Костанайский государственный педагогический институт

Факультет физической культуры, спорта и туризма

Контрольная работа

по дисциплине "История международного туризма"

Выполнила:

студентка II курса заочного отделения

специальность "Туризм"

Кинжигужина Н.В.

Проверил: Огиенко И.В.

Костанай, 2010

Содержание

1. История туризма как наука

2. Развитие международного туризма в XX веке и до нашего времени

3. Пути повышения эффективности туризма как современного социального явления

Заключение

Список использованных источников

1. История туризма как наука

Туризм – это сложное многогранное проявление общественной жизни. Как комплексное явление туризм стал объектом междисциплинарных исследований. В настоящее время идет процесс становления новой науки – туризмологии (рекреалогии), вклад в развитие которой вносят в первую очередь такие дисциплины, как география, экономика, социология, психология, медицина, юриспруденция, архитектура и градостроительство, районная планировка, а также другие естественные и технические науки. Среди этого комплекса наук ведущее место принадлежит истории.

В качестве предмета исследования данной науки Шаповал Г.Ф. называет следующее: "История туризма определяется как наука, изучающая "путешествия (походы, экскурсии), начиная с самых простых, наиболее элементарных в глубокой древности и до настоящего времени" [1].

Воронкова Л.П. уточняет этот момент: "Применение исторического подхода к туризму осуществляется с целью определить причины возникновения и логику развития рассматриваемого явления" [2]. Другими словами, история туризма своими корнями уходит в историю путешествий и развития традиций гостеприимства. При этом история туризма прослеживает, как влияли путешествия на развитие человеческой цивилизации и культуры в разные периоды истории и определяли цели и характер путешествий.

Исходя из общей цели, можно сформулировать следующие задачи:

1. Раскрыть истоки туризма в истории культуры, проследив динамику развития путешествий, их цели, задачи и социокультурные последствия.
2. Рассмотреть историю туризма в связи с определённым типом культуры, выявив особенности мотивации путешествий.
3. Проследить изменения в географии туризма и традиций гостеприимства в разные периоды истории.
4. Показать направления формирования системы гостеприимства и достижения гостиничной индустрии на современном этапе.
5. Выявить объективные предпосылки и причины становления организованного туризма и понять тенденции его развития и национальную специфику.
6. Раскрыть особенности туризма в разных странах в историческом разрезе до современного этапа.
7. Показать географию современного международного туризма, основные тенденции и перспективы его развития.

Таким образом, история туризма – наука, изучающая различные типы культур с целью выявления характерных для них моделей "человека путешествующего", а также с целью изучения влияния материальной и бытовой культуры на развитие традиций гостеприимства и раскрытия основных этапов, тенденций и культурно-национальных особенностей развития туризма [2].

История туризма пользуется общетеоретическими и частными методами историко-культурных исследований: историографический, историко-сравнительный, биографический, статистический и др.

В данной науке можно выделить определённый понятийный аппарат. Основные понятия, которыми оперирует история туризма: путешествие, путешественник, туризм, турист, туристская услуга, туристские ресурсы, туристская индустрия, тур, турпродукт, гостеприимство и др.

Возможные разночтения в толковании терминов связано с тем, что наука о туризме постоянно развивается. В настоящее время вокруг толкования туристских терминов продолжаются дискуссии. Это приводит к усложнению туристской деятельности. Так отмечается, что "толкование и применение искажённых терминов в ведомственных нормативных актах приводит к возникновению трудностей в туристских формальностях… Применение неправильных толкований, а также использование без учёта экономической и политической сущности явлений приводит к серьёзным осложнениям, которые возникают в оценке показателей статистики туризма и их анализе" [3].

Задача каждого историка не просто описать череду событий, а найти закономерности, обусловливающие ход исторического процесса, выделить его основные этапы и периоды. В современной литературе по туризму можно найти различные подходы к вопросу о периодизации истории туризма и гостеприимства.

Американский учёный Дж. Уокер связывает периодизацию с развитием транспорта и выделяет пять периодов:

1. предындустриальный (использование примитивных средств передвижения);
2. век железных дорог;
3. век автомобиля;
4. век реактивных авиалайнеров;
5. век круизов на морских лайнерах [4].

В.Б. Сапруновой история туризма делится на четыре этапа, взяв за основу технико-экономические и социальные изменения в обществе, а также целевые функции туризма на разных этапах:

1. до начала XIX века (предыстория туризма);
2. XIX век (становление и развитие элитарного туризма, зарождение турпредприятий);
3. первая половина XX века (становление социального туризма);
4. конец Второй мировой войны по настоящее время (развитие массового туризма, формирование туриндустрии) [5].

Отечественный учёный С.Р. Ердавлетов ссылаясь на Унцикера, Мариотти, Пжеславского и др., выделяет следующие периоды:

1. Туризм до конца XVIII века:

а) туризм в древности;

б) туризм во времена средневековья и Возрождения;

в) туризм в XVII и XVIII вв.

1. Туризм в XIX и XX вв. – до начала второй мировой войны.
2. Туризм современный [6].

Одним из основных методов классификации и сравнения исторических событий является типологизация. Сам процесс типологизации связан с выделением в системе различных объектов и группировкой с помощью определённой модели. Типология позволяет выявить то общее, что объединяет культуры разных стран и народов, показать присущие им общие черты.

В качестве критериев типологизации могут браться:

* географический,
* материально-экономический,
* религиозный,
* национально-этнический [2].

Наиболее распространённой в научной литературе является историческая типология культур. Она и положена в основу периодизации истории туризма, в процессе изучения которой сопоставляются типы культур и типы "человека путешествующего", характерные для определённой эпохи и народа.

Базируясь на достижениях прикладной культурологи, история туризма рассматривает эволюцию "человека путешествующего" в разных странах и в разные времена. Понять, как менялись цели и маршруты путешествий, как формировались традиции гостеприимства, можно изучив особенности самой культуры.

2. Развитие международного туризма в XX веке и до нашего времени

Начало XX века ознаменовалось становлением массового туризма. Особенно этот процесс интенсифицировался после первой мировой войны. Историки туризма связывают этот период с возникновением массового народного и социального туризма. При этом массовым можно считать туризм в той стране, где туристской деятельностью занимается или, по крайней мере, может заниматься подавляющие большинство населения.

По мнению А.А. Крючкова народный туризм предполагает участие в туристской деятельности представителей менее состоятельных слоев населения, которые выбирают самые дешевые виды туризма соответствующие их финансовым возможностям. Социальный туризм - это организованные путешествия (познавательные, образовательные или рекреационно-оздоровительные) субсидируемые из госбюджета или других источников для людей с ограниченными финансовыми средствами [7].

Одним из важных моментов для развития туризма в ХХ веке является бурное развитие традиционных для туризма видов транспорта. Практически во всех индустриально развитых странах продолжается строительство железных дорог. Проблемы Первой мировой войны заставляли совершенствовать железнодорожный и автомобильный транспорт, кроме того, для перевозок стали использовать авиацию.

Расширению географии международного туризма способствовало строительство Суэцкого и Панамского каналов и переоснащение водного транспорта пароходами. Строительство морских пассажирских судов шло по пути создания огромных лайнеров.

Длительная история развития авиационного транспорта к началу ХХ столетия завершается созданием удобных многоместных самолётов. Первые регулярные рейсы совершались в Германии по маршруту Берлин-Лейпциг-Веймар компанией сегодня известной как Lufthansa,

Появившийся ещё в конце XIX века автобус к 1915 году стал доступным и распространённым транспортом. Стали изготавливаться туристские автобусы большой вместимости – до 5 человек. Стал развиваться автомобильный туризм. В 20-е годы первые туристические площадки впоследствии превратились в мотели.

Все эти факторы развития различных видов транспорта позитивно влияет на становление международного туризма [2].

Появление новых видов транспорта меняло природу гостиничной индустрии. Развитие железных дорог и авиатранспорта привело к созданию системы питания на вокзалах и привокзальных/ аэропортовых гостиниц. Развитие автотранспорта привело к появлению системы придорожных пунктов питания. Появились закусочные "драйв-ин", когда туристы обслуживались, не выходя из машины.

В начале ХХ века появляются гостиницы, в которых удобства в номерах сочетались с высоким качеством сервиса. Э. Статлером была введена униформа, именно ему принадлежит фраза "Клиент всегда прав". В Европе идёт процесс создания различных профессиональных союзов, а также гостиничных и ресторанных цепей. Именно в это время появляется новая система хозяйствования – франчайзинг. Это форма аренды, когда покупающий у компании лицензию подписывает контракт на самостоятельное управление частью его собственности в соответствии с условиями, оговорёнными держателем лицензии.

На фоне усиливающегося экономического кризиса и Великой депрессии 1930-х годов продолжает развиваться внутренний туризм и туризм между странами, далёкими от военных конфликтов. И если в Европе туристский обмен к середине века практически свернулся, то на Североамериканском континенте он продолжал процветать [2].

Главными причинами, препятствующими становлению массового туризма в мире начала XX века были бедность большинства населения и отсутствие оплачиваемых отпусков [7].

Подобное положение вызывало протест у трудящихся, которые постепенно добивались от работодателей все улучшающихся условий для отдыха. Одновременно, после первой мировой войны растет и ширится рабочее туристское движение, организаторами которого были профсоюзы и социал-демократические партии, создававшие свои туристские бюро и средства размещения туристов. Особенно широко это движение было представлено в Германии, Швейцарии и Австралии.

С развитием индустрии туризма и гостеприимства остро встал вопрос системы профессионального образования. Инициатором в этом стала Швейцария. В 1893 году в Лозанне открывается первая школа по подготовке специалистов индустрии гостеприимства – Школ гостиничного менеджмента. К началу ХХ века количество таких школ возрастает. Непосредственное формирование системы профессионального образования в сфере туризма состоялось только после Второй мировой войны, когда стали создаваться учебные и научно-исследовательские национальные учреждения. Начало этому процессу положило открытие Международной академии туризма в Монако в 1951 году [2].

Вторая половина XX века характеризовалась быстрыми изменениями в окружающем мире. На смену типу жизни, который П.Г. Олдак определил как статичный, когда подавляющая часть населения безвыездно пребывала в местах своего жительства, пришел новый динамичный образ жизни. Он характеризовался значительным ростом миграционных процессов.

По данным советских географов, работавших в Академии наук СССР, в 1950 г. во всех странах мира было зарегистрировано 25,3 млн. иностранных посетителей, а в 1968 г. их число достигло 141 млн., что составило 4% населения земного шара [8].

Резкое возрастание миграционных туристских потоков после Второй мировой войны связано с укреплением экономических связей между странами и континентами, расширением научных и культурных связей, достижениями в области транспорта, удешевлением транспортных тарифов, ускорению авиационных рейсов и накоплению большого количества личных автомашин.

Кроме того, развитию туризма того времени способствовали некоторый рост доходов населения ряда стран, увеличение продолжительности отпусков, растущее утомление от жизни больших городов. Исследованиями установлено, что даже в промышленно развитых странах поездки с целью отдыха совершают главным образом жители крупных индустриальных центров.

Развитию туризма во многих странах в послевоенный период способствовали такие меры как упрощение пограничных формальностей, обмена и ослабление ограничений на ввоз валюты, строительство аэродромов, дорог, отелей, широкая реклама туристских объектов. После второй мировой войны туризм приобретает массовый характер и становится потребностью для большинства населения индустриальных стран. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.

В целом в транспортной системе во второй половине ХХ века отмечается снижение удельного веса автомобильного, железнодорожного и водного транспорта и рост процентного соотношения туристов, использующих воздушный транспорт.

Для удобства туристов вводятся системы классификации отелей, среди которых самой распространённой является система звёзд. Важным вкладом в развитее туризма явилось принятие в 1981 году Международных гостиничных правил в рамках Международной гостиничной ассоциации [2].

В западноевропейских странах 50-е-60-е г.г. XX века - это период массового строительства гостиниц, мотелей, увеселительных заведений. Европейский туризм был ориентирован преимущественно на прием американских туристов и является источником долларовых поступлений для принимающей страны. В 60-е г.г. и до середины 70-х наблюдается рост въездного и выездного туризма, а также увеличение числа туристских предприятий и объемов их производства.

Так, В.Б. Сапрунова считает важнейшим показателем завершения процесса массового туризма интенсивность туризма в той или иной стране.

После второй мировой войны в спросе и предложении на рынке туризма произошли коренные изменения, которые позволяют говорить о том, что массовый конвейерный туризм трансформировался в массовый дифференцированный туризм.

И в первом и во втором случае речь идет о массовом туризме, в котором принимает участие не только элита, но и средний класс, а начиная с 80-х годов - и население с низким уровнем доходов [5].

Конвейерный туризм предполагает относительный примитивизм и однородность потребностей и мотивации туристов, и соответственно, обезличенно-конвейерный характер производимых услуг.

Дифференцированный туризм отличают разнообразие потребностей и мотиваций туристов, множественностью узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предполагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Для дифференцированного туризма характерен не столько широкий, сколько глубокий ассортимент услуг. Это означает, что турфирма предлагает не огромное количество видов турпродуктов, а ограниченное число видов, каждый из которых имеет большое число вариантов.

Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей.

Определяющим мотивом поведения потребителя туристских услуг в этот период является рекреационный аспект туризма: отдых как средство восстановления физических сил после повседневного тяжелого труда с целью продолжения этого труда.

На рубеже 60-70-х г.г. формируется "общество потребления материальных благ - потребления ради потребления". Рынок производителей сменяется рынком потребителей. Усложняется мотивация туристского спроса: наряду с рекреационным растущее значение приобретает образовательный, коммуникативный и инвестиционный аспекты туризма. Все названные выше процессы сохраняют актуальность на протяжении 80-х годов.

Расширяются объемы туристского спроса и предложения, в туристскую отрасль трансформируется капитал из других сфер народного хозяйства. Прежде всего, это относится к транспортным предприятиям и торговым фирмам [8].

Рыночную стратегию туристских фирм до середины 70-х годов XX века отличают "универсализм" производимого продукта при отсутствии существенной специализации на отдельных узких сегментах спроса. Данный этап В.Б. Сапрунова характеризует как расцвет конвейерного туризма.

Со второй половины 70-х годов одновременно с дифференциацией туристского спроса в предложении усиливается тенденция к специализации и диверсификации, причем последняя находит выражение как в расширении ассортимента предоставляемых услуг в рамках специализации фирмы, так и в проникновении туристских фирм в другие сферы услуг. Насыщение рынков товаров и услуг, замедление темпов роста экономики, экономический и структурный кризис середины 70-х годов стимулировали формирование дифференцированного туризма и доминирование последнего в 80-е годы. Это свидетельствовало о кризисе индустриального общества [5].

Во второй половине ХХ века идёт развитие такой системы, как таймшер (timeshare – разделение времени) – это своего рода "собственность на каникулы" на определённый срок или в бессрочное пользование. Совладелец кондоминимума может отдыхать в приобретённых апартаментах в "свои" недели или обменять место отдыха на аналогичное или лучшее с уменьшением времени отдыха. Такой отдых называют ещё клубным отдыхом [2].

К началу 60-х на Западе появляются первые автоматизированные системы бронирования, изначально, главным образом, авиабилетов. Процесс освоения турагентами систем компьютерного бронирования шёл быстрыми темпами, что способствовало развитию глобальных систем резервирования. Среди них популярные Sabre, WorldSpan, Apollo, SystemOne, Amadeus, Galileo и др [9].

В ресторанном бизнесе быстрыми темпами развивается система питания "фаст-фуд". Крупнейшим представителем этой системы является сеть "Макдоналдс", основателями которой были Рэй Крок и браться Макдолд.

Уже в 60-70-х годах ООН и ЮНЕСКО рассматривали развитие туризма как "чудодейственный шанс" для решения острейших социально-экономических проблем развивающихся стран (PC). Поставляя на международный рынок возобновляющиеся туристские ресурсы, PC смогли быстро получить нужную им твердую валюту, создать новые рабочие места, модернизировать свою экономику. С помощью международного туризма, таким образом, осуществляется процесс перемещения потребления. Развивающийся туристский бизнес потребовал объединения организаций, которые им занимаются не только в национальных рамках, но в мировом масштабе. В 1898 г. в Люксембурге было создано первое такое объединение названное "Международной лигой туристских организаций".

В 1925 г. В Гааге состоялся первый конгресс Международного союза официальных организаций по пропаганде туризма, в котором приняли активное участие представители 14 европейских государств. В результате был создан первая в этой сфере организация "Международный конгресс официальных ассоциаций пропаганды туризма (МКОАПТ), 1927 г. - Международный конгресс официальных туристских организаций (МКОТО), а в 1930 г. был учрежден Международный союз организаций по пропаганде туризма (МСОПТ).

Послевоенный период потребовал совершенствования организационной структуры по руководству мировым туризмом. Поэтому в 1947 г. все перечисленные организации были реформированы, а на их базе в Париже учрежден Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО). Действительными членами этой организации стали представители 116 государств [5].

Впоследствии под патронажем ООН была создана Всемирная Туристская Организация (ВТО) - единственная в мире специализированная организация по иностранному туризму. ВТО правопреемник МСОТО - Международного союза официальных туристских организаций (1947), была основана в соответствии с рекомендациями Генеральной Ассамблеи ООН в 1975 году. Штаб-квартира находится в Испании, (г. Мадрид, 28020, Capitan Naua 42). Устав ВТО принят 27 сентября 1975 года. Начиная с 1980 года, этот день отмечается как Всемирный день туризма, который ежегодно проводится под определенным девизом. Каждые 4 года ВТО созывает сессии, между которыми работает исполнительный совет генеральной Ассамблеи.

Всего в мире насчитывается около 200 международных туристских организаций всемирного характера. Региональными организациями в составе ВТО являются: Арабская туристская организация (ААТТА); Американское общество туристских агентов (АСТА); Туристская ассоциация Тихоокеанского региона (ПАТА); конференция туристских агентств стран Латинской Америки (КОТАЛ); Ассоциация Британских туристских агентств; Европейская туристская комиссия (ЕТК).

Республика Казахстан участвует в деятельности международных, межпарламентских, межрегиональных организациях в сфере туризма в качестве действительного, ассоциированного члена и наблюдателя.

Туристские организации Республики Казахстан могут вступать в международные туристские организации в целях: международного туристского обмена; развития экономического и технического сотрудничества по укреплению материальной базы и инфраструктуры туризма; развития международного сотрудничества в вопросах обеспечения безопасности туристов; обмена информацией по туризму; проведения совместных научных исследований в различных областях международного туризма; по другим вопросам международного сотрудничества в сфере туризма.

Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту представляет Республику Казахстан в специализированных учреждениях и программах ООН по мировому туризму.

В качестве глобальных региональных тенденций развития мирового туризма были названы:

1. Распределение долей межрегионального туризма в соотношении с общим объемом прибытий к 2020 г. определится следующим образом: Южная Азия - 85%; Ближний Восток - 63%; Африка - 43%; Америка - 38%; Европа - 15%.
2. Важнейшими сегментами туристского рынка к 2020 г. будут: солнце и пляж, спортивный туризм; приключенческий туризм; природный туризм; культурный туризм; городской туризм; сельский туризм; круизы; тематические парки; конгрессный туризм; дальние поездки; специальные сегменты; комбинированные поездки; зимние виды спорта; водные виды спорта.
3. Сочетание глобализации и локализация туристских программ; господство электронны технологий; поляризация туристских предпочтений.
4. Ориентация рынка на три аспекта туристского продукта: развлечение, острота ощущений, просвещение; внимание туристских центров к своему "имиджу"; заинтересованность всех в туристах из Азии;
5. Обеспечение устойчивого развития туризма и "справедливой торговли" в туризме; противоречия между растущим социально-экономическим сознанием потребителей и стремлением активно потреблять туристские продукты;
6. Главными приоритетами национальный туристских организаций (НТО) на ближайшие десятилетия XXI века будут: а) усиление, повышение нацеленности и агрессивности маркетинга; б) постоянное стремление обеспечить конкурентные преимущества посредством дифференциации продуктов, их качества и/или цены; в) признание необходимости обеспечить устойчивое развитие туризма в целях долгосрочного благосостояния; г) уменьшение государственного контроля, расширение государственно-частных партнерств;
7. Обследование ВТО среди НТО выявило: а) 78% НТО сосредотачивают маркетинговую деятельность на ключевых направляющих туристских рынках; б) 77% НТО сосредотачивают маркетинговую деятельность на наиболее подходящих сегментах рынка; в) 88% НТО расширили маркетинговую деятельность за границей; г) 90% НТО расширили кооперативный маркетинг с частным сектором; д) 77% НТО ведут более агрессивную маркетинговую политику [8].

3. Пути повышения эффективности туризма как современного социального явления

Как известно, в теории и практике туризма различаются понятия "туризм социальный" и "туризм экономический". Соответственно, различаются и критерии оценки эффективности туризма как мирового социально-экономического явления.

Современная роль туризма, в конечном счете, определяется эффективностью воздействия на качество и продолжительность жизни людей. Поэтому в туризмоведении используются понятия медико-физиологической, экономической и социальной эффективности туризма.

Под эффективностью медико-физиологической подразумевается оценка влияния туризма на профилактику заболеваний населения. Одним из главных факторов риска, объясняющих рост заболеваемости населения и сокращения средней продолжительности жизни, является гиподинамия в сочетании со значительным эмоциональным напряжением. За истекшие сто лет доля физической работы в жизни человека сократилась в 20 раз [10].

Туризм в силу высокой интенсивности, способности за единицу времени удовлетворить максимум рекреационных потребностей обладает более высокой профилактической эффективностью, чем другие виды занятий. Pдесь нужны взаимные усилия врачей и соблюдение профилактических мероприятий пациентами. Идеальный вариант таких взаимных усилий - это случай, когда объектами профилактики являются туристы. Ведь туристы, во всяком случае, многие из них, изначально начинали заниматься туризмом из оздоровительных (профилактических) мотивов.

При рациональной организации туризма можно снизить общую заболеваемость населения на 30% [11]. Для Республики Казахстан медико-физиологическое и социальное значение туризма особенно велико. Туризм как рекреационное средство для жителей южной столицы Казахстана гораздо важнее и эффективнее всех видов активного отдыха и спорта и других медико-профилактических мероприятий, проводимых в черте города.

Из вышесказанного можно сделать два предварительных вывода. Во-первых, физическая реабилитация человека как биологического вида по оптимальному пути возможна через его древние двигательные технологии и в экологически чистой среде, т.е. через активные туристские путешествия. Во-вторых, медико-физиологическая эффективность туризма первична по сравнению с эффективностью экономической, так как она имеет важное значение для сохранения человека как биологического вида и социального существа.

Экономическая эффективность туристской индустрии заключается также в высокой степени автономности развития по сравнению с другими секторами экономики. В свою очередь, автономность туристской отрасли заключается в возобновляемости ресурсов и относительной независимости туризма от других отраслей экономики. Эффективность туризма по сравнению с другими секторами экономически очень важна для определения промышленной политики Республики Казахстан в XXI веке. Развитие туризма – длительная, экономически выгодная перспектива.

Мексику, Бразилию, Перу, Аргентину, Кению, Египет не отнесешь к самым развитым странам. Однако власти здесь давно поняли, что отличный туристский сервис, налаженный с помощью государства, способствует подъему всей экономики. Примеры последних лет – успехи в туризме Китая, Таиланда, Индонезии. В Кении туризм стал чуть ли не единственным источником получения средств на сохранение самобытности, ремесел и охрану природы. Министерство туризма есть даже на Сейшельских островах.

Мировая туристская индустрия переживает сейчас настоящий бум. На прошедшей в Стамбуле конференции Всемирной туристской организации (ВТО) отмечалось, что в 1997 г. общая численность путешественников достигла 592 миллионов человек. Это в несколько раз больше, чем в середине 80-х годов, когда планету в очередной раз охватывала туристская лихорадка. Однако, по прогнозам, в начале будущего тысячелетия Землю поразит невиданная "эпидемия" туризма. Ожидается, что в 2020 году зарубежные вояжи к памятникам истории и культуры, по известным городам и на популярные курорты совершат 1 миллиард 800 миллионов землян. Такой прогноз означает, что миллионы людей, жаждущих работы, получат ее в сфере туризма. По состоянию на конец 1997 г. в мировой туристской индустрии работают 255 миллионов человек [12].

По мнению различных аналитиков, в основе развития международного туризма лежат следующие факторы:

1. Экономический рост и социальный прогресс привели к расширению деловых поездок и поездок с познавательными целями.

2. Совершенствование всех видов транспорта удешевило поездки.

3. Увеличилось число наемных рабочих и служащих в развитых странах и повысился их материальный и культурный уровень.

5. Развитие межгосударственных связей и культурных обменов между странами привело к расширению межличностных связей между регионами и внутри них.

6. Развитие сферы услуг стимулировало развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций.

7. Были ослаблены ограничения на вывоз валюты во многих странах и упрощены пограничные формальности [8].

Исследованием факторов влияющих на современное развитие туризма занимаются как западные специалисты, так и специалисты туристской индустрии стран Содружества независимых государств.

Американские специалисты по международному туризму Г. Харрис и К. Кац к факторам, влияющим на развитие международного туризма относят:

1. Совершенствование маркетинговых мероприятий (учет воздействия рекламы "из уст в уста"; распространение рекламной информации о туристско-рекреационных ресурсах тех регионов принимающих стран, которые плохо известны или неизвестны в мире).
2. Совершенствование технологии международного туризма (соблюдение основных условий гостеприимства принятых в мире, создание привлекательного образа достопримечательностям данного региона, составление указателей экскурсионных объектов на европейских языках и т.п.).
3. Подготовка и отбор на работу в индустрию туризма персонала понимающего суть проблем отрасли, умеющего планировать технологию производства туристских товаров и услуг и осуществлять эффективный поиск путей финансирования затрат на туризм и руководство всем процессом [13].

Российские специалисты называют две группы факторов, определяющих общие направления развития международного туризма:

1. Экзогенные переменные, включающие демографические, социальные политические, экологические, торговля, технологии и транспорт.
2. Факторы, непосредственно связанные с туризмом и характеризующие спрос, предложение и распределение [14].

При этом в каждой из перечисленных групп факторов интерес представляет несколько наиболее важных для стран СНГ аспектов. Так, в политическом аспекте существенно влияют открытие границ стран СНГ и Восточной Европы. Создание Европейского союза без внутренних границ, с унификацией налоговой политики, свободным перемещением товаров, услуг и людей дает возможности для все общего развития туризма. С 1 января 2002 г., когда была введена единая денежная единица ЕС евро, указанные возможности еще больше расширились.

Политическая коньюктура влияет на изменение визового режима различных государств, а это в свою очередь значительно регулирует туристские потоки из одних стран в другие. Так, постепенное понимание властными структурами Республики Казахстан значения международного туризма привело к ослаблению визового режима для граждан Казахстана выезжающих за рубеж.

26 июля 2001 года правительство РК подписало историческое в своем роде постановление об отмене выездных виз для граждан Казахстана. Новые правила не распространяются на сограждан решивших навсегда покинуть пределы родины, а так же тех, кто имел доступ к государственным секретам. Последние, как и прежде должны согласовывать свои намерения с органами внутренних дел республики. Доброе начинание Казахстана было и замечено и одобрено ОБСЕ. Такой важный шаг расценили как предоставление казахстанским гражданам более полной свободы передвижения.

В технологическом аспекте важна компьютерная система бронирования билетов на основной туристский транспорт; возникшая на ее основе система глобального распределения турпродуктов; усиливающаяся роль таких видов наземного транспорта для туристов, как автомобильный и железнодорожный.

В экологическом аспекте следует отметить, что в среде специалистов утверждается мнение, что экотуризм не должен быть ограничен определенными специфическими экспериментами, а должен стать главным фактором развития туризма. Именно эта точка зрения отстаивалась в нашем докладе на международном семинаре ВТО "Экотуризм - инструмент устойчивого развития в 21-м веке для переходных экономик стран СНГ, Китая и Монголии", состоявшейся 17-19 октября 2001 г. в г. Алматы. Важность данной проблемы подчеркивается тем, что 2002 г. был объявлен Международным годом экотуризма.

В системе туристского образования и подготовки кадров специалистами СНГ отмечаются следующие аспекты: усиление роли образования персонала потому, что туризм становится все более технологичной и контактной сферой; проникновение в туристский сектор таких приоритетов управленческой деятельности как регулярная оценка и эффективные методы коммуникации [8].

Швейцарские специалисты туризма считают, что "школы будущего станут институтами, в которых не только будут давать знания, но которые должны превратиться а интегрированные центры образования, культуры, отдыха" [14]. Таким образом, подготовка и отбор квалифицированных кадров является определяющим фактором, влияющим на развитие международного туризма.

Заключение

Интерес к исследованию истории туризма резко возрос после того, когда с начала 90-х годов XX века правительства почти всех стран СНГ предпочли развивать экономический, а не социальный туризм.

История международного туризма как научная дисциплина имеет объект исследования (человека) и предмет исследования (человека в его туристской деятельности). Поэтому потребовалось создание дисциплины, объединяющей историю именно международного туризма.

Эта ситуация потребовала анализа многовекового международного опыта организации туристских путешествий. Именно поэтому был стимулирован исследовательский процесс в области не только современных теорий, но и отечественной и всеобщей истории туризма. Историей (от греч. - рассказ о минувшем, познанном; знание) называется комплекс взаимосвязанных общественных наук, изучающих эволюцию человеческого общества в отдельных аспектах и в целом [8].

История туризма – наука, изучающая различные типы культур с целью выявления характерных для них моделей "человека путешествующего", а также с целью изучения влияния материальной и бытовой культуры на развитие традиций гостеприимства и раскрытия основных этапов, тенденций и культурно-национальных особенностей развития туризма [2].

Задача каждого историка не просто описать череду событий, а найти закономерности, обусловливающие ход исторического процесса, выделить его основные этапы и периоды.

ХХ век, как и другие периоды истории туризма, имеет свои особенности, достижения:

* 1. начало XX века ознаменовалось становлением массового народного и социального туризма;
  2. бурное развитие традиционных для туризма видов транспорта;
  3. появляется новая система хозяйствования – франчайзинг;
  4. решается вопрос системы профессионального образования;
  5. вводятся системы классификации отелей, среди которых самой распространённой является система звёзд;
  6. переход от конвейерного к дифференцированному туризму одновременно с переходом от рынка производителей к рынку потребителей;
  7. во второй половине ХХ века идёт развитие такой системы, как таймшер;
  8. к началу 60-х на Западе появляются первые автоматизированные системы бронирования;
  9. развивающийся туристский бизнес потребовал объединения организаций, которые им занимаются не только в национальных рамках, но в мировом масштабе.

Современная роль туризма, в конечном счете, определяется эффективностью воздействия на качество и продолжительность жизни людей. Поэтому в туризмоведении используются понятия медико-физиологической, экономической и социальной эффективности туризма.

По мнению различных аналитиков, в основе развития международного туризма лежат следующие факторы:

1. Экономический рост и социальный прогресс привели к расширению деловых поездок и поездок с познавательными целями.

2. Совершенствование всех видов транспорта удешевило поездки.

3. Увеличилось число наемных рабочих и служащих в развитых странах и повысился их материальный и культурный уровень.

5. Развитие межгосударственных связей и культурных обменов между странами привело к расширению межличностных связей между регионами и внутри них.

6. Развитие сферы услуг стимулировало развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций.

7. Были ослаблены ограничения на вывоз валюты во многих странах и упрощены пограничные формальности [8].

Исследованием факторов влияющих на современное развитие туризма занимаются как западные специалисты, так и специалисты туристской индустрии стран Содружества независимых государств.

Список использованных источников

1. Шаповал Г.Ф. История туризма. – Минск, 1999.
2. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., 1999.
4. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство/ Пер. с англ. – М., 1999.
5. Сапрунова В.Б. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг. – М., 1998.
6. Крючков А.А. История международного и отечественного туризма. М., 1999.
7. Вуколов В.Н. История и теория международного туризма. Алматы, 2002.
8. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса. М., 2001.
9. Шальков Ю.Л. Здоровье туриста. М., ФиС, 1987.
10. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. М-Афины, 1994.
11. Вуколов В.Н. Теория и практика подготовки специалистов туристской индустрии в высших учебных заведениях. Алматы, 1999.
12. Харрис Годфри, Кац Кеннет Стимулирование международного туризма в XXI веке. М., Финансы и статистика, 2000.
13. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма. М., Финансы и статистика, 1998.