**Туризм – феномен XX века**

Туризм – это крупный сектор экономики. Все развитые государства мира уже давно заинтересованы в его развитии. В мировой экономике туризм вышел на лидирующие позиции, конкурируя лишь с добычей нефти.

Бурное развитие во всем мире электронно-вычислительной техники и внедрение автоматизации в туризм делают его также сферой международных информационных технологий и процессов.

Велика роль международных, региональных и национальных туристских организаций, которые вносят вклад в развитие мирового туризма и проводят протекционистскую политику в рамках отдельных стран и регионов.

Большое влияние с социальной точки зрения оказывает туризм и на регионы: благодаря развитию туризма появляются сотни тысяч рабочих мест, развиваются коммуникационные системы, повышается культура и грамотность местного населения и т.п. А в ряде регионов, удаленных от промышленных и культурных центров, только он один и может выполнять эти функции.

Анализ современного состояния туризма во многих странах позволяет понять, что развитие туризма должно сопровождаться усилиями в содействии программам внутреннего, национального, туризма. В рамках каждой страны внутренний туризм благодаря перераспределению национального дохода способствует стабильному положению национальной экономики, более глубокому осознанию общности интересов и развитию видов деятельности, благоприятных для экономики страны в целом.

Национальная и международная туристская деятельность является неотъемлемой составляющей необходимых преобразований, в основе которых полное и гармоничное развитие личности, право человека на уважение его достоинства и индивидуальности, уважение моральных ценностей народов.

Поскольку туристская деятельность является одной из самых трудозатратных и выступает как регулятор занятости населения, немаловажная роль отводится профессиональному образованию в туризме. Учитывая такие характеристики туристского рынка, как динамическая изменчивость, возникновение новых тенденций и способов предпринимательства, важно научить специалистов туризма ориентироваться в конъюнктуре и динамике туристского рынка. Только образованный, соответствующим образом подготовленный специалист способен создать конкурентоспособный продукт и реализовать его на рынке туристских услуг.

Основу многих учебных пособий по туризму, как правило, составляет зарубежный опыт. Несомненно, положительный опыт зарубежных стран следует учитывать в процессе изучения различных аспектов туристской деятельности. Однако опираться необходимо все-таки на опыт отечественных туристских организаций.

Данная часть содержит системное изложение определений и проблем туризма, необходимое для студентов туристских вузов и колледжей. В ней представлены как основополагающие, принципы туризма, так и основные составляющие туристской индустрии. Особое место отведено рассмотрению инфраструктуры индустрии туризма в Российской Федерации, развитию ее транспортной сети, авиационного, автомобильного, железнодорожного и водного транспорта. Как составляющие инфраструктуры туризма рассматриваются сферы гостиничного, ресторанного бизнеса и индустрии развлечений, их место на туристском рынке России. Приводится анализ перспектив российского туризма в рамках бизнеса туров и транстуров, поскольку в современных условиях именно в этой области туристской деятельности наблюдается острая конкурентная борьба.»

Особое внимание следует обратить на имеющиеся статистические данные, позволяющие проанализировать современное состояние туристского рынка России.

Первые достопримечательности

С древнейших времен достопримечательности были главной целью туристов. Многие из нас слышали о семи чудесах света, к которым относятся:

1. Древнеегипетские пирамиды, включая Сфинкса (единственное чудо, сохранившееся до наших дней);

2. Висячие сады Семирамиды в Вавилоне (сейчас Ирак);

3. Мавзолей в Галикарнасе (Турция);

4. Статуя Зевса в Олимпии (Греция);

5. Статуя Гимоса, так называемый Колосс Родосский (остров Родос, примыкающий к Греции);

6. Маяк в Александрии (Египет);

7. Храм Артемиды, или Храм Дианы, в Эфесе (Турция).

К знаменитым мировым достопримечательностям относятся также:

– Тадж Махал (Индия);

– Великая китайская стена; город Петра (Иордания);

– гигантские пиктограммы (Перу);

– руины Машу-Пиешу (Перу);

– комплекс буддийских храмов Боробудур (остров Ява).

Как в античные времена путешествовали для того, чтобы посмотреть чудеса света, так современные туристы путешествуют, чтобы увидеть чудеса природы: Великий Каньон, Ниагарский водопад, национальные парки, океаны, озера, а также чудеса, построенные человеком: великие города, музеи, памятники.

Первые турагентства

В 1822 г. Роберт Смарт из Бристоля (Великобритания) сообщил о себе как о первом пароходном агенте. Он начал регистрировать пассажиров на пароходы, курсирующие по Бристольскому каналу, а также в Дублин (Ирландия).

В 1841 г. Томас Кук организовал массовую прогулку (570 человек) от Ланкастера до Лонгоборуга железнодорожным составом, по цене 1 шиллинг с каждого пассажира. Это был первый публично рекламируемый экскурсионный поезд, а Кук – первый агент экскурсионных поездов. С 1847 г. компания Кука стала распространять специальные билеты на путешествия и экскурсии не только в пределах Англии, но и за рубежом. В 1863 г. Кук организовал большое туристское путешествие в Швейцарию, в 1868 г. – в Северную Америку. В настоящее время компания Кука остается одной из самых больших туристских организаций в мире.

Первым специалистом в организации индивидуальных эксклюзивных поездок был Томас Беннет, англичанин, который служил секретарем у британского консула в Осло (Норвегия). Находясь на этой должности, Беннет организовывал индивидуальные театральные туры в Норвегию. С 1850 г. он стал называть себя «организатором поездок» и предоставлял индивидуальным туристам маршруты, транспорт, питание и туристское снаряжение, заранее договаривался о лошадях и гостиничных номерах для клиентов.

Первые организованные экскурсии

В конце XVII и первой половине XVIII в. под влиянием идей великих просветителей в некоторых учебных заведениях Европы начинают практиковаться краткие экскурсии и пешеходные прогулки для учащихся. Они проводились с целью обеспечения наглядности и предметности в системе обучения и воспитания по методу известного польского педагога Яна Амоса Коменского.

Начало экскурсионной деятельности в нашей стране было положено во второй половине XIX в. В этот период активно работает Общество любителей естествознания, имевшее свои организации в Петербурге, Москве, Казани, Екатеринбурге, Тифлисе и других городах России. В 1902–1909 гг. действовало Кавказское горное общество (Пятигорск). В 1905 г. создается одно из первых отечественных экскурсионных учреждений – Ялтийское экскурсионное бюро Крымско-Кавказского горного клуба. С 1899 г. при Педагогическом обществе в Москве работала комиссия по организации общеобразовательных экскурсий для учащихся гимназий, коммерческих и реальных училищ и школ, которая также координировала деятельность Центральной экскурсионной комиссии при Московском учебном округе.

Развитие экскурсионной деятельности сопровождалось открытием исторических, культурных и природоведческих памятников, ансамблей, музеев, а также различных выставок. Этому способствовала инициативная деятельность научных обществ, представителей демократически настроенной интеллигенции. В 1872 г. в Москве был открыт Политехнический музей, в 1873 г. основан Исторический музей.

Во второй половине XIX в. в России получают распространение горные путешествия. В 1877 г. организуется первый в стране альпийский клуб при Кавказском обществе естествознания в Тифлисе. Созданный в 1890 г. в Одессе Крымский горный клуб открывает свои филиалы в Ялте и Севастополе. В конце XIX – начале XX в. развитию туризма стали уделять внимание многие научные и любительские общества, в частности Русское географическое общество, Общество любителей естествознания, Петербургское общество народных университетов и др.

Распространение экскурсий, горных восхождений, пеших походов и велосипедных прогулок, внимание к туризму и экскурсиям многих учебных заведений, организаций, научных и профессиональных обществ, стремление русской интеллигенции использовать путешествия, передвижение и познавательные экскурсии для просвещения народа создали предпосылки для объединения любителей туризма и экскурсий в специализированные организации. Так, в 1895 г. создается Российское общество туристов (Российский туринг-клуб), а в 1901 г. – Русское горное общество. Оба общества были ведущими туристскими организациями вплоть до 1917 г.

Первые предприятия размещения

Возникновение первых предприятий гостиничной индустрии связано с Древним Римом (примерно 50-й г. до н.э.). В огромной Римской империи было множество чиновников и купцов, которым приходилось часто выезжать по делам. Для их размещения стали строиться постоялые дворы, располагавшиеся вдоль главных дорог в городах и деревнях.

С упадком Римской империи (I в. н.э.) постоялые дворы и таверны, потерявшие клиентуру, разорялись. Только спустя четыре века, в эпоху средневековья, с развитием торговли и путешествий стали возрождаться предприятия размещения.

Бурное развитие европейской экономики в эпоху Возрождения, появление новых ремесел, расширение торговли между странами – все это также способствовало росту потребности в постоялых дворах.

Англичане, путешествующие по Европе или переселявшиеся в Америку, приносили с собой опыт строительства и управления тавернами и постоялыми дворами, который и положил начало современной гостиничной индустрии.

Основные особенности туризма:

1. В отличие от путешествий туризм – это перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени.

Длительные путешествия совершаются лишь единицами индивидуумов. Туризм же массовое явление XX века, получившее свое развитие в силу сложившейся в развитом обществе политико-экономической ситуации. Люди (в большинстве своем трудящиеся по найму) повсеместно получили право на ежегодный короткий (в среднем 2–3 недели) отпуск. После второй мировой войны (1939–1945 гг.) люди в большинстве своем стал жить в достатке, позволяющем выделять средства на отдых и краткосрочные путешествия в целях отдыха. Развитые транс портные средства, открывшие эру трансконтинентальных полетов на воздушных судах, дали вполне доступную возможность посещения практически любых уголков мира.

По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2–3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6–7 дней), значительно меньшую долю занимают 8–12-дневные туры. Все остальные, более длительные, туристские поездки выпадают из статистики по причине ничтожности своего удельного веса в общей массе.

2. Для туризма важно определить категорию места постоянного проживания (местожительство). Туризм предусматривает выезд людей с места своего постоянного проживания в иную местность, страну в целях туризма. Перемещения в пределах местности постоянного проживания, например ежедневные поездки на работу, не могут быть отнесены к туризму. В стране, где имеется правовой институт прописки, это – место прописки, регистрируемое соответствующими службами государственной власти, регулирующей миграцию населения. Имеющая место другая понятийная категория – обычное место постоянного жительства определяется сроком, в течение которого человек постоянно проживает в одном и том же месте (городе, поселке, районе). При этом для каждого определенного места, района, страны, а также населения следует выделять лиц, которые могут быть отнесены к категории постоянных жителей или посетителей.

Например, по статистике внутреннего туризма важно ограничить категории населения, которые следуют ежедневно на работу на определенные временные промежутки и расстояния. Так, для небольшого города это будет 20–30 мин при расстоянии в несколько километров, для крупного города – поездки на работу продолжительностью до 3 ч на расстояние свыше 50–100 км. Следует учитывать и минимальный промежуток отсутствия жителя в этом месте, а также отличия и особенности местностей и административных территорий. Для жителя небольшого поселка поездка на 70 км будет дальним путешествием. В то же время в Москве или Волгограде это расстояние находится в пределах городской черты. Очень непростой вопрос – являются ли туристами дачники, следующие на свои дачи в выходные дни на расстояние более 120 км? Мало кто из имеющих в России участки согласится назвать эти поездки отдыхом и туризмом, скорее, это тяжкий труд.

3. Определение периода свободного времени исходит из об-щего понимания туризма как способа отдыха. Оно недостаточно справедливо для некоторых видов туризма, например для профессионально-делового, участники которого чаще всего совершают поездки как специалисты, командированные фирмой.

4. Важнейшей категорией является цель туризма, которая позволяет четко выделить виды деятельности, относящиеся к туризму и попадающие под льготные таможенные, налоговые и иные предпочтительные режимы, устанавливаемые государствами исключительно для туризма. Главные цели туризма: развлекательные (аттрактивные), рекреационные и познавательные. Вторыми по значимости являются цели оздоровительные и лечебные, далее следуют профессионально-деловые, гостевые и пр.

5. Туризм – важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступление иностранной валюты и др. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, приносящей данной; местности или государству доход. Туризм в зависимости от составляющих услуг и обслуживаемых категорий населения разделяется на внутренний и международный.

Внутренний туризм – временный выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и в других туристских целях. Внутренний туризм не представляет собой, отдельную сферу, а связан со всеми другими секторами национальной жизни.

Международный туризм – систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории Российской Федерации (въездной туризм) и предоставлением туристских услуг и туристского продукта за рубежом (выездной туризм). Туризм во многих странах – деятельность, находящаяся под пристальным вниманием государства как экономически выгодная и прибыльная отрасль.

Имеет также место понятие национальный туризм – совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма, т.е. обслуживание туристов из числа жителей своего государства.

По способу организации различают плановый и самодеятельный туризм.

Плановый туризм – любые виды туризма, разрабатываемые и реализуемые организаторами туризма – туроператорами. Плановый туризм регулируется государством с помощью законодательных и нормативных актов. Он составляет основу индустрии массового туризма. Начало плановому туризму положил Томас Кук. Именно он в 1849 г. придумал продавать туристские услуги в пакете: перевозку, экскурсии и питание.

В значительной степени плановый туризм является главной составляющей деятельности различных коммерческих организаций и предпринимателей.

Самодеятельный туризм – специфический вид общественной туристской деятельности, осуществляемый на добровольной самодеятельной (любительской) основе. Самодеятельный туризм основывается на деятельности добровольных туристских объединений, союзов и туристских клубов, которые издают собственные нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность, проводят походы, туристские слеты и соревнования, издают собственную туристскую методическую литературу и периодические издания. Самодеятельный туризм имеет программно-нормативные основы, определяющие направления, характер, содержание туристской общественной практики, требования по овладению туристскими умениями и навыками.

Социальный туризм – разновидность туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды и иные благотворительные организации оказывают социальную поддержку как наименее обеспеченной части населения при использовании их права на отдых. Это положение было закреплено в Манильской декларации по мировому туризму в 1980 г.

Социальный туризм рассматривается как:

– путешествия, другие виды туристских занятий, оздоровления и отдыха, реализуемые гражданам Российской Федерации по цене социального тура, разовых услуг социального туризма или субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;

– сфера профессиональной деятельности по формированию, продвижению и реализации социальных туров, разовых услуг социального туризма;

– общественное движение участников социального туризма.

Виды туристских организаций

Международные организации

Поскольку международный туризм является отражением социально-экономических отношений в жизни отдельных стран и одновременно составной частью международных отношений, возникают необходимые предпосылки организации и управления всем комплексом туристско-экскурсионной деятельности как в рамках государств, так и на международном уровне. Эти предпосылки реализуются, в частности, в создании туристских организаций.

Туристские организации можно классифицировать по следующим признакам:

– национально-территориальному: международные, региональные и национальные организации. Их деятельность имеет всемирный, региональный и национальный характер;

– общественно-государственному: правительственные, общественные, частные;

– по виду деятельности: регулирующие, поставщики, рыночные агенты, разработчики, консультанты, проектные организации, обучающие организации, издатели, профессиональные ассоциации, торговые и потребительские организации;

– по сфере деятельности: транспортные (авиационные, автобусные, железнодорожные, автомобильные и круизные), туристские агенты, туроператоры, локальные профсоюзы.

Постоянное расширение международного туристского обмена обусловило необходимость его международно-правовой регламентации: выработки различных правовых институтов и создания специализированных международных туристских организаций.

Всемирная туристская организация ВТО (World Tourism Organization – WTO)

Всемирная туристская организация на сегодняшний день – самая известная и признанная в туристском мире. ВТО была основана 2 января 1975 г. путем преобразования неправительственного Международного союза официальных туристских организаций (МСОТО) в межправительственную организацию, действующую под патронажем ООН. Сейчас ее действительными членами являются более 105 государств, несколько ассоциированных и свыше 150 присоединившихся членов (туристские фирмы, авиакомпании, международные организации и пр.).

Устав ВТО был принят 27 сентября 1975 г. Начиная с 1980 г. эта дата отмечается как Всемирный день туризма. Ежегодно Всемирный день туризма проводится под определенным девизом, Каждые 4 года ВТО созывает сессии Генеральной ассамблеи, между которыми работает исполком Генеральной ассамблеи ВТО. Штаб-квартира ВТО находится в Мадриде (Испания).

ВТО преследует следующие цели:

– ускорять и расширять содействие туризма (международного и внутреннего) миру, взаимопониманию, здоровью и процветанию людей повсюду в мире;

– помогать людям иметь доступ к образованию и культуре во время путешествий;

– улучшать стандарты проживания и пребывания в менее развитых районах мира посредством помощи в обеспечении необходимой материально-технической базы для иностранного туризма и развития транспортных путей, соединяющих с данными регионами;

– расширять возможности стран, принимающих туристов, и тем самым вносить вклад в их экономику;

– выступать в роли международного агентства по координации и сотрудничеству между странами;

– предоставлять услуги членам наиболее значимых для совета национальных организаций в области туризма;

– определять темы пленумов и заседаний, а также координиг, ровать туристские интересы стран – участниц, включая как на-циональные туристские организации, так и профессиональные секторы и организации, представляющие интересы путешествующих;

– устанавливать постоянную взаимосвязь между различными, объединениями туроператоров;

– реализовывать все вышеуказанное наиболее действенным, путем.

В основном деятельность ВТО концентрируется на информативном продвижении туризма, расширении его значимости и преимуществ, опасностей, а также создании новой материалу, но технической базы. Организация пытается упорядочить действия различных наций в туризме путем разработки и введения, определенных принципов в области международного туризма. ВТО является основным представителем туризма в ООН и действует как самый авторитетный орган в мировом туризме. Кроме того, ВТО разрабатывает международные документы (акты), и следит за их исполнением, а также и за реализацией уже существующих правил, поощряя разрешение международных туристских разногласий.

Другие аспекты деятельности ВТО включают в себя помощь развитию стран, организации и стимулировании сотрудничества между ними в вопросах, воздействующих на туризм. Все это реализуется благодаря принятию определенных стандартов оборудования, понятий, языков, условных обозначений (например, обозначение первой помощи), чтобы облегчить общение (взаимопонимание) и пребывание иностранных туристов в чужой стране.

ВТО также выступает в качестве организации по обмену информацией и поощряет применение новых разработок и знаний в области развития туризма и реализации маркетинга. Одна из важнейших задач ВТО – исследования, которые включают в себя изучение статистики по международному туризму, изобретение новых методов измерения, прогнозирование, разработку и маркетинг – все это может быть использовано национальными туристскими организациями в их деятельности. Исследовательская деятельность ведет к увеличению методов статистики.

ВТО представляет регулярный отчет о состоянии мирового туризма, который учитывает как достижения, так и препятствия для дальнейшего развития туристской индустрии.

ВТО предпринимает попытки содействовать мировому туризму через исключение или ограничение правительственного вмешательства в международный туризм, так же как и в процесс стандартизации требований к паспортам, визам, регистрациям в полиции, въездным формальностям и т.д. ВТО обеспечивает техническую поддержку развития стран, в особенности стран членов ООН. Знаменитым событием в деятельности ВТО стало проведение Всемирной конференции но туризму (ВКТ), состоявшейся в Маниле (Филиппины) с 27 сентября но 10 октября 1980 г. Решение о созыве ВКТ приняла II сессия Генеральной ассамблей ВТО (май 1977 г.). На конференции были рассмотрены вопросы ответственности государств за развитие туризма (социально-экономические условия, цели и задачи, сдерживающие факторы) и такие актуальные проблемы, как человек – организатор своего отдыха; регулирование спроса и предложения; научно-техническое сотрудничество в области туризма; подготовка кадров для индустрии туризма и др. В заключительном документе нашли отражение совместно выработанные в ходе обсуждения рекомендации. Этот документ получил название Манильской декларации по мировому туризму. В Конференции участвовали представители более 100 государств.

Международная ассоциация воздушного транспорта (International Air Transport Association – IATA)

IATA – всемирная организация для всех международных авиаперевозчиков, основанная в 1919 г. и реорганизованная по окончании второй мировой войны в 1945 г. IATA представляет собой профессиональную ассоциацию авиационных компаний, осуществляющих международные рейсы. Главная ее функция – упорядочение международного коммерческого авиационного сообщения, введение единых для всех членов правил и процедур и установление согласованных тарифов на пассажирские авиаперевозки на международных маршрутах. Высший орган IATA – ежегодная Генеральная ассамблея, на которой выбирается президент и исполнительный комитет. Цель IATA – реализация политики международной организации гражданской авиации (ICA-).

IATA – это содействие перемещению людей, почты и грузов из одной точки мира в другую, используя различные комбинации маршрутов воздушной сети. Резолюции, принятые на транспортных конференциях IATA, касаются не только биле – тов, но и путевых листов, документов на багаж, а также других подобных бумаг. Эти резолюции унифицируют и координируют процедуры расчетов и позволяют ускорить бронирование и связь между авиакомпаниями. Организация также создала и проработала жесткий список тарифов и маршрутов. При ее содействии стало возможным соединение воздушных трасс многих частных авиакомпаний в единую систему, работающую на благо путешествующих.

Установление тарифов – одна из важнейших составляющих работы IATA. Необходимость согласования тарифов среди всех авиакомпаний – членов IATA – это одновременно и политика, и практика, т. к. все тарифы международных авиакомпаний контролируются правительствами стран – владельцев авиакомпаний. Каждая страна – хозяйка своего пространства, она может запретить или разрешить вторгнуться на свою территорию и поставить те условия, которые ее устраивают.

Конференции IATA проводятся после того, как правительств ва стран – членов организации решаются на взаимовыгодные договоренности по установлению тех перевозчиков, которые в дальнейшем будут обслуживать их территории. Транспортные конференции IATA, безусловно, являются очень важными для правительств стран – членов IATA. И плюс ко всему все правила, установленные Ассоциацией, должны быть одобрены правительствами всех стран – участниц.

Членами IATA являются 259 авиакомпаний, совершающие международные полеты. На долю этих авиакомпаний приходится около 95% международного регулярного сообщения. Авиакомпания «Аэрофлот» является членом IATA с 1989 г., членами IATA являются также российские авиакомпании «Трансаэро», «Пулково», «Домодедовское ПО», «Внуковские авиалинии».

Для того чтобы стать членом IATA и участником конференции, авиакомпании необходимо иметь сертификат, подтверждающий регулярность перевозок данной авиакомпании, выдаваемый правительством, который подходит для членства в Международной организации гражданской авиации (ICA-). IATA является членом IСАО.

Услуги по аккредитации туристских агентств при Ассоциации предоставляются Корпорацией пассажирских услуг (Passenger Netw-rk Services C-rp-rati-n – PNS).

В ходе своей деятельности IATA условно делит всю территорию земного шара на три больших региона, или конференции, и пытается добиться установления согласованных тарифов на перевозки и единых стандартов сервиса как в рамках каждой конференции, так и между ними:

1. Северная и Южная Америка и часть Тихоокеанского региона к востоку от международной линии раздела дат;

2. Европа, Африка и Ближний Восток;

3. Азия, Австралия и часть Тихоокеанского региона к западе от международной линии раздела дат.

Туристские агентства участвуют в деятельности IATA череду ее специальное отделение – Международную организацию агентов авиакомпаний (Internatinal Airlines Travel Agents Netwоrk -1ATAN).

Каждому турагентству, прошедшему процедуру аккредитации и соответствующему определенным требованиям, присваивается номер, служащий своего рода визитной карточкой при осуществлении расчетов с авиакомпанией и другими участниками отрасли. IATAN следит за соблюдением правил и стандартов деятельности, единых требований к финансовому положению турагентств, продающих авиабилеты на международные авиарейсы, и выполняет функции связующего звена между туристскими агентствами и авиакомпаниями – членами IATA.

Международная организация гражданской авиации (International Civil Aviation Organization – ICAO)

Учреждена Чикагской конвенцией в 1944 г., работает под эгидой ООН. Деятельность ICA – основана на равенстве наций относительно деятельности индустрии воздушного транспорта. Главной задачей ICA – является развитие и обеспечение безопасного, специализированного и экономически эффективного международного рынка авиаперевозок согласно международным стандартам и нормам.

Организация ставит перед собой следующие цели:

– обеспечивать безопасность и контролировать рост и развитие международной гражданской авиации во всем мире;

– поддерживать и поощрять процессы создания и использования воздушных средств с учетом охраны окружающей среды;

– поддерживать и поощрять создание воздушных коридоров, аэропортов и различных удобств, условий для нужд международной гражданской авиации;

– как можно лучше выполнять основные требования людей к авиатранспорту: безопасность, качество обслуживания, регулярность полетов, экономичность;

– поощрять экономические меры по предотвращению необоснованных соперничеств между авиакомпаниями разных стран;

– убедиться в том, что права стран – участниц ICA – полностью соблюдаются и что каждая страна имеет реальную возможность владеть и управлять международной авиакомпанией;

– избегать дискриминаций между странами – членами ICA;

– пропагандировать безопасность полетов;

– способствовать развитию международной гражданской авиации.

Членами ICA – являются 183 государства (в том числе P-c-t сия). ICA – работает в тесном контакте со следующими организациями:

– Международный информационный союз;

– Всемирная метеорологическая организация;

– Международный союз электрических сообщений (коммуникаций);

– Всемирный почтовый союз;

– Всемирная организация здравоохранения;

– Международная морская организация.

Региональные организации

Организация экономического сотрудничества и развития – ОЭСР (Organization for Economic Cooperation and Development – OECD)

ОECP была образована согласно постановлению от 14 декабря 1960 г., утвержденному в Париже. В соответствии с постановлением эта организация создана для реализации целей, направленных:

– на достижение высоких темпов непрерывного экономического развития и роста, а также занятости населения, поднятия уровня жизни стран – членов ОЕСР путем контроля над финансовой стабильностью и как следствие всей этой деятельности – вклад в развитие мировой экономики;

– благоприятное влияние на целостность экономического развития как в странах – членах ОЕСР, так и в странах, не состоящих в этой организации, а также на сам процесс экономического развития;

– развитие мировой торговли на многосторонней, недискриминационной основе в соответствии с международными обязательствами.

Членами ОЕСР являются: Австралия, Австрия, Бельгия, Канада, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Исландия, Ирландия, Италия, Япония, Люксембург, Нидерланды, Новая Зеландия, Норвегия, Португалия, Испания, Швеция, Швейцария, Турция, Соединенное Королевство Великобритании, США. Туристский комитет при ОЕСР содействует развитию туризма в странах – членах организации и в Югославии (как присоединившегося члена) путем изучения проблем туризма. Туристский комитет активно способствует соблюдению стандартных определений и методов дня составления статистики и ежегодных отчетов «Туристская политика и международный туризм в странах – членах ОЕСР».

Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация (Pacific Asia Travel Association – PATA)

Ассоциация была основана в 1951 г. для развития, продвижения и содействия Азиатско-Тихоокеанским направлениям. Эта Ассоциация представляет 34 страны Азиатско-Тихоокеанского региона, которые объединились для достижения единой цели: добиться успехов в развитии туризма и путешествий в этом огромном регионе. Работа, проводимая этой организацией, направлена на продвижение туризма посредством программ по исследованиям, развитию, образованию и маркетингу. РАТА заработала репутацию лучшего исполнителя среди подобных международных организаций.

Члены организации обмениваются идеями, ищут разрешение проблем, принимают участие в работе над будущим туризма в Азиатском и Тихоокеанском регионах. Членов в Ассоциации около 2 тыс. Со дня основания Ассоциация стала важным источником точной и своевременной информации для своих членов из области маркетинга, исследований, разработки, образования и других видов деятельности, связанных с туризмом. Деятельность РАТА и ее долгосрочные планы проверяются и оцениваются на ежегодных конференциях Ассоциации.

Организационные комитеты по менеджменту, маркетингу, разработке и исследованиям реализуют действующие программы Ассоциации. Издательское отделение публикует множество отчетов, материалов исследований и периодических изданий.

Основное издание – «Тихоокеанские туристские новости» – ежемесячный журнал с тремя региональными изданиями, выходящий тиражом 58 тыс. экземпляров. Среди печатного материала 80% составляют аналитические цифровые данные и фотографии.

Маркетинговые усилия РАТА направлены на индивидуальных туристов, путешествующих внутри региона. Комитет также старается расширить маркетинговые навыки с точки зрения продажи привлекательных направлений. Исследовательская работа РАТА находит отражение на еже годных конференциях по исследованиям туризма, а также в публикациях ежегодных статистических отчетов по Тихоокеанскому региону.

Секретариат РАТА расположен в Сан-Франциско (Калифорния). Основные офисы для обслуживания Азиатского региона – в Сингапуре; Тихоокеанского региона – в Сиднее; Американско-Европейской части – в Сан-Франциско.

Национальные организации

Для поддержания экономической стабильности, роста туристской индустрии и увеличения притока иностранной валюты создаются национальные организации.

Поскольку важность туризма для национальной экономики и социального процветания очевидна, то его развитие является важным шагом как для туристской индустрии, так и для путешественников. Поэтому основными видами деятельности национальных организаций являются продвижение туризма в России, а также попытки расширить сотрудничество правительства и частной индустрии.

Управление этой деятельностью в широком плане представляет собой процесс выработки и осуществления управленческих воздействий. Управление туризмом на региональном уровне означает воздействие субъекта управления на объект управления.

На региональном уровне к субъектам управления туризмом (управляющей подсистеме) относятся Правительство РФ, Министерство РФ по физической культуре, спорту и туризму, местные органы власти, комитеты (или департаменты) по туризму и др. (в Москве – Комитет по туризму правительства г. Москвы; в Санкт-Петербурге – Комитет по туризму и развитию курортов администрации г. Санкт-Петербурга; в Московской области – Комитет по физической культуре, спорту и туризму при администрации Московской области).

Объектом управления (управляемой подсистемой) являются туристские фирмы, процесс туристского обслуживания граждан в данном регионе и др.

Управление осуществляется посредством циркулирования определенной информации между субъектом и объектом управления. Структура управления туризмом представлена на рис. 1.

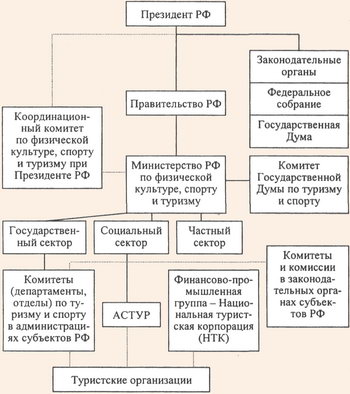


Рис. 1. Структура управления туризмом в России

– – косвенные (методические) связи

Координационный комитет по физической культуре, спорту и туризму при Президенте РФ должен обеспечивать:

– разработку основ государственной политики в сфере туризма;

– участие в разработке законодательства РФ по туризму;

– координацию работ по экспертизе нормативно-правовых актов и федеральных программ в сфере туризма;

– анализ состояния национального туризма и выработку предложений по его развитию.

Решения Координационного комитета должны носить рекомендательный характер, его деятельность осуществляется на общественных началах и с периодичностью, необходимой для постановки задач и их решения.

В задачи Национальной туристской корпорации (НТК) входят:

– объединение финансовых и материальных ресурсов туристских, банковских и иных коммерческих структур в целях содействия в реализации программ развития туризма;

– создание национальных гостиничных цепей, конкурентоспособных на мировом рынке;

– строительство и реконструкция гостиниц, других туристских объектов и комплексов, их финансирование, ввод в действие и последующая эксплуатация;

– инвестирование проектов, направленных на комплексное развитие регионов, перспективных в области иностранного и внутреннего туризма;

– содействие в привлечении инвестиций, в том числе иностранных, в туристскую индустрию России; продвижение совместно с Министерством РФ по физической культуре, спорту и туризму национального туристского продукта на внешний и внутренний рынки;

– выполнение функций доверительного управления федеральной государственной собственностью и реализация иных задач в соответствии с законодательством РФ.

Деятельность комитетов (департаментов, отделов) по туризму в администрациях субъектов определяется нормативными документами.

В мировой практике основной формой политики в облает, ти туризма является создание ассоциаций туристских фирм, агентств, туроператоров, перевозчиков, гостиниц, ресторанов.

Это связано с тем, что общественные организации более гибко, чем государственные, реагируют на изменения рынка, пожелания клиентов, более детально и профессионально разбираются в тонкостях организации процесса генерации и предоставления услуг. С учетом их предложений и требований формируется и национальная туристская политика страны. Сегодня российские туристские фирмы и агенты поняли, что на мировом рынке решающее значение будет иметь стратегия развития туризма, основанная на активном кооперировании партнеров из общественного и частного секторов.

В России для создания ассоциации туристских агентств имелись объективные предпосылки. Ощущался острый дефицит квалифицированных специалистов, отсутствовала система научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения национального туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках, не было условий, стимулирующих приток в отрасль частных инвестиций и т.п. Недостаточно эффективная система государственного регулирования сферы туризма открыла возможности для недобросовестной конкуренции, нарушения прав потребителей.

Российская ассоциация туристских агентств (PATА)

РАТА была создана в Москве 25 июля 1993 г. для преодоления негативных тенденций в сфере туризма и поддержки туристского бизнеса в России.

РАТА является добровольным некоммерческим объединением юридических лиц, занимающихся туристским бизнесом, и создана в целях координации их деятельности, обеспечения защиты их прав и представления общих интересов в государственных и иных органах, а также в международных организациях.

С 1997 г. РАТА – полноправный член Всемирной туристской организации (ВТО). РАТА имеет несколько региональных отделений: Северо-Западное (Санкт-Петербург), Ярославское, Тверское, Южно-Российское (Краснодар), Хабаровское, Приморское (Владивосток), а та"кже представительства в Крыму (Симферополь) и Великобритании (Лондон).

РАТА насчитывает около 500 членов. В последнее время з структуре членов Ассоциации заметно возросла доля гостиниц, предприятий санаторно-курортного профиля, страховых компаний, рекламных агентств и туристской прессы. Появились компании, занимающиеся авиа- и автоперевозками.

В Ассоциацию входят 242 компании из 58 российских городов 26 субъектов Федерации.

При РАТА действуют Комитет по внутреннему туризму, комиссия по детскому и молодежному туризму, комиссия по вопросам страхования в туризме, а также комиссия по информационным технологиям в туризме.

Цели Ассоциации:

– защита коллективных интересов членов Ассоциации;

– влияние на выработку представительными и исполнительными органами власти РФ правовой, экономической и социальной политики, отвечающей профессиональным интересам членов Ассоциации, а также содействие ее эффективной реализации;

– противодействие монополизму в туристской деятельности;

– содействие развитию туристских предприятий, рынка туруслуг и цивилизованных рыночных отношений в России;

– защита интересов национальных производителей туристских услуг;

– содействие созданию благоприятных финансово-экономических условий для членов Ассоциации;

– представление интересов членов Ассоциации в туристских международных неправительственных организациях.

Исходя из поставленных целей Ассоциация определила основные задачи:

– привлечение интеллектуальных, финансовых, организационных и иных ресурсов членов Ассоциации для наилучшей реализации профессиональных интересов;

– участие в разработке государственных и местных правовых нормативных актов;

– выполнение функций коллективного заказчика;

– правовая защита интересов туристских предприятий – членов Ассоциации;

– организация информационной, консультативной и методической помощи;

– создание банков данных других информационных систем, содействующих эффективной работе членов Ассоциации;

– взаимодействие с организациями, имеющими отношение к туризму, представление коллективных интересов членов Ассоциации;

– представление интересов членов Ассоциации в органах государственной власти;

– осуществление рекламной и редакционно-издательской, деятельности;

– организация и проведение семинаров, симпозиумов, выставок, ярмарок с целью обмена и реализации достижений членов Ассоциации. lj Ассоциация туристских организации «ЕвроАзия».

В 1992 г. крупнейшие туристские организации и гостиничные предприятия России и стран СНГ объединились в Ассоциацию туристских организаций «ЕвроАзия». В настоящее время Ассоциация насчитывает 106 постоянных членов из 11 стран СНГ.

Основной задачей Ассоциации стало восстановление общего туристского пространства СНГ. Важным направлением деятельности является оптимальное использование имеющегося потенциала в рамках общего туристского пространства и восстановление внутреннего туризма на основе повышения качества услуг, модернизации гостиничной базы и других объектов.

Ассоциация намерена внести вклад в восстановление въездного туризма благодаря развитию туристских связей между странами.

Одними из основных функций Ассоциации являются изучение туристских рынков и интересов всех членов, определение основных направлений ценовой политики.

Всероссийское народное туристское общество (ВНТО)

ВНТО – добровольное, самоуправляемое некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан и юридических лиц, объединившихся на основе общности интересов для реализации совместных целей, указанных в уставе.

Одна из первоочередных задач ВНТО – восстановление и развитие туристского пространства России.

Исключение миллионов людей России из туристского движения – один из многих показателей снижения уровня жизни, сокращения потребительского комплекса.

Корпоративный путь в развитии туризма изначально ставит Россию в подчиненное положение к транснациональным корпорациям, занимающим на туристском рынке подавляющие позиции. Российские туроператоры не могут составить им конкуренцию и в лучшем случае становятся их агентами. ВНТО не выступает против мирового туристского рынка, оно отказывается использовать корпоративные механизмы как ведущие в своей деятельности.

Цели Общества:

– расширение народно-патриотических инициатив средствами туризма;

– содействие воспитанию граждан страны средствами туризма и приобщению их к истории Родины, ее культуре и т.д.;

– реализация программы развития туризма в России;

– расширение сферы социального туризма, в основе которого – доступный отдых, свободное передвижение, рациональный досуг, познавательная деятельность трудящихся, слабо защищенных слоев населения;

– продвижение законодательной базы народного туризма – подготовка и внесение в установленном порядке на рассмотрение Госдумы проектов законов, регулирующих туристскую деятельность в стране;

– формирование единой методологии народного туризма, реализуемого посредством программ краеведения и обучения, практических проектов по освоению туристского пространства России, возрождению туристских маршрутов, созданию новых рабочих мест;

– учреждение и развитие героико-патриотической и историко-культурной экспедиции «Россия – Родина моя»;

– участие в совершенствовании планирования, региональной политики, технологии индустрии туризма, а также в формировании телекоммуникационных сетей, возрождении туристских маршрутов, создании новых рабочих мест;

– формирование сети учреждений профессиональной подготовки и трудоустройства специалистов туризма на многоуровневой основе и передача функций образования и обучения специалистов и персонала туризма специализированным учебным заведениям туризма;

– использование средств государственного и внебюджетного страхования для организации отдыха и туризма школьников, трудящихся, ветеранов труда, слабо защищенных слоев населения;

– проведение исследований и разработок новых туристских и образовательных технологий;

– осуществление рекламной, издательской и иной информационной деятельности и России и за ее пределами;

– создание целевых фондов поддержки небольших альтернативных программ;

– проведение благотворительных мероприятий.

Структуру Общества образуют его региональные (местные) отделения, а также научные, образовательные, творческие, производственные и иные организации и фонды, входящие в его состав.

Руководство Обществом осуществляют: совет, ревизионные комиссии, исполнительная дирекция, секретариат, дирекция региональных программ, дирекция социальных программ и другие структурные образования.

В рамках ВНТО действует система профессиональных ассоциаций (гильдии экскурсоводов, краеведов, ассоциации музеев, туристских клубов), которые заключают коллективные договоры с ассоциацией туроператоров на формирование туристского продукта и условия его распространения на рынке, а также договоры с ассоциациями потребителей (детскими фондами, клубами молодежи, ветеранов, студенческими ассоциациями) на абонементное обслуживание в режиме социального партнерства. ВНТО представляет скидки и гарантии участникам договоров и ассоциаций.

Российская гостиничная ассоциация (РГА)

РГА – общественная некоммерческая организация, объединяющая предприятия, занимающиеся гостиничным бизнесом. Учредителями РГА являются ГАО «Москва», РАТА, АО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга» и др.

РГА является членом ВТО и Международной ассоциации гостиничного и ресторанного бизнеса (IH & RA).

Основные цели РГА:

– содействие развитию отечественной гостиничной индустрии, гостиничных предприятий, рынка гостиничных услуг, активному продвижению их на внутреннем и международном рынках;

– установление и поддержание корпоративных отношений, способствующих расширению деловых и профессиональных контактов;

– участие в разработке и реализации национальных и международных программ и проектов в гостиничной сфере. Основными задачами РГА признаны:

– защита интересов национальных производителей гостиничных услуг;

– представление интересов российского гостиничного бизнеса и членов Ассоциации в органах представительской власти РФ, в других, в том числе региональных, органах государственной власти, в национальных и международных организациях, связанных с гостиничной индустрией и развитием международной туристской деятельности;

– противодействие монополизму в гостиничной деятельности, поддержка предпринимательской деятельности и инвестиционной активности в гостиничном бизнесе;

– рекламно-информационная, издательская, конгрессная и выставочная деятельность, реализация совместных программ и проектов, способствующих повышению конкурентоспособности и продвижению гостиничных услуг;

– содействие созданию благоприятных финансово-экономических условий для членов Ассоциации.

В РГА входят около 50 гостиниц из Москвы, Санкт-Петербурга, Калининграда, Ярославля, Сочи, Рязани и др.

Ассоциация гостиниц и туристских организаций «Мостуротель»

Ассоциация создана в апреле 1993 г. в Москве, в число учредителей вошли гостиницы «Россия», «Украина», «Москва», «Белград», «Ленинградская», «Националь», АО «Отель Советский», АО «Мосинтур», АО «Транс-Спутник», ВАО «Интурист» и Высшая коммерческая школа.

Целями Ассоциации являются: содействие развитию делового сотрудничества с гостиницами, туристскими организациями и предприятиями на территории Москвы, государств, входящих в СНГ, и других зарубежных государств, установление и расширение контактов, укрепление дружественных и культурных связей между народами.

Главные задачи Ассоциации:

– координация совместной деятельности гостиниц и туристских предприятий, организаций, акционерных обществ и фирм по развитию всех видов туризма и организации поездок туристов из СНГ в другие страны;

– обеспечение их взаимодействия для осуществления проектов по развитию индустрии туризма, совместных программ по исследованию туристских рынков, организации рекламных компаний;

– расширение сотрудничества и связей в сфере международного туризма между странами СНГ и зарубежными государствами на основе принципов равноправия и взаимной выгоды;

– обеспечение юридической защиты прав и интересов своих членов в работе с инофирмами, государственными, общественными и частными организациями, а также прав и интересов потребителей туристских услуг.

Создание международных, региональных и национальных организаций вносит огромный вклад в развитие туризма. Международные туристские организации представляют государственные интересы стран мира и содействуют развитию мирового туризма. Отдельные страны, регионы, области создают свои туристские организации регионального характера для развития и продвижения туризма в своих регионах. Организации проводят статистические исследования и сбор различной туристской информации, позволяющей проанализировать туристскую отрасль в регионе. И наконец, национальные туристские организации создаются с целью содействия развитию туризма как важного сектора экономики страны.

Современное состояние международной туристской деятельности

За послевоенные годы международный туризм приобрел широкие масштабы. Международные туристские связи стали составной частью общего процесса интернационализации социально-экономических отношений. К настоящему времени во многих странах сформировалась и довольно стабильно развивается индустрия туризма.

Индустрия туризма многогранна. Множество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Среди туристских организаций выделяются туроператоры, занимающиеся производством туристского продукта, а затем реализующие его через туристские агентства, представляющие собой обширную сеть розничной торговли.

Возникновение бизнеса туроператоров связано с тем, что при увеличивающихся возможностях предложения гостинично-ресторанного обслуживания, а также в связи со строительством новых крупных туристских и курортных центров турист, купив тур, включающий только размещение и питание, не имеет возможности отдохнуть полноценно. Очевидно, что более значительные суммы денег расходуются туристами на досугово-развлекательные мероприятия. Кроме того, туристы не прочь заняться спортом, получить дополнительные курортные, бытовые и другие услуги. Вовлечение организаций, предприятий и фирм, предоставляющих такие услуги, в сферу туристского обслуживания, комплектация разнообразных тематических туров со специальным набором услуг – одна из основных задач туристского предпринимательства. В международном туризме действует множество туроператоров. В настоящее время такие фирмы представлены на рынке в виде мелких, средних предприятий, а также в виде крупных корпораций.

В настоящее время наблюдается активное проникновение капитала отдельных компаний на зарубежные туристские рынки. А с введением единого рынка Европы, предусматривающего свободное движение капиталов, этот процесс пойдет еще интенсивнее. Особенно высок процент иностранного участия в туристских фирмах Голландии, Бельгии, Австрии, Испании. Напротив, французские, итальянские и английские компании демонстрируют нежелание пускать на свой рынок «чужих».

Наиболее широко распространили свое влияние немецкие туроператоры, контролируя ряд крупнейших фирм за пределами своей страны. К примеру, концерн «ТУИ» имеет дочерние компании «Террарайзен» в Австрии и «Амбасадор туре» в Испании, совместное предприятие с австрийской национальной авиакомпанией – бюро путешествий «Туропа». Концерну принадлежит 40% акций в компании «Арке райцеп» (Нидерланды) и 46% во французской «Хорус туре». Оборот «ТУИ» в настоящее время достиг свыше 5 млрд. немецких марок.

Второй крупнейший концерн Германии – «НУР-туристик» (оборот свыше 3 млрд. немецких марок) – владеет одноименными дочерними фирмами в Голландии, Австрии, Бельгии и имеет 25% акций испанской фирмы «Ибероджет».

Среди других известнейших туроператоров можно назвать: «Америкэн Экспресс», «Карлсон» (США); «Томсон туропе-рейшн», «Оунерс эброад групп», «Айртурс», Туристское агентство Кука (Великобритания); «Нувель Фронтьерз», «Клуб Медиттеран», «Вояж» (Франция); скандинавские компании: «Спайс», «Нордиск»; швейцарские: «Интерхоум», «Куони» и многие другие.

Наравне с туроператорами в развитых туристских странах действует множество турагентств, охватывая большой потребительский рынок, составляя друг другу рыночную конкуренцию.

В настоящее время среднее соотношение количества турагентств к количеству жителей в наиболее развитых туристских странах колеблется в районе показателя 1/10000. Это довольно высокий показатель: на 1 тыс. жителей – одно туристское бюро. Например, в Великобритании этот показатель составляет примерно 1:10 тыс., в США – 1:14 тыс., в Бельгии – 1:10 тыс., в Нидерландах – 1:13,5 тыс. Такой показатель признан оптимальным, так как, с одной стороны, достаточно широкая сеть турагенств делает рынок туристских продаж рынком потребителей, а с другой стороны, конкуренция, достаточно жесткая, все же не принимает слишком сложные формы.

Еще одной характерной особенностью туристского рынка на современном этапе является концентрация производства путем укрупнения отдельных производственных единиц и сосредоточения в рамках монополистического объединения большого числа предприятий.

Примером концентрации производства в туризме является возникновение гостиничных цепей. Образование гостиничных цепей играет свою определенную роль, оно позволяет продвигать на мировой рынок гостиничных услуг высокие стандарты обслуживания, а также способствует поддержке гостиничного обслуживания туристов.

Большое количество международных гостиничных цепей принадлежит США. Например, цепи класса люкс: «Hyatt», «Hilt-n», «West Inn», и цепи среднего класса: «H-liday Inn», «Marri-tt», «Sherat-n», «Ramada».

Кроме американских гостиничных цепей в мире известны такие цепи, как «Ассог» (Франция), «Transth-usc F-rt» (Великобритания), «Club Meditrans» (Франция), «Gi-np S-l» (Испания).

Концентрация производства в туристской индустрии способствовала применению электронно-вычислительной техники и внедрению автоматизации в управление. Сегодня автоматизированные системы используются при бронировании гостиничных номеров, авиационных и железнодорожных билетов, прокате автомобилей и других услуг, необходимых во время путешествия. Использование автоматизированных систем управления привело к снижению себестоимости за счет сокращения административных и управленческих расходов, а также упрощения процедуры бронирования.

За последние десятилетия наблюдались значительные изменения в туристской отрасли мира. Так, например, в 1950 г. было отмечено 25,3 млн. прибытий в мире, а в 1995 г. – уже 600 млн. прибытий. К настоящему времени туризм получил значительное развитие во всем мире. Правда, в различных регионах его рост был неодинаковым. Динамика развития мирового туризма по регионам мира в 1996–1998 гг. представлена в табл. 1.2.

Таблица 1.2. Динамика развития мирового туризма по регионам в 1996–1998 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Регион** | **Турприбытия, млн. чел.** | | | **Изменения в %** | | **Поступления от туризма, млрд. долл. США** | | | **Изменения в %** | |
| **1996** | **1997** | **1998** | **96/97** | **97/98** | **1996** | **1997** | **1998** | 96/97 | 97/98 |
| Африка | 21,5 | 23,2 | 24,9 | 7,4 | 7,5 | 8,3 | 9,0 | 9,6 | 4,5 | 5,9 |
| Америка | 115,4 | 118,5 | 120,2 | 5,4 | 1,4 | 112,7 | 118,8 | 121,2 | 5,8 | 2,1 |
| Восточная Азия и Тихоокеанский регион | 87,5 | 88,0 | 86,9 | 1,0 | -1,2 | 81,3 | 76,6 | 73,7 | 1,1 | -3,8 |
| Европа | 350,2 | 361,5 | 372,5 | 3,6 | 3,0 | 216,5 | 218,2 | 226,1 | 5,8 | 3,6 |
| Ближний Восток | 14,1 | 14,8 | 15,6 | 6,1 | 5,3 | 7,7 | 9,1 | 9,7 | 10,5 | 6,4 |
| Южная Азия | 4,3 | 4,8 | 5,1 | 5,1 | 5,0 | 3,9 | 4,3 | 4,4 | 6,5 | 2,8 |
| *Всего в мире* | 594,1 | 610,7 | 625,2 | 3,8 | 2,4 | 435,1 | 435,9 | 444,7 | 1,0 | 2,0 |

Несмотря на кризис, мировой туризм продолжает устойчиво развиваться. В международном туризме существуют две тенденции: его подверженность влиянию внешних экономических и политических факторов и способность к быстрому восстановлению своих объемов в неблагоприятной обстановке.

Согласно данным за 1998 г., наиболее сильно экономический кризис сказался на туризме в Восточной Азии и Тихоокеанском регионе: международные туристские прибытия здесь снизились на 1,2%, а доходы сократились на 4%. Сократились потоки как делового туризма, так и туризма с целью отдыха в связи с беспорядками на местных валютных биржах и политическими проблемами, охватившими некоторые страны.

Нестабильность на мировых финансовых рынках привела к некоторым изменениям в отпускных привычках туристов: увеличилось число поздних бронирований, а расходы во время отдыха уменьшились.

По туристским прибытиям самым быстро развивающимся регионом мира стала Африка, где рост числа прибытий составил 7,5%. Резкое увеличение туристских показателей преимущественно объясняется ростом потоков туристов – любителей природы в Южную Африку и европейских посетителей в Северную Африку. На Ближнем Востоке отмечен самый высокий рост поступлений от туризма – 6,4%.

Туристская индустрия Европы развивается в унисон с общей тенденцией экономического роста в регионе. Здесь отмечен рост турприбытий на 3,6%. На туристские показатели повлияли некоторые события мирового масштаба, в частности проведение чемпионата мира по футболу во Франции и выставка Экспо'98 в Португалии.

Показатели туризма в регионе Северной и Южной Америки увеличились только на 1,4%. Это объясняется в первую очередь снижением туристского потока в США, на долю которого приходится 3/4 всего объема туризма в регионе.

Итак, в результате анализа современного состояния мировой туристской индустрии можно сделать следующие выводы:

– несмотря на политический и экономический кризис, в туристском секторе отмечается рост показателей туристской деятельности;

– наблюдается большая конкуренция среди регионов в привлечении туристов;

– происходит активное продвижение капиталов отдельных туристских компаний на зарубежные рынки;

– происходит концентрация товаров и производства услуг в туризме;

– в туризме активно используется компьютерная техника.

В связи с этим можно наметить основные черты развития туризма в предстоящее первое десятилетие XXI века:

– дальнейший рост показателей международной туристской деятельности;

– постоянное влияние экономической и политической ситуации в мире на туризм;

– определяющими факторами туризма станут социодемографические изменения, электронная информация и коммуникационные системы;

– поляризация деятельности туристских операторов, занятых как глобальным, так и средним и малым бизнесом;

– одним из самых популярных регионов пребывания, видимо, станет Южная и Юго-Восточная Азия. В рамках этого потока будет усиливаться роль международного туристского сектора России как центра транзитного обслуживания туристов из Западной Европы, а также сегмента выездного туризма из России в указанные регионы.