношений в туризме, осмыслить его место в международной торговле услугами;
* дать знания в области международного регулирования туризма;
* оценить состояние, тенденции и перспективы МЭО в турдеятельности, рассмотреть нормативно-правовую базу регулирования туризма;
* сформировать представление о туристской индустрии как экономической системе.

**Примерная тематика дисциплины**

***Специфические черты МЭО в туристской деятельности.***

Международный туризм как форма внешних экономических связей отличается рядом специфических черт. Важнейшей из них является то, что здесь предметами купли-продажи на мировом рынке выступают такие товары и услуги, которые не обладают способностью к прямому внешнеторговому обмену. Услуги, предоставляемые туристу в форме размещения в гостинице, питания, экскурсии, стирки белья, химчистки и т.п., носят характер товара, не говоря уже о самих товарах. При этом необходимо отметить, что продаются и покупаются не только товары и услуги, но и природные и социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы. Но при этой купле-продаже они не отторгаются от территории, как это имеет место в традиционном экспорте. Валютные поступления от иностранного туризма, также как и доходы от внутреннего туризма, в своей первооснове представляются своеобразной рекреационной рентой за достопримечательности, целебные и уникальные свойства территории.

Второй такой особенностью является то, что овеществленный труд, затраченный на производство услуг и товаров, реализуется на месте создания. При этом здесь имеет место не передвижение товаров к потребителю, а, наоборот, покупатель приезжает на место производства товара – услуги. А это сокращает время кругооборота капитала. Это основная характерная черта международного туризма создает ряд условий, выгодно отличающих его от остальных экспортных статей. Во-первых, покупатель (турист) берет на себя оплату транспортных расходов. Во-вторых, приобретение иностранными туристами сувениров и других товаров во время их пребывания в стране можно рассматривать как чаще всего выгодную форму внешнеторговых операций, поскольку в этом случае продажа таких товаров производится по розничным ценам внутреннего рынка. Целый ряд отраслей в различных странах работает на этот «внутренний экспорт». Так, в Японии иностранные туристы покупают значительную часть производимых в стране радиотоваров и видеоаппаратуры, фотоаппаратов; в Швейцарии – часов, шоколада, сыров; во Франции - парфюмерных изделий и продукции салонов мод; в Италии – обуви и изделия кожгалантереи; в Великобритании – виски и т.д.

***Страны поставщики туристов и страны, принимающие туристов.***

Для международного туризма характерны те же виды операций, которые сложились во внешней торговле, а именно: экспорт, импорт и реэкспорт, хотя по своей форме эти операции в международном туризме имеют свои специфические особенности. Главное отличительная черта международного туризма как формы международных, экономических отношений заключается в том, что приобретение услуг происходит, как и любая внешнеторговая сделка, через иностранных контрагентов, которыми могут быть как туристская фирма, так и сам иностранный турист. В связи с этим под экспортом в международном туризме понимается прием иностранных гостей, а под импортом - направление туристов данной страны за границу. Несколько сложнее в международном туризме обстоит дело с реэкспортом. С чисто теоретической точки зрения по эту категорию должны подписать все иностранные туристы, купившие тур у туристской организации данной страны для поездки в третью страну. Однако из-за несовершенства существующей системы учета, выделить эту категорию туристов практически весьма затруднительно. Поэтому, хотя фактически реэкспортные операции находят все большее распространение в международном туризме, их показатели растворяются в экспортных операциях.

Экспорт через туризм имеет ряд преимуществ. Одно из них заключается в расширении экспортного рынка для товаров, которые в других случаях экспортировались бы обычными каналами. Далее, такой экспорт дает возможность продавать за иностранную валюту более широкий набор таких товаров и услуг, который иначе не был бы никогда продан за иностранную валюту. К этому следует добавить, что товары, продаваемые иностранным туристам, облагаются и налогом в иностранной валюте.

Международный туризм может оказывать и оказывает на самом деле в целом ряде стран существенное влияние на уровень и структуру национального дохода государства, на его платежный баланс. При определенных условиях развитие иностранного туризма может быть направлено на ускорение экономического и социального развития страны.

Туризм в системе хозяйства отражает разделение труда, при котором главную роль играет страны с высокоразвитой экономикой. Как известно преобладающая часть во внешней торговле приходится на товарооборот между промышленно развитыми странами. Такое же положение складывается и в международном туристском обмене. Основная масса туристских поездок в мире осуществляется между промышленно развитыми странами, для которых характерен высокий процент выезда граждан за границу (США, Франция, Великобритания и пр.). А также между ними и странами, находящимися на среднем уровне экономического развития (Греция, Португалия, Турция и т.д.), и развивающимися странами (Тунис, Таиланд и пр.). Соответственно этому Всемирной туристской организацией приняты следующие определения, это: «страны, являющиеся в первую очередь странами поставщиками туристов», и «страны, являющиеся в первую очередь принимающими туристов».

Все теоретики туризма подчеркивают исключительную экономическую рентабельность приема и облуживания иностранных туристов, а также указывают на большие выгоды, вытекающие из ориентации экономики на развитие туризма. Так, например, основу экономики на Багамских островах составляет иностранный туризм. Здесь доля ВВП сферы обслуживания, включая туризм, достигает 60 % государственного дохода, тогда как в промышленности – только 10 %. А на Барбадосе поступления от иностранного туризма превышают доходы от производства сахара – основной отрасли обрабатывающей промышленности. Однако нельзя утверждать, что страны – поставщики туристов находятся в экономически невыгодном положении, мотивируя это утечкой валютных средств. Ведь возможность выезда граждан за рубеж уже само за себя говорит о высоком уровне жизни в стране, о росте благосостояния и о достаточной продолжительности отпусков. Необходимо отметить, что развитие туристских связей между государствами имеет двусторонний характер. Увеличение числа иностранных туристов в какой-либо стране вносит свой вклад в создание валютного резерва. К тому же, валютные средства, потраченные в принимающей стране, вернутся в поставляющую страну, но уже опосредованно, благодаря увеличению импорта. Например, руководство Бундесбанк (ФРГ) призывает административные органы не принимать никаких мер для сокращения дефицита по туристским операциям. По их мнению, расходы, производимые гражданами ФРГ во время их путешествий за границей, не представляют для страны окончательную потерю валютных средств. Значительная часть этой валюты возвращается в ФРГ, поскольку идет на закупку товаров, изготовленных в ней. Иными словами, западногерманские туристы предоставляют тем странам, которые они посещают, своего рода «кредиты», необходимые им для развития торговли ФРГ. А любое ограничение международного туристского обмена может привести к нарушению равновесия внешней торговли.

***Экспорт и импорт туристских услуг.***

С экономической точки зрения активный туризм (прием туристов) можно трактовать как экспорт туристских благ, а пассивный туризм-(выезд граждан) - как импорт. Способность к обмену, которую товары и услуги приобретают через туристский экспорт, приводит к активизации внутренней торговли, выявляет новые возможности традиционного экспорта, и, в принципе, может привести к замещению традиционного экспорта товаров\_ экспортом туристских товаров и услуг.

Расчет эффективности пассивного и активного туризма не представляет особой сложности. Трудности начинаются со сбором практической информации, поскольку отсутствуют данные об объемах и видах спроса иностранных туристов на продукцию местного производства. Этот спрос невозможно регистрировать, его лишь можно предполагать. Либерализация требований, связанных с пересечением границы и обменом денег, закрывает некоторые источники информации. Точно можно определить лишь количество прибывших туристов и средний срок их пребывания в стране. Трудности статистического учета туристского потребления еще и в том, что потребление происходит в стране приема, а приобретенные товары вывозятся в страну постоянного жительства. Эти товары, как правило, не регистрируются при пересечении границы. С этой точки зрения активный туризм можно определить как «невидимый экспорт», а пассивный - как «невидимый импорт».

Одним из решений, способствующих дальнейшему развитию торговли, может стать туристский экспорт продовольствия, позволяющий странам, откуда приезжают туристы, осуществлять традиционный экспорт. В качестве примера можно указать на Болгарию и Испанию, которые с успехом заменяют традиционный экспорт потребительских товаров туристским экспортом. Развивающиеся страны начинают находить возможность для поддерживания своего экспорта путем туристского импорта. Экономический эффект положения заключается в том, что пассивный туризм дает стране приема валюту, что, в свою очередь, положительно воздействует на национальный доход. В результате этого страна, принимающая туристов, склонна использовать положительное сальдо, туристского баланса для стимулирования импорта товаров из страны-поставщика туристов. Положительное туристское сальдо для любого государства позволяет импортировать значительно больше товаров, чем это было бы возможно без туристского экспорта. Даже для промышленных развитых стран такой тип обмена - это путь к поддержанию и развитию собственного промышленного и сельскохозяйственного экспорта. Туризм может стать важным фактором роста в странах, где ограниченный экспорт сдерживает экономическое развитие. Иностранный туризм можно рассматривать как один из важнейших рычагов, ускоряющих экономическое развитие, активизирующих платежный баланс и увеличивающих валютные резервы страны.

Расчет эффективности международного обмена, экспорта или импорта определенных продуктов и услуг, производится на основе сопоставления произведенных затрат в валюте, полученной в результате традиционного экспорта, и в валюте, получаемой в туристском экспорте. Такой расчет приводит к выводу о целесообразности туристского экспорта, так как в этом случае расчет производится в розничных ценах, в то время как при традиционном экспорте – по оптовым ценам, которые чаще всего выше мировых.

Туристские поездки за рубеж, как и импорт, вызывают сокращение внутреннего спроса. Но вместе с тем, необходимо помнить, что пассивный туризм не создает в стране, из которой турист выехал, никак материальный благ. Если предложение потребительских товаров ограничено, туристский импорт уменьшает спрос и тем самым смягчает отсутствие внутреннего равновесия на рынке потребительских благ. К тому же, чтобы поддерживать туристский импорт, страна должна иметь валюту, полученную дешевле, чем проданную туристам.

Кроме того, полученные деньги вернутся в страну, поставляющую туристов путем расширения заказов на импорт. В подобной ситуации население получает возможность без ограничений выезжать в туристские поездки, а бюджет государства не испытывает при этом отрицательного воздействия. В полной мере оценить влияние туристского экспорта и импорта на экономику государства можно только в том случае, когда в расчет принимаются все производственные факторы, инвестиционные потребности, связанные развитием туризма и международные связи государства. Более подробного изучения заслуживает также тенденция туристского импорта за счет туристского экспорта, то есть формула «туриста за туриста».

Как экономическая категория международный туристский рынок представляет собой сферу товарно-денежных отношений, специфические особенности которого можно сформулировать в следующих принципах:

- рынок имеет комплексный характер, то есть на нем выступают спрос и предложение товаров и услуг;

- потребление товаров и услуг происходят в стране-производителе. Данное положение можно рассматривать как выгодную форму внешнеторговых предприятий, так как продажа происходит по розничным ценам внутреннего рынка, которые значительно выше розничных цен. Розничная цена, как известно, включает в себя обложение внутренними налогами, в то время как с экспортируемых товаров такой налог, зачастую, не взимается;

- спрос имеет выраженный субъективный характер. Как форма потребления он имеет прямо пропорциональную зависимость от размеров личных доходов потребителей. С повышением благосостояния, соответственно, меняется соотношение между затратами на постоянном месте проживания и на отдыхе, перемещение расходов вызывает важное с экономической точки зрения изменение в расходах. Увеличение туристских расходов на отдыхе, естественно, не влечет за собой уменьшение расходов в месте постоянного проживания до нуля. Расходы же туристов во время отдыха, как правило, выше чем расходы, произведенные по месту жительства за тот же период. И только при достаточно высоком уровне жизни общества расходы на туризм становятся значительными. Туристская потребность возникает и формируется при определенном уровне развития производительных сил, при наличии соответствующих общественно-экономических условий. В масштабах всего общества расходы на туризм могут быть значительными только при достижении определенного уровня благосостояния. Происходит постепенное превращение обычного бюджета в туристский. Следовательно, наиболее отчетливо этот процесс наблюдается в экономически развитых странах;

- предложение в туризме крайне негибкое. Это происходит в силу того, что производственные возможности здесь четко определены, и не могут подвергаться быстрым изменениям вслед за изменением спроса, который подвержен резким сезонным колебаниям. Вследствие того, что большую часть этого спроса составляют туристские услуги, развитие предложения требует значительных капиталовложений в туристскую инфраструктуру и основные фонды;

-спецификой работы туристского предприятия является невозможность создания стратегического запаса. Отсутствие его не позволяет компенсировать значительную загрузку предприятий в «мертвый сезон», расширением предложения в «сезон пик». Незанятый номер в гостинице, свободное место в самолете, будут потеряны для предприятия на весь срок простоя.

Влияние международного туризма на разные стороны жизни общества многогранно и разнообразно. Развитие иностранного туризма, расширение и углубление туристской деятельности способствует стабилизации платежного баланса государства, ведет к росту национального дохода и является средством нормализации политической обстановки. Являясь важным стимулом в активизации внешнеторгового обмена, туризм играет заметную роль в сфере развития международных услуг. С другой стороны, будучи одной из важнейших сторон внешнеэкономической деятельности, активизация международных туристских потоков оказывает влияние на расширение внешнеэкономических связей между государствами, дает возможность использования опыта других наций в создании материальных благ и культурных ценностей. В результате этого, значение международного туризма как одного из видов внешнеэкономических связей будет неуклонно, расти.

***Статичные и динамичные факторы.***

Основные факторы, благоприятствующие развитию международного туризма, можно подразделить на так называемые статичные и динамичные. К первым относится, прежде всего, совокупность природно-географических факторов. Они имеют непреходящее, неизменное значение. Человек может лишь приспособить их к свом нуждам, сделать их более доступными для использования. Ко вторым относятся демографические, социально-экономические, материально-технические и политические факторы. Эти факторы могут иметь различную оценку, значение, меняющееся во времени и в пространстве.

Природно-географические факторы развития международного туризма находят выражение в красивой, богатой природе, климате, рельефе местности, в подземных богатствах (минеральные воды, пещеры и т. д.).

Природные элементы и комплексы вначале выступают как условия рекреационной деятельности, как естественные образования они существуют и до развития рекреационного хозяйства. Затем в силу развития и изменения структуры общественных потребностей и возникновения рекреационного спроса, после затрат на их изучение, оценку и подготовку к эксплуатации переходят в категорию туристского – рекреационных ресурсов. Определяющим моментом в переходе природных условий в ресурсы являются затраты общественного труда на их изучение и доведение до степени технологичности, возможности прямого использования в рекреационном хозяйстве для производства туристских услуг.

***Социально-экономические факторы.***

Социально-экономические факторы имеют особо важное значение для роста международного туризма. Ведущее место среди них занимает рост национального дохода. Он включает всю вновь созданную стоимость в процессе производства за определенное время и существенно влияет на темпы накопления национального богатства. Без сомнения, национальный доход, а точнее, та его часть, которая идет на потребление, дает сравнительно точное представление о возможностях роста международного туризма. Очевидная зависимость между увеличением путешествий и ростом национального дохода вполне логична и объяснима.

Рост туристских путешествий зависит, однако, не только от материального благосостояния людей, но и от продолжительности свободного времени, которым они располагают. За последние 15-20лет в большинстве европейских стран свободное время значительно увеличилось. Имеется в виду сокращение рабочего времени (по разным причинам) и увеличение продолжительности ежегодного отпуска.

Увеличение продолжительности оплачиваемого годового отпуска объективно связано с современной научно – технической революцией, в условиях которой возрастает значение умственного труда, усиливается производственная и бытовая напряженность, ухудшается состояние окружающей среды. Все это ведет к физической и психологической усталости людей, что требует принятие мер для восстановления их трудоспособности. С помощью активного отдыха – туризма - эта цель достигается быстрее и эффективнее.

К социально-экономическим факторам, влияющим на рост международного туризма, следует отнести также повышение уровня образования и культуры, эстетических потребностей населения. Более высокий уровень образования предполагает и более высокие эстетические потребности у людей. Как элемент последних можно рассматривать стремление людей познакомиться с бытом, историей, культурой, условиями жизни в различных странах. Естественно, что удовлетворение этих потребностей происходит только в процессе туристских путешествий.

***Политическая стабильность и международный туризм.***

Все перечисленные факторы, способствующие развитию туризма, остались бы, однако, мертвым капиталом, если бы в мире, в частности на Евразийском континенте, политическая обстановка была бы неясной. Международный туризм весьма чувствителен даже к небольшой напряженности в отношениях между странами. В районы, где появляется политическая нестабильность во взаимоотношениях между государствами, сразу же сокращается туристский поток. В условиях мирных, стабильных двусторонних и многосторонних отношений между странами туристский обмен значительно возрастает. По данным статистики, в последние два десятилетия объем международного туризма в Европе увеличивается ежегодно. Это результат новой экономической обстановки, сложившейся в этой части света во второй половине нынешнего столетия. В отдельные годы намеченные нарастанием политической напряженности или ухудшением экономической конъюнктуры, наблюдаются спады в международном туризме. Резко сократился спрос на туристские услуги, например, во время кризиса в Персидском заливе. Во Франции 18 тысяч человек и около 50 групп аннулировали поездки в разных направлениях на 1 января 1989год. Пассажиропоток авиакомпаний «Эр Франс» снизился на 22,5%, а количество полетов – на 6%. Европейский гостиничный бизнес понес большие убытки в результате сокращения бронирования мест. В Германии общий оборот гостиниц и ресторанов упал на 24 млн. марок.

МИД США рекомендовало гражданам страны воздержаться от поездок за границу. Крупные фирмы не посылали своих сотрудников в командировки, туристы аннулировали путешествия. На отдельных международных рейсах продажа билетов упала более, чем на 50%, по сравнению с тем же периодом 1989 года.

Война в Персидском заливе имела негативные последствия для развития международного туризма в странах Юго–Восточной Азии. С 1990 года число прибытий в этот регион уменьшилось на 30%. Особенно пострадал интенсив-туризм. Некоторые специалисты полагали, что для восстановления его прежнего уровня потребовалось не менее 18 месяцев.

Период боевых действий в зоне Персидского залива был отмечен глубоким спадом в сфере международного туризма на африканском континенте. Повышенная опасность вынудила многих людей отказаться от поездок в Египет и Марокко. Тунис потерял 80% въездного туристского потока в первом квартале 1991года.

В целом динамика международного туризма выглядела следующим образом. Количество прибытий в мире снизилось на 1,7 млн. с 458,4 млн. в 1990г. до 456,7 млн. в 1991г. темпы прироста составили – 0,36%. Но спад оказался непродолжительным. Уже в 1992г. объем международного туризма достиг 486,6 млн. прибытий, превзойдя уровень до начала конфликта.

***Структура туристского потребления и экономическая коньюктура.***

В середине 80-х годов в туристском спросе западноевропейских государств проявились новые тенденции. Они были обусловлены рядом факторов экономического и социального порядка, а также изменениями в психологии современного человека. Решающее влияние на структуру туристского потребления оказала ухудшение экономической конъюнктуры. Кризис, охвативший индустриально развитые страны, сопровождался резким падением покупательной способности населения. Увеличилась армия безработных. Кризис затронул прежде всего средние слои общества – основных потребителей туристских услуг – и вынудил их искать иные пути организации своего досуга.

Переменыв социальной сфере, связанные с ухудшением экономической конъюнктуры, в свою очередь, сказались на характере туристского спроса. Был снижен возраст выхода на пенсию, удлинен отпускной период, сокращена рабочая неделя и введен гибкий график работы. Эти меры, направленные на сглаживание сложившихся диспропорций на рынке труда, одновременно способствовали увеличения фонда свободного времени населения и расширению круга потенциальных потребителей туристских услуг.

***Концепция устойчивого развития.***

Формированием иного отношения к природе, при котором, как отмечалось в итоговом отчете Конференции ООН по окружающей среде и развитию (КОСР - 92), «человек поумерит свою гордыню и потребительский эгоизм и постарается жить в ладу с Природой». Это нашло отражение в концепции устойчивого развития общества на базе неистощительного, экологически целесообразного природопользования, обеспечивающего высокое качество жизни людей в цепи поколений. Устойчивое развитие выдвигается как основная задача человечества на рубеже веков.

Рассмотренные факторы определили глубокие сдвиги в туристском потреблении. С увеличением объема свободного времени на фоне ухудшения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении населения обнаруживаются две главные тенденции – дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок.

***«Путешествия с интервалом».***

В начале 80-х годов в Австрии и Великобритании свыше 20% населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10% отправлялись в путешествия три и более раз в год. Аналогичная ситуация сложилась в Италии, Германии, других развитых странах Европы. Туры стали менее продолжительными, но более частыми. В западной литературе это явление получило название «путешествия с интервалом».

Организация «путешествий с интервалами» оказалась чрезвычайно выгодным делом, и турфирмы со своей стороны начали всемирно поощрять потребительский спрос на них. Очевидная заинтересованность предприятий в расширении нового сегмента туристского рынка объясняется тем, что краткосрочные посетители несут более высокие расходы в расчете на один день пребывания, чем обычные туристы. Кроме того «путешествия с интервалами» пользуются спросом в течение всего года с некоторым оживлением в апреле, сентябре-октябре и феврале, помогая решить одну самых острых проблем туристской отрасли – сгладить сезонную неравномерность в работе гостиниц и транспорта.

***Маршруты выходного дня (уик-энд).***

Большую популярность у населения Западной Европы приобрели маршруты выходных и праздничных дней. Они включают посещение выставок, музеев, галерей, а также магазинов, в частности антикварных. С неменьшим удовольствием люди проводят уик-энд в национальных парках или ненадолго отправляются в путь, чтобы принять участие в фестивалях, карнавалах, различных дегустациях. По данным статистического обследования, в 1993 г. более 40% неделовых поездок европейцев на короткое расстояния приходилось на города, треть имела целью отдых в горах, на море и в сельской местности, остальные 30% предпринимались для занятий летними и зимними видами спорта, лечения и пр.

***Краткосрочный и долгосрочный туризм.***

Главными «поставщиками» туристов на западноевропейский рынок краткосрочных поездок является Германия и Великобритания. В 1993 г. на долю этих стран приходилось 35 и 10% туров соответственно. Большая их часть организуется во Францию, Австрию и Германию.

Первое место среди европейских стран по числу краткосрочных визитов занимает Франция. Развивая ближний туризм, она принимает временных посетителей из Германии, Бельгии, Великобритании, Италии и Испании. В течение нескольких дней туристы посещают Париж и другие города Франции: Марсель, известный своими океанографическими турами; Белфорт с его уникальной рекреационной зоной на месте военной базы; Нант, славящийся подсветкой архитектурных памятников, и т. д. Каждый из них имеет свои особенности, которые умело, использует для привлечения временных посетителей. В результате предпринимаемых мер краткосрочный туризм во Франции увеличивается на 25% в год, т.е. в 3-4 раза быстрее, чем долгосрочный.

При всем росте числа непродолжительных поездок на небольшие расстояния туризм не сводится к этой новой форме отдыха населения. Одновременно сохраняется спрос на дальние путешествия.

***Туристский спрос пожилых людей.***

Другая тенденция – расширение туристского спроса пожилых людей. На первый взгляд, туризм лиц старше 55 лет может показаться парадоксом, т.к. выход на пенсию и обеспечивает заслуженный отдых. Однако, углубленное изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что такая проблема не только существует, но и стоит очень остро. В отличие от занятой части населения, для которой туризм – это отдых, позволяющий отойти от повседневных забот и восстановить свою работоспособность, для пенсионеров, располагающих значительным свободным временем, турпоездка – форма активного образа жизни. Данное обстоятельство, в частности, объясняет наличие туристского рынка лиц старшего возраста. Сегодня он претерпевает существенные изменения.

Туристский спрос пожилых современников резко отличается от их сверстников 20 и даже 10-летней давности. Они более энергичны, чем были их родители в том же возрасте. Склонность к путешествиям у этих людей сформировалась задолго до выхода на пенсию. Им было 30, когда в Европе начался бунт туристской деятельности. Многие из них уже тогда принимали активное участие в путешествиях. С тех пор туризм сопровождал их на протяжении всей жизни, став неотъемлемой ее частью.

Пожилые туристы наших дней – опытные и искушенные путешественники, для которых туризм стал формой познания мира в его динамики и многообразии, а не только способом ухода от ежедневной рутины. Неугомонные, сохранившие интерес к жизни люди, совершают нередко поездки с элементами приключения и риска: катаются на лыжах в Альпах; сплавляются на плотах в Колорадо; путешествуют по африканской пустыне. Подавляющая их часть предпочитает групповые туры, прибегая к услугам различных организаций и турагентств.

Большинство пожилых туристов не требует разработки особого турпродукта и отдыхают вместе с молодежью. Между тем, определенные виды поездок, например, круизные и автобусные туры, пользуются повышенным спросом у лиц старше 55 лет. Но и они реализуются без специальной ссылки на возраст.

Не остаются обделенными пожилые физически немощные люди. Они также желают путешествовать и получать удовольствие от новых впечатлений, но жестко ограничены в возможностях. Отдых этой категории населения организуется в рамках так называемых программ для «четвертого возраста». Их распространением занимаются специальные структуры – пенсионные клубы и ассоциации, такие как «Дайнэдж Ассоциэшн» в Дании, «Санье Ваканти План» в Нидерландах или «Свериджес Пенсионарсфорбинд» в Швеции.

Расширение туристского спроса пожилых людей приобретает устойчивый характер. Высокие темпы роста, отличающие этот сегмент рынка туризма, сохраняется и в перспективе. С учетом этой тенденции, ведущие туристские фирмы перестраивают свою деятельность, изыскивая новые формы работы для привлечения клиентов пожилого возраста.

***Новые ценности в психологии туристов.***

Коренные изменения происходят и в стиле отдыха. Пассивное времяпрепровождение на пляже, хотя и остается наиболее распространенной формой проведения отпуска, постепенно уступает место иным запросам. На смену «трем S» - море – солнце – пляж постепенно приходит формула «триL» - национальные традиции – пейзаж – досуг. Она наилучшем образом соответствует новым ценностям, которые утверждаются в психологии человека и получают выражение в поведении и мышлении современного туриста.

Стремясь оторваться от повседневной действительности, временный посетитель проявляет повышенный интерес к местному колориту, особенностям быта, нравов, культуры чужого народа. Он жаждет праздника во всем, что его окружает, который противопоставляет унылому городскому пейзажу, монотонной и однообразной жизни. Одновременно растет осознание необходимости активного отдыха для полноценного восстановления и развития сил человека. Люди отправляются в путешествие, чтобы компенсировать недостаток физической нагрузки и нервное напряжение, возникающее в сфере производства и в быту.

Эта революция рекреационной мотивации происходит в контексте расширения личных свобод. Каждый человек желает сам определить программу своей туристской поездки, без какого бы то ни было давления извне.

Согласно известному французскому туризмологу М. Breton-Girard, портрет современного туриста выглядит следующим образом: «Сегодня турист обретает спортивные черты, становясь искателем приключений». Он стремится постоянно превзойти себя, какими бы ни были его настроения и капризы природы, и меняется вместе со временем решительного поворота к природе. Отныне турист отправляется в путь в поисках независимости, развлечений и жизненной силы. Он отвергает обыденность, проявляя свою индивидуальность. Ему чужды формула членства и коллективное начало. Человек желает активного времяпрепровождения, физической деятельности для обретения формы. Он хочет убежать от толпы, но на короткое время, и попробовать вести непривычный образ жизни. Взрыв интересов к развлечениям и движению наиболее ярко иллюстрирует эту эволюцию.

***Международные туристские организации и их роль в развитии туризма.***

Туристские связи являют собой неотъемлемую часть международных организаций, а также правительство отдельных государств. Многие проблемы международного туризма решаются в настоящее время на межгосударственном уровне и это потребовало создания ряда влиятельных международных туристских организаций, в том числе и на межправительственном уровне. Этого требуют проблемы международно-правового регулирования общей политики туризма, одинаково приемлемой для всех стран (упрощение туристских формальностей, политико-экономические меры, стимулирующие либо замедляющие развитие туризма и т. д.). Тем не менее, несмотря на их создание, многие проблемы, возникающие как в процессе проведения общей политики национальных туристских организаций, объединяющихся под эгидой международных, так и правового регулирования, одинаково приемлемого для государственных органов управления туризмом с одной стороны, и общественных туристских ассоциаций, с другой, еще требуют своего решения.

Правовое регулирование международного туризма на многосторонней основе осуществляется, прежде всего, в рамках ООН, на которую возложена основная задача по налаживанию международного сотрудничества и развитию дружественных отношений между нациями. Именно в рамках ООН были разработаны и приняты основные международные конвенции по вопросам правового регулирования международного туризма. ООН явилась организатором ряда международных семинаров и коллоквиумов по вопросам кадров специалистов для туризма, разработки методик статистического учета в области международного туризма и т. д.

Необходимость согласования совместных действий между туристскими и транспортными организациями различных стран в связи с бурным развитием экономических и социально-культурных контактов начала ощущаться уже в начале 20-х годов. В связи с этим в 1925 году был создан Международный конгресс официальных ассоциаций пропаганды туризма, затем в 1927 году учреждается Международный конгресс официальных туристских организаций, а в 1930году создается Международный союз официальных организаций и пропаганды туризма.

Разобщенность в координации международного сотрудничества в сфере туризма стала большим тормозом на пути его дальнейшего развития. В связи с этим в 1947 году указанные три организации были реорганизованы, и на их базе учрежден в Париже Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО). Действительными членами этой специализированной организации являлись как правительственные организации, так и неправительственные, но признанные их национальными правительствами в качестве национальных туристских организаций из 116 стран.

В 1969 году резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН неправительственная организация МСОТО была реорганизована в межправительственную Всемирную туристскую организацию (ВТО), что означало признание не только экономического, социального, но и политического значения международного туризма.

Это произошло 5 декабря 1969 года, когда Генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию в отношении мер по созданию международной организации по туризму межправительственного характера. Во исполнение этой резолюции 28 сентября 1970 года был принят проект Устава ВТО, который вступил в силу 2 января 1975 года после его ратификации 51 государством. Поэтому официальной датой создания ВТО и считается 2 января 1975 года. В настоящее время в ВТО входит более 100 действительных членов и около 150 ассоциированных и присоединившихся членов. Последними являются туристские агентства и организации, авиакомпании, научные учреждения и центры туризма, гостиничные цепи и корпорации общественного питания, центры профессиональной подготовки и т. д.

Устав ВТО закрепил цели, задачи, характер, организационную структуру и функции данной организации. Основной задачей ВТО является – «содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии».

Устав ВТО является открытым и предусматривает три категории членства: действительные, ассоциированные и присоединившиеся члены. Статус действительного члена доступен для всех суверенных государств. Статус ассоциированного члена предоставляется всем территориям или группам территорий, не являющимися ответственными за осуществление своих внешних сношений. Статус присоединившихся членов предоставляется международным организациям, как межправительственным, так и не правительственным, имеющим специальные интересы в туризме, а также коммерческим организациям, деятельность которых находится в связи с целями, предусмотренными ВТО, и осуществление которой составляет ее компетенцию.

Высшим органом управления ВТО является Генеральная Ассамблея, созываемая раз в два года. В состав руководящих органов входит Исполнительный совет и Секретариат. Генеральная Ассамблея учреждает шесть региональных комиссий: комиссия для Европы, Африки, Америки, Южной Азии, Ближнего Востока, Восточной Азии и района Тихого океана, а также Международный высший учебный центр по туризму.

Перед комиссиями поставлена задача проведения в жизнь рекомендаций Ассамблеи в рамках соответствующих регионов. Комиссии имеют широкую сферу деятельности и в их задачи входит:

- подготовка стандартизированной классификации туристских мотивировок;

- подготовка социально-экономических характеристик путешественников;

- подготовка аудиовизуальных материалов;

- анкетирование, как туристов, так и работников в сфере туризма;

- миссия секторальной поддержки.

Деятельность комиссий финансируется в рамках программы развития ООН.

Исполнительный совет ВТО состоит из действительных членов. При этом соблюдается принцип справедливого географического представительства.

При Совете учрежден ряд вспомогательных органов для решения важнейших проблем: комитет по упрощению туристских формальностей, бюджетно-финансовый комитет, комитет по окружающей среде и технический комитет по программам и координации. Совет работает в период между сессиями ассамблеи и принимает необходимые решения по административным и техническим вопросам в пределах функций и финансовых возможностей организации. Бюджет ВТО финансируется взносами ее членов. Школа взносов определяется на основе уровня экономического развития и значения туризма для каждой страны.

Соглашение между ООН и ВТО предусматривает взаимное представительство сторон в качестве наблюдателей на ассамблеях и конференциях с целью координации деятельности и исключения дублирования.

Выработка единой стратегии развития индустрии туризма в рамках ВТО с социально-экономической точки зрения предусматривает:

1. планирование развития индустрии туризма;
2. анализ проблем и государственной политики, связанной с географическим распределением туризма и отдыха в странах, членах ВТО;
3. разработка национальных и региональных планов использование земли;
4. анализ взаимосвязей развития индустрии туризма и регионального планирования с учетом увязки различных потребностей в ресурсах и интересов всего человечества в целом;
5. учет экологических последствий развития индустрии туризма;
6. учет социальных последствий развития туризма;
7. разработка общей стратегии и программных мер по осуществлению планов развития туризма.

Большое внимание ВТО уделяется методам разработки и общей стратегии планов устойчивого развития туризма в различных странах и регионах, нормативно-правовой базе туристской деятельности, политике, связанной с эффективным использованием туристской инфраструктуры, с правом собственности на землю и имущество в зонах отдыха, созданием национальных парков и заповедников и т. д.

ВТО предоставляет своим членам два вида услуг:

1. подборка текстов законодательных документов, посредством которых организация осуществляет обмен опытом между ее членами в части международно-правового регулирования туризма;
2. выпуск центром документации в области туризма ВТО информационно-библиографического перечня новых изданий в области международного туризма. Такие услуги оказывают существенную помощь членам организации в преодолении имеющегося разрыва в дефиците туристской информации между странами, имеющими давние туристские традиции и развитую индустрию туризма, и теми странами, в которых туризм только начинает развиваться.

Генеральная ассамблея ВТО приняла в 1980 году решение отмечать 27 сентября (дата принятия Устава ВТО в1970 году) как Всемирный день туризма.

Периодически ВТО проводится анализ развития международного туризма в странах 6 регионов. Выявляются факторы, способствующие ускоренному развитию туризма и препятствующие этому; определяются пути решения вопросов о юридической защите прав иностранных туристов и их безопасности; обобщаются основные формы межгосударственных контактов в сфере диверсификации туристских услуг в мировом масштабе и определяются направления правовой регламентации связей между туроператорами и их партнерами в странах, принимающих туристов, а также между потребителями и производителями туруслуг.

Под эгидой ВТО разработана методология подготовки планов туристского развития как на национальном, так и на межрегиональном уровне. На ее основе специалистами ВТО подготовлена методика, используемая в различных странах при разработке планов развития туризма.

В 1979 году в городе Торремолиносе (Испания) состоялась 3 сессия Генеральной Ассамблеи ВТО, в работе которой значительное место было уделено вопросу разработки проектов Хартии туризма и Кодекса туриста. Окончательно эти документы были приняты в 1985 году в Софии на 4 сессии Генеральной Ассамблеи ВТО.

Статья 1 Хартии туризма гласит: «Право каждого человека на отдых и досуг, периодически оплачиваемый отпуск и свободу путешествовать без ограничений, в рамках закона, признается во всем мире». Как следствие этого права, «государства должны разрабатывать и проводить политику, направленную на обеспечение гармоничного развития международного туризма, а также заниматься организацией отдыха на благо всех тех, кто им пользуется» (ст. 2 Хартии туризма).

«Государства обязаны защищать в интересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая включает в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества; содействовать доступу иностранных туристов к общественному достоянию посещаемых мест, применяя положение существующих документов по упрощению формальностей, с учетом постоянного снижения ограничений на путешествия» (ст. 3 и 4 Хартии туризма).

Помимо ВТО – самой влиятельной из международных туристских организаций, занимающейся общими вопросами международного туризма, есть и ряд других международных туристских организаций. Всемирные и региональные, общие и специализированные неправительственные и межправительственные объединения, созданные с целью развития международного сотрудничества в области туризма, координации политики в туристском деле, в развитии туристского движения. На некоторых из них мы остановимся подробно.

Большую роль в развитии международного туризма играет Экономический и Социальный Совет ООН (ЭКОСОС), явившийся инициатором созыва в рамках ООН специализированных дипломатических конференций по вопросам развития туризма.

В рамках Европейской экономической комиссии (ЕЭК) обсуждаются конкретные вопросы туристской деятельности, в том числе развитие и совершенствование сферы услуг; организация текущего контроля операций, специальных исследований и анализа изменений, происходящих на различных рынках туризма, контроля операций и формулирования политики авиакомпаний, судоходных и автодорожных агентств и компаний, занимающихся обслуживанием туристов; таможенных формальностей в отношении туристов как въезжающих в данную страну из-за границы, так и выезжающих из нее.

Все это, естественно, требует единой методики статистического учета. В этих целях ЕЭК созвала в Женеве (Швейцария) первое совещание по статистике туризма.

Симпозиум по вопросам планирования и развития индустрии туризма в районе ЕЭК был проведен в 1975 году в Дубровнике (Югославия). Особое внимание на нем было уделено методам и аспектам общей стратегии факторов туризма; политике эффективности использования туристской инфраструктуры; политике в части права собственности на землю и имущество в зонах туризма; созданию национальных парков и их правовому режиму; законодательству по охране окружающей среды. Данный симпозиум явился важной вехой в работе ЕЭК над проблемами международного туризма и внес существенный вклад в планирование и развитие туризма на региональном уровне, как в теоретическом, так и в практическом плане.

В рамках ООН помимо ЕЭК созданы также Экономические комиссии для Латинской Америки и Карибского района; Экономическая комиссия для Западной Азии; Экономическая и Социальная комиссия для Азии и Тихого океана; Экономическая комиссия для Африки.

Комиссии занимаются изучением экономических аспектов международного туризма своих регионов; осуществляют исследования по выработке общей политики и созданию региональных программ в области развития международного туризма; капиталовложениям в туристскую индустрию; изучению потребностей в деле оказания технической помощи государствам регионов в целом развития туризма. Комиссии в своей деятельности исходят из того, что развитие международного туризма явится сильным потенциальным средством для становления экономической независимости слаборазвитых стран и окажет положительное воздействие на развитие экономики регионов.

Статистическая комиссия при Экономическом и Социальном Совете ООн в области туризма разрабатывает стандартные определения и классификации статистики туризма, а также принимает резолюции по вопросам стандартизации определений и терминологии, разрабатывает единую методологию статистики и туризма и т. д.

К всемирным международным организациям относятся объединения общественного содействия туризму, научные, журналистские, специализированные и т. д.

Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (ФУААВ) была создана в 1966 году как международная неправительственная организация с целью объединения и укрепления национальных ассоциаций и союзов туристских бюро и агентств путем оказания им профессиональной и технической помощи. Задачей организации является максимальная поддержка престижа всех категорий профессий туристского агента на международном уровне в экономической, юридической и социальной областях. Практическая деятельность федерации заключается в координации деятельности рабочих групп по таким вопросам как автоматизация, гостиничное хозяйство, транспорт, профессиональная подготовка, юридическая поддержка, страхование туристов и т. д. членами федерации являются около 80 национальных ассоциаций и организаций и около 1400 индивидуальных членов, представляющих более 80 стран мира, к их числу относятся Всемирная ассоциация туристских агентств (ВАТА), Американское общество туристских агентств (АСТА), Ассоциация британских туристских агентств (АБТА), Международная ассоциация экскурсий и туров (ИСТА), Международная федерация туроператоров (ИФТО), Ассоциация немецких бюро путешествий, Союз ассоциаций туристских бюро северных стран, фирма «Томас Кук и сын» и др.

К числу международных транснациональных организаций, объединяющих туристские и гостиничные предприятия относятся также: Международная ассоциация конгрессов и конференций (1964 г.), Международная гостиничная ассоциация (1946 г.), Международная федерация кемпинга и караванинга (1932 г.) и др.

Объединение Международный туристский альянс (первоначальное название «Международная лига туристских ассоциаций» 1898 г. ) включает в себя туристские клубы и автомобильные ассоциации. В числе основателей Лиги были две российские организации: «Русский клуб путешественников» и «Русский союз». ВАО «Интурист» является присоединившимся членом альянса с 1959 года. Альянс объединяет в настоящее время более 140 организаций с общим количеством более 60 млн. членов из 84 стран мира. Целью создания организации является развитие всех видов туризма и, в первую очередь, автомобильного. Члены объединения занимаются организацией семинаров и совещаний по проблемам совершенствования обслуживания автотуристов, упрощением таможенных формальностей, благоустройством дорог и автотрасс, оказанием юридической помощи и страхованием. Альянс публикует различного рода справочную информацию, в том числе: о деятельности клубов-членов, справочники-перечни услуг, предоставляемых иностранным туристам со стороны клубов, схемы автомобильных дорог и т. д.

Международная ассоциация воздушного транспорта (МАВТ) – всемирная организация, регулирующая работу всех международных авиалиний. Ее цель – способствовать улучшению работы сети маршрутов, по которым перевозятся люди и грузы. В ее компетенцию входят стандартизация авиабилетов и квитанций на багаж, а также координация регистрации и отчетности, которые бы способствовали более оперативному взаимодействию между разными авиалиниями. МАВТ также поддерживает стабильность цен на авиабилеты.

В международной организации гражданской авиации (МОГА) входят представители более80 стран. Она координирует развитие всех аспектов жизни гражданской авиации, а особенно тех, что относятся к выработке международных стандартов.

Международная ассоциация гидов по сопровождению (1961 г.) была создана с целью развития профессионального мастерства гидов, сопровождающих туристов (туристского экспорта). Задачей организации является оказание юридической помощи этой категории работников и защита их интересов. В ассоциации насчитывается более 2 тысяч членов, которые представляют около 45 стран.

К специализированным международным туристским объединениям принадлежат организации социального туризма.

Федерация международных туристских организаций основана в 1950 году во Франции как преемница ряда молодежных туристских организаций, имеет консультативный статус в ЮНЕСКО. Членами федерации являются около 200 молодежных туристских организаций более 40 стран мира, в том числе Международное бюро туризма и обменов молодежи, Бюро путешествий Международного союза студентов и т. д. Деятельность этих объединений охватывает наиболее важные направления современного международного молодежного туристского движения и заключается в организации программ обмена молодежными группами, курсов по подготовке гидов-руководителей, проведении молодежных семинаров и международных встреч, организации специальных программ, предусматривающих использование определенных привилегий для молодых путешественников.

Стремительное увеличение объемов международного и студенческого туризма (темпы роста объема молодежного туризма значительно превышают среднегодовые темпы роста мирового туризма (4-5%)и составляют 15-20%в год), возрастание его образовательной функции вызывает необходимость эффективной координации деятельности молодежных туристских организаций различных уровней.

Международная ассоциация научных экспертов по туризму (АИСТ) способствует осуществлению научных контактов между специалистами, занимающимися разработкой проблем международного туризма, а также оказывает содействие научным центрам по туризму и т.д.

Международная федерация журналистов и писателей по туризму (ФИЖЕТ) была создана в 1954 году и объединяет национальные ассоциации и союзы журналистов и писателей, занимающихся проблемами путешествий и международного туризма.

В Европейском регионе существуют следующие туристские объединения .

Группа поддержки и развития туризма в Европе создана в июле 1983 г. по инициативе Европейской туристской комиссии с целью расширения туристских связей в Европе и является органом технического взаимодействия, кооперации и сотрудничества секторов туристской индустрии. Членами группы являются Ассоциация европейских авиакомпаний, Европейская туристская комиссия, Международная автомобильная ассоциация, Международная гостиничная ассоциация др.

Помимо международных транснациональных туристских организаций и объединений существуют также региональные международные туристские организации и объединения.

В европейском регионе существует следующие туристские объединения.

Группа поддержки и развития туризма в Европе создана в июле 1983 года по инициативе европейской туристской комиссии с целью расширения туристских связей в Европе и является органом технического взаимодействия, кооперации и сотрудничество секторов туристской индустрии. Членами группы является Ассоциация европейских авиакомпаний, Европейская туристическая комиссия, Международная автомобильная ассоциация, Международная гостиничная ассоциация и др.

Кроме того, в Европе существует европейская организация рекреации и отдыха (1972 г), Европейская ассоциация пешеходного туризма (1969г), Международная федерация неправительственных ассоциаций по охране культурного наследия и природных памятников в Европе (1963г), Федерация ассоциаций скандинавских туристских агентств (1939г) и др.

В Азиатском регионе в 1950 году создан Азиатский институт по туризму с целью подготовки профессиональных кадров в области туризма для стран Азии и Тихого океана, содействия развитию туризма в странах региона, а также проведения научно-исследовательской деятельности в этой сфере. Помимо данной организации в этом регионе существует Азиатско-Австралазийская гостиничная и ресторанная ассоциация, Ассоциация по туризму стран-членов АСЕАН, Студенческая туристская ассоциация азиатских стран, Туристская организация стран Азии и Тихого океана и др.

К числу объединений Американского региона относятся: Межамериканская федерация путешествий и автоклубов, Конфедерация туристских организаций Латинской Америки, Карибская ассоциация по туризму и многие др.

Существует объединения африканского региона (Африканская туристская ассоциация, Организация по развитию туризма в Африке и др.), Арабского региона (Арабский туристский союз, Арабская федерация ассоциаций туристских агентств и др.).

Указанные выше организации и объединения являются частью многочисленных транснациональных и региональных международных туристских организаций и объединений, призванных решать разнообразные проблемы, существующие в области туризма. Многообразие целей, задач и видов деятельности этих организаций убедительно демонстрируют сложность туризма как системы и необходимость комплексного решения большинства проблем в этой области на международном уровне.

Большинство стран имеют свои национальные туристские организации (НТО). Некоторые из них, например, во Франции и Испании, входят в правительство, другие же создаются независимо от правительства, но поддерживаются им централизованными финансовыми вливаниями, как в Великобритании.

Администрация путешествий и туризма США поддерживается федеральным правительством, но большинство обязанностей по маркетингу и развитию ложится на плечи отдельных штатов. Организация финансируется за счет ежегодных федеральных кредитов в размере 17,5 млн. долл. и партнерских взносов частного сектора в 20 млн. долл. эта организация представляет США в ВТО.

Как правило, в туристских государствах создаются министерства по туризму, особенно в островных странах. Однако некоторые из них имеют либо государственный департамент по туризму, который подчиняется Министерству экономики, либо департамент внешней торговли, либо, наконец, туристский отдел в рамках Министерства по делам молодежи, спорта и развлечений. В государствах с децентрализованной властью туризм находится в подчинении местной администрации. Случается и так, что обязанности по туризму делят между собой федеральное правительство и управление территориальным образованием.

В некоторых странах национальные туристские организации являются частными со своим уставом. Их доход образуется из различных ресурсов. Присутствие этих организаций зависит от спроса на их услуги на рынке. Но здесь иногда возникает вопрос: как НТО заниматься коммерческой деятельностью? В этой связи могут возникнуть недопонимание частного сектора и обвинения НТО в недобросовестной конкуренции, так как они финансируются без налогообложения. Учитывая данную ситуацию, многие страны ввели специальные налоги на частный сектор для поддерживания работы НТО.

Структура НТО зависит от ее обязанностей. Согласно рекомендациям ВТО эти обязанности следующие:

* Представление правительственных интересов по туризму в международном масштабе; заключение двусторонних и многосторонних соглашений с целью увеличения туристских потоков между странами-участницами; организация совместных маркетинговых исследований туристского рынка; оптимизация туристских национальных ресурсов; привлечение технического и финансового сотрудничества; обеспечение взаимного упрощения таможенного контроля; полицейское и денежное регулирование; поддержка технологической сделки (например, в гостиницах и в местах зимнего спорта);
* Организация туристических услуг в национальном и международном масштабах;
* Планирование и развитие туризма (составление плана развития туризма);
* Регулирование и контроль предприятий, включенных в туризм (регулирование и правовое обеспечение в гостиничном хозяйстве, классификация гостиниц и ресторанов, инспекция и изучение лицензий на право деятельности);
* Публикация статистики обзоров, исследование рынка (изучение мнения, исследование поведения потребителя);
* Сбыт туристических продуктов в других странах (создание туристических агентств за рубежом для обеспечения информации сбыта; публикация брошюр, листовок, путеводителей и специальной туристской информации)
* Продвижение иностранных туристских центров дома (кампания в прессе, на радио, телевидении);
* Деятельность по облегчению, унификации или устранению таможенного и пограничного контроля;
* Создание структур по приему гостей и обеспечению туристской информацией (специальные полицейские инструкции были составлены в 19 странах для помощи гостям);
* Обеспечение профессиональной подготовки в туризме (курсы, семинары, учебные программы);
* Защита и сохранение туристских ресурсов и эксклюзивного наследия страны (монументов, исторических мест), кампании по защите культуры и искусства;
* Охрана окружающей среды (проведение кампаний по охране природы, парков отдыха, естественных ресурсов).

Во исполнение этих обязанностей ВТО определило 4 ключевые правительственные функции для контроля за развитием туризма: маркетинг, координацию туристской деятельности и развития, планирование, правовые вопросы и финансирование.

Маркетинговая служба имеет очень важное значение для НТО и она многонациональна. Эта служба формирует маркетинговую стратегию организации и продвигает туристский продукт в страны с помощью рекламных материалов и средств паблисити. Она также обслуживает бизнес-туризм со специфическими видами услуг: организация встреч, выставок и др. отдел развития играет координирующую и стратегическую роли. Отдел планирования совмещает ежедневное управление проектом с планирование долгосрочного развития. И последней – административный отдел занимается правовым обеспечением туризма и финансовыми вопросами.

Во многих странах мира для диалога с НТО, охрана интересов своего сектора и дальнейшего развития специалисты по туризму создают профессиональные некоммерческие ассоциации, которые, как правило, представлены консультативными советами – советами по туризму. В международном плане они объединены в негосударственные специализированные международные организации:

* Всемирную ассоциацию туристических агентств и туроператоров (ВАТА);
* Международный совет турагентств (МСТ);
* Универсальную федерацию ассоциаций турагентов (УФАТ).
* Целями этих организаций является обмен и контакты между специалистами разных стран, совместные разработки туристской политики в научных центрах и активное лоббирование своих интересов в международных организациях.

Международные инвестиции в туристский сектор обеспечиваются как со стороны международных организаций, так и со стороны частного сектора. Основным зарубежным заемщиком является Мирровый банк (Международный банк реконструкции и развития - МБРР). Его деятельность направлена на обеспечение нормального жизненного уровня в развивающихся странах с помощью долгосрочного финансирования развития инфраструктуры этих стран. Прямое инвестирование развития туризма - неприоритетное направление этого банка, однако он финансирует совместные проекты, применяя экспортные кредиты.

В отличие от Мирового банка краткосрочные займы выделяет Международная ассоциация развития, а Международное финансовое общество применяет долевое участие в проектах.

Европейский союз также инвестирует туризм с помощью Европейского фонда регионального развития (ЕФРР), который был основан в 1975 году и оказывает финансовую помощь слаборазвитым регионам союза. Предпочтение при присуждении грантов ЕФРР отдают тем проектам, которые развивают актуальный на сегодня вид туризма – сельский туризм и которые активно пропагандирует историческое и культурное наследие региона. Гранты ЕФРР представляют собой займы на специальных условиях на 40 лет, при чем на первые 10 лет они выдаются под 1% годовых. Из других организаций, финансирующих развитие туризма в Европе, можно выделить европейский инвестиционный банк (ЕИБ), которые субсидируют разницу процентных ставок за счет ресурсов, получаемых на международных кредитных рынках по предпочтительным процентам, выполняя, таким образом, посреднические услуги. Например, ЕИБ финансировал строительство туннеля под Ла-Маншем сооружение Диснейленда в Париже, расширение аэропорта Франкфурта, Мюнхена и Гамбурга в Германии и аэропорта «Стансед» в Великобритании.

**Вопросы для подготовки к зачету**

1. Международные экономические отношения: понятие, сущность, характерные черты

2. Тенденции развития мировой экономики

3. Ключевые хозяйствующие субъекты мировой экономики

4. Этапы формирования мировой экономики

5. Основные этапы и тенденции развития мирового туризма

6. История развития российского туризма

7. Тенденции развития туризма

8. Проблемы мирового туризма

9. Проблемы развития туризма в РФ

10. Мировой рынок услуг

11. Роль туризма на мировом рынке услуг

12. Типология стран по уровню экономического развития и развитию туризма

13. Специализация стран в туристской индустрии

14. Главные туристские страны мира

15. Новые туристские страны

16. Среднеразвитиые страны

17. Малые островные государства

18. Развивающиеся страны

19. Международные и региональные туристские организации

20. Деятельность ООН в сфере международного туризма

21. Всемирная туристская организация (UNWTO - ЮНВТО)

22. ТНК

23. ТНК в сфере туристического бизнеса

24. Международное регулирование туристской деятельности

25. Международное правовое регулирование туризма

26. Сотрудничество по защите прав туристов

27. Обеспечение безопасности туризма на мировом уровне

28. Ценообразование и конъюнктура на мировом туристском рынке

29. Международная валютная система

30. Особенности современной валютной системы

31. Влияние изменений валютной системы на развитие мирового туризма

32. Международные показатели экономического развития страны и отрасли туризма

33. Индекс человеческого развития

34. Значение туризма при расчетах ИЧР

35. СЭЗ

36. СЭЗ в туризме