

The background is a dark blue gradient with a subtle starry pattern. On the left side, there are several overlapping circular elements. A prominent one is a large scale with tick marks and numbers ranging from 140 to 260. Other circles contain curved lines and arrows, suggesting motion or cycles. The overall aesthetic is technical and modern.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

ТУРИЗМ ИЛИ ТУРИСТСКИЕ ПОЕЗДКИ – ЭТО
ВЫЕЗДЫ (ПУТЕШЕСТВИЯ) ПОСЕТИТЕЛЕЙ В
ДРУГУЮ СТРАНУ ИЛИ МЕСТНОСТЬ, ОТЛИЧНУЮ
ОТ МЕСТА ПОСТОЯННОГО ЖИТЕЛЬСТВА, НА
СРОК МЕНЕЕ ГОДА С ЛЮБОЙ ГЛАВНОЙ ЦЕЛЬЮ,
КРОМЕ ТРУДОУСТРОЙСТВА.



ТУРЦИЯ



- **Туризм** — одна из значимых составляющих в экономике **Турции**, в последние десятилетия играет всё большую роль. В нём заняты около двух миллионов человек (510 тыс. непосредственно, ещё 1,5 млн в смежных отраслях).
- Страна занимает шестое место в мире среди популярных направлений среди туристов.
- Турция имеет все предпосылки для развития этой отрасли сферы обслуживания: она омывается четырьмя морями (Средиземным, Эгейским, Мраморным и Чёрным, побережье имеет субтропический средиземноморской климат (длина береговой линии составляет 7200 км, на ней 355 пляжей); 2870 отелей на 700 тыс. мест, она занимает второе место в Европе и седьмое в мире по количеству термальных источников (1300); имеет большое количество достопримечательностей (развалины древнегреческих и древнеримских городов, включая легендарную Трою, памятники времён Византийской и Османской империй). Развитая сеть внутреннего транспорта позволяет с комфортом перемещаться в любую точку страны.
- Турция, наряду с Египтом, является лидером по числу экскурсионных аварий.

ФРАНЦИЯ

- **Туризм во Франции** представляет важный аспект экономики страны. Начиная с 1990-х гг., Франция стоит первой в списке самых туристических мест в мире. Лишь небольшая часть туристов находится на французской территории проездом (например, отпускники и курортники из Северной Европы, направляющиеся в Испанию), большая часть приезжает на каникулы именно во Францию. К ним нужно добавить ту часть французского населения, которая предпочитает проводить свой отпуск во Франции.
- Туристическая привлекательность Франции объясняется большим числом достопримечательностей на любой вкус, разнообразием пейзажей, богатством исторического и художественного достояния, умеренным климатом и легкостью транспортного доступа, а также надлежащим обслуживанием туристов (гостиничное дело, парки с аттракционами) и транспортной инфраструктурой. Таким образом каждый французский департамент является туристическим — со множеством своих собственных достопримечательностей.
- В основных туристических структурах (гостиницы, кафе-рестораны, кемпинги, бюро путешествий, горные подъемники, термальные курорты) задействовано 700 тыс. служащих.
- Всемирная туристская организация ООН (UNWTO) опубликовала статистику по международному турпотoku в 2017 году, в котором Франция (86,9 млн посетителей за год) заняла первое место.

ГЕРМАНИЯ



- **Германия** оценивается как одно из самых безопасных туристических направлений в мире. Германия является третьей наиболее посещаемой страной в Европе, число ночевков в гостиницах составило в 2010 году — 380,3 миллиона, что является наивысшим показателем с момента объединения страны. Число ночевков возросло по сравнению с 2009 годом на 3 %. В 2008 году число ночевков составило 369,6 млн. Из этого числа 56,5 млн ночёвок приходится на иностранных гостей, большинство иностранных туристов в 2009 прибыло из Нидерландов, США и Швейцарии (см. таблицу). В 2010 году число ночевков туристов из-за рубежа возросло на 10 процентов по сравнению с 2009 годом — до 60,3 миллиона.
- Более 30 % немцев проводят отпуск в своей собственной стране. Приняв более чем 133 млн иностранных туристов (в 2008 году) Германия заняла седьмое место из наиболее посещаемых в мире. В общей сложности 27,2 млрд евро тратятся в Германии в год на путешествия и туризм: что эквивалентно 3,2 % ВВП Германии.

ЦЕЛИ ТУРИЗМА

- В число основных целей современного туризма входят:
 - новые модели развития, управления и хозяйствования;
 - эффективное использование людских ресурсов;
 - повышение роли человека и местных общин, региональных и территориальных органов и туристских организаций;
 - преодоление финансовых, экономических и социальных трудностей;
 - организация новых форм проведения досуга;
 - разработка новых моделей экономического управления;
 - изучение концепций, касающихся гуманитарных и социальных отношений в туризме, экологических установок;
 - осуществление программ технического сотрудничества и др.