

Развитие Туризма в 20 вевке

**Выполнила :
Есимова
Гузьяль 301 кв**

Периодизация развития современного туризма

В истории развития современного туризма мы различаем четыре этапа:

- до начала XIX в. — предыстория туризма;
- начало XIX в. — начало XX в. — элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристических услуг;
- начало XX в. — до второй мировой войны — начало становления социального туризма;
- после второй мировой войны — современный этап — массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма.

Предыстория туризма

Развитие мануфактурного производства и промышленные перевороты XVIII-XIX веков в ведущих европейских державах внесли коренные изменения в экономическую жизнь общества.

В результате развития фабричного способа производства происходит четкое разграничение рабочего времени, отчужденного от человека, и свободного времени, находящегося в полном распоряжении работника.

Кроме того, промышленные революции XVIII-XIX веков привели к значительному увеличению свободного времени.

Элитарный туризм и зарождение массового туризма

Важнейшую роль в развитии туризма сыграли революционные изменения в развитии транспорта: изобретение парохода Фултоном в 1807 г., паровоза — Стефенсоном в 1814 г., совершенствование почтовой связи, сопровождавшееся расширением сети дорог в Европе.

Все это обусловило большие надежность и скорость передвижения при снижении расходов на путешествия. Вследствие массового наплыва переселенцев из Старого Света в Америку бурными темпами развивается морское сообщение, в середине XIX в. возникают крупные пароходные компании.

Элитарный туризм и зарождение массового туризма

Научно-технический прогресс и социальная борьба трудящихся, а также растущее благосостояние общества обусловили постепенное уменьшение рабочего времени в пользу свободного: введение гарантированных неоплачиваемых, а впоследствии и оплачиваемых отпусков (в Германии, например, впервые отпуска были установлены Законом о государственных служащих 1873 г.).

Повышение качества и надежности транспортных перевозок в совокупности с их удешевлением, а также постепенное сокращение рабочего времени обусловили существенное увеличение потоков путешествующих. Соответственно возникли первые предприятия, специализировавшиеся на обслуживании временных посетителей.

Первые гостиницы

На смену скромным пансионатам и "комнатам для гостей" в домах священнослужителей, в монастырях и религиозных миссиях приходят первые гостиницы. В 1812 г. в центральной Швейцарии вступает в строй отель "Риги — Клестерли", в 1832 г. — гостиница в г.Фаульхорн.

В 1801 г. в Германии открывается первоклассная гостиница "Бадише Хоф" в Баден-Бадене, в 1859 г. в Швейцарии — "гранд-отель Швайцерхоф" в г.Интерлакене. В Германии на рубеже 18-19 вв. возникают первые курорты минеральных вод — в Хайлигендамме, Нордернее, Травемюнде.

Первые гостиницы

Как отмечает швейцарский исследователь туризма профессор К. Каспар: "В этот период становления туризма строились в первую очередь роскошные гостиницы, которые обслуживали представителей аристократических кругов, "нового дворянства", высшего офицерства".

В зависимости от времени года элита либо пребывала на французской или итальянской Ривьере, либо отдыхала на термальных курортах Швейцарии и Германии, либо предпринимала длительные путешествия в Северную Африку, Египет, Грецию.

Автобусный транспорт

Первые автобусы были изобретены в Англии в 1830 г. Они предназначались для перевозки небольших групп пассажиров, приводились в движение паровым двигателем и назывались омнибусами. Корни этого слова уходят в латинский язык, где оно означало «транспорт для всех».

В 1885 г. в Германии был сооружен восьмиместный автобус с одноцилиндровым двигателем мощностью 6 лошадиных сил. К 1915 г. автобус стал доступным общественным городским транспортом во многих городах мира. В США первый автобус классической конструкции был построен в 1922 г. В послевоенные годы автобусостроение стало активно развиваться и превратилось в мощную самостоятельную индустрию.

Автобусный транспорт

Для автобусов стали использоваться дизельные и бензиновые двигатели мощностью от 200 лошадиных сил и более.

Автобусы изготавливались большой вместимости - до 50 человек. В Англии была изобретена конструкция двухэтажного автобуса.

К 1980 г. в мире эксплуатировалось более 3 млн автобусов.

Появились автобусные фирмы-гиганты. Так, компания «Greyhound» (США) владела более чем 12 тыс. однотипных комфортабельных пассажирских и туристских автобусов.

Водный транспорт

Начало морского туризма можно отнести к середине XIX в. Первые сообщения о специально организованных рейсах морских пассажирских судов с целью отдыха относятся к 1835 г., когда в Англии были объявлены регулярные прогулочные рейсы между северными островами Британии и Исландии. В 1837 г. была основана судовладельческая компания «P&O».

Наряду с морскими путешествиями активно развивались и речные маршруты. В 1843 г. Томас Кук организовал лодочные экскурсии по Темзе; одновременно на другом континенте «Америкэн Экспресс» выполняла экскурсии по Миссисипи.

Водный транспорт

Обострившаяся в начале XX в. конкуренция вынуждала судовладельцев постоянно улучшать условия проживания на судне, отделку кают и всю систему обслуживания пассажиров в рейсе, что быстро превратило суда в высококомфортабельные плавучие гостиницы.

В 1907 г. на воду были спущены трансатлантические лайнеры «Сириус», «Лузитания», «Мавритания» водоизмещением по 30 тыс. тонн и скоростью 26 узлов в час; в 1912 г. - «Титаник», 52 тыс. тонн; в 1914 г. - «Император» и «Фатерланд», по 50 тыс. тонн, которые пересекали океан практически за неделю. Начала совершать регулярные рейсы «Куин Мери», водоизмещение которой равнялось 80 тыс. тонн, а скорость составляла 30 узлов в час.

Водный транспорт в СССР

История советского морского туризма начинается с 1957 г., когда Всесоюзное акционерное общество «Интурист» начало осуществлять на арендуемых пассажирских судах «Победа» и «Грузия» морские путешествия из Одессы в Ленинград, вокруг Европы, а на «Петре Великом» - по Черному морю для туристов из соцстран.

В 1960 г. был организован первый круиз с советскими туристами на «Адмирале Нахимове» вдоль Крымско-Кавказского побережья; в 1962 г. - на теплоходе «Григорий Орджоникидзе» вдоль Дальневосточного побережья продолжительностью 20 суток. В этот же период морской туризм начал развиваться на Балтике.

Железнодорожный транспорт

Появление железных дорог произвело настоящую революцию в путешествиях. Обширные сети железных дорог Северной Америки и Европы сделали железнодорожные станции центрами близлежащих районов. Лошадь (как самое распространенное средство передвижения до 1830 г.) не могла сравниться с «железным конем» в скорости и стоимости перевозок. Успех железных дорог был моментальным и распространялся повсюду.

Пионером и крупнейшей фирмой в мире, имеющей более чем вековую историю и профессионально занимающейся железнодорожным туризмом до сего времени, является компания «International Company of Wagons-Lit», основанная братьями Пульман в 1872 г. в США.

Железнодорожный транспорт

В 1884 г. была основана компания «International Company of Wagon Lit and Grand Express of Europe» для сообщения между столицами европейских стран. С конца XIX и в начале XX в. эта компания построила и ввела в эксплуатацию практически все классные именные маршруты, значительная часть которых существует и в наше время: «Orient Express» (1883 г.), «Trans-siberien» (1898 г.), «Train Bleu» (1922 г.), «Golden Arrow» (1926 г.). Это был «золотой век» для «Вагон-Лит». Маршруты поездов соединили Париж со Стамбулом, Москву с Владивостоком и т. д. В 1918 г. Россией было национализировано более 160 классных вагонов, принадлежавших компании.

После второй мировой войны компания реорганизовалась и стала называться «International Company of Wagon Lit & Tourism».

Железнодорожный транспорт

Россия имеет самую большую в мире систему железных дорог, которым уже более полутора столетий. В 1913 г. общая эксплуатационная длина железных дорог России составляла 71,7 тыс. км и по протяженности занимала второе место в мире, после США. Первая значительная железная дорога Петербург - Москва вступила в эксплуатацию в 1851 г., до нее в 1837 г. была открыта железная дорога Петербург - Павловск (27 км). В 1864 г. открылась железная дорога Москва - Нижний Новгород. Основные железные дороги строились в центральных и южных районах Европейской части России. На рубеже XIX-XX вв. была проложена Транссибирская магистраль (от Челябинска до Владивостока).

Однако к середине XX в. интенсивность железнодорожных перевозок в мире резко сокращается из-за увеличения числа автомобилей и развития авиaperевозов.

Автомобильный транспорт

Начало XX в. связано с возникновением и развитием принципиально нового вида транспорта - автомобильного. Так, в 1904 г. в Англии было всего 8465 автомашин, а в 1914 г. их число достигло 132 315. Автомобили вошли на туристскую сцену США, когда в 1908 г. Генри Форд представил свою известную модель «Т».

Этот относительно дешевый автомобиль революционизировал путешествия в стране, создал спрос на хорошие дороги. В 1920 г. сеть дорог стала доступной, что привело к доминированию ходовых автомобилей в туристской индустрии.

Сегодня автомобиль используется в 84 % всех международных поездок. Автотуристы стали причиной появления первых туристских площадок (1920-е годы), которые впоследствии превратились в мотели.

Авиационный транспорт

Научный подход к решению проблем полета стал возможен со становлением в XVIII в. фабричного производства, с интенсивным развитием науки и техники. Создание летательного аппарата легче воздуха известило об открытии эры воздухоплавания. Простота конструкции воздушных шаров способствовала началу практических работ в этой области. Первый полет на воздушном шаре выполнен в Москве в 1805 г.

В 1852 г. состоялся первый полет на аэростате с паровым двигателем, построенном французом А. Жиффаром.

В начале XIX в. английский ученый и изобретатель Д. Кэйли построил и испытал модель планера, который до начала XX в. оставался единственным типом летательного аппарата тяжелее воздуха.

Авиационный транспорт

В России возможность полета на планере впервые обосновал Н. А. Арендт в 70-80-е годы XIX века.

Разработка идеи летательного аппарата тяжелее воздуха с неподвижным крылом, развитие техники, вызванное становлением капитализма в России, способствовали появлению проектов самолетов. Артиллерийский офицер Н. А. Телешов первый в России и один из первых в мире предложил применить на самолете реактивный двигатель (1867 г.). Практически проект был невыполним, но представлял интерес как прообраз современных многоместных пассажирских самолетов.

Модели первых самолетов с неподвижным крылом сконструировал русский изобретатель Д. Ф. Можайский. В 1882 г. первый в мире самолет поднялся в воздух.

Авиационный транспорт

В 1910 г. совершил полет самолет конструкции инженера А. С. Кудашева. Вскоре поднялись в воздух самолеты конструкции Я. М. Гаккеля, И. И. Сикорского и др.

Несмотря на значительный успех русских ученых, авиаторов, царское правительство не уделяло должного внимания развитию собственного воздушного флота. Русские летчики летали на самолетах, купленных за границей.

Авиационный транспорт

Регулярные воздушные перевозки впервые появились в Германии. Это был маршрут «Берлин - Лейпциг - Веймар», а перевозчик позднее стал известен как «Lufthansa».

Создание гражданской авиации России началось после Октябрьской революции. В 1921 г. был подписан декрет «О воздушных передвижениях в воздушном пространстве над территорией РСФСР и ее территориальными водами». Начали развиваться первые транспортные перелеты, международные авиационные связи.

Туристские фирмы

Во второй половине XIX века индустрия отдыха расширяет сферу своего производства: к предприятиям гостиничного хозяйства добавляются первые бюро путешествий, в задачу которых входила организация туристических поездок и реализация их потребителю. Хрестоматийным примером первого пэкидж-тура — комплекса туристических услуг, продаваемого по единой цене — является групповой тур на отдых, организованный англичанином Т. Куком в 1841 г.

В последующие 20 лет в Англии возникло множество новых бюро путешествий. Начиная с 1862 г. появляются и первые каталоги туристических поездок, что отразило процесс расширения туристического спроса.

Туристские фирмы

В Германии первое бюро путешествий — "Райзбюро Штанген" — было основано в Бреслау в 1863 г. Фирма имела тесные контакты с пароходными компаниями и в начале XX века активно рекламировала и продавала морские круизные увеселительные поездки. В Германии конца XIX — начала XX веков дальние туристические поездки могли себе позволить еще немногие. Тем не менее постепенно путешествия становятся доступными среднему классу. Среди чиновников и служащих в этот период широкое распространение получил летний выезд на дачи (Sommerfrische). Дачный сезон длился в обеспеченных семьях с конца июня до начала сентября. Для бюджета семей мелких чиновников и рабочих дачи стали доступными лишь в конце 20-х гг. нашего века.

Начало становления массового туризма

Первая мировая война, экономическая депрессия 30-х гг. и вторая мировая война оказали негативное влияние на развитие туризма. Вместе с тем, именно в период между двумя мировыми войнами появляются ростки массового туризма, расцвет которого приходится на послевоенные десятилетия.

Приведем два примера зарождения массового туризма.

Начало становления массового туризма

В Швейцарии интерес в данном отношении представляет возникновение и деятельность фирмы "Отельплан", которая в настоящее время является одним из крупнейших производителей туруслуг в этой стране.

В основе образования фирмы в 1935 г. лежали идеи ее создателя Г. Дуттвайлера о том, что вовлечение "маленького человека" в туризм оказало бы неоценимую помощь страдающему от кризиса гостиничному хозяйству. "Следует обратиться к публике, до сих пор не приобщенной к туризму и не привыкшей к путешествиям", — отмечал Г. Дуттвайлер.

Массовые дешевые турпоездки становятся основным продуктом фирмы. "Народный туризм" имел успех: уже в первом финансовом году фирма реализовала 52648 туристических поездок.

Начало становления массового туризма

В Германии импульс развитию массового туризма дал, как ни странно, национал-социализм. Осуществляя идею "единства нации", руководство страны стимулировало массовый организованный туризм с целью отдыха, причем эту деятельность направляла специальная организация национал-социалистов "Сила через радость" (Kraft durch Freude).

В 1933 г. был основан имперский комитет по туризму, который подчинялся министру народного просвещения и пропаганды. Общую идеологическую установку в этой области сформулировал лично А. Гитлер: "Я хочу, чтобы рабочему был обеспечен достаточный отпуск и чтобы этот отпуск, а также свободное время в целом стали настоящим отдыхом для него. Я желаю этого, потому что я хочу иметь народ с сильными нервами, так как только с таким народом можно делать большую политику".

Начало становления массового туризма

История уже вынесла обвинительный вердикт "большой политике" Гитлера, а для нас в данном случае интересен тот факт, что нацистский режим уделял столь большое внимание организации массового отдыха трудящихся и вовлекал в туризм все новые слои населения, расширяя тем самым его социальную базу.

Германское государство оказывало содействие в организации групповых поездок на отдых — круизов, железнодорожных туров, туристических походов. Умеренные цены способствовали первому "туристическому буму" в Германии: число туристических поездок возросло с 2,3 млн. в 1934 г. до 5 млн. в 1935 г., 9,6 млн. — в 1937 г., 10,3 млн. — в 1938 г.². Туризм одиночек постепенно уступал место групповому туризму широких масс.

Массовый туризм

Вторая мировая война парализовала туризм, и дальнейшее развитие он получает уже в послевоенные годы. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран.

Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.

Массовый туризм

В западноевропейских странах 50 — 60-е гг. — это период активного грондерства туристических фирм, массового строительства гостиниц, мотелей, разного рода увеселительных заведений.

Европейский туризм 50-х гг. был ориентирован преимущественно на прием американских туристов и являлся источником долларовых поступлений для принимающей страны. В 60-е гг. и до середины 70-х наблюдается быстрый экстенсивный рост как въездного, так и выездного туризма, а также увеличение числа туристических предприятий и объемов их производства.

Массовый туризм

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

Что мы вкладываем в данные понятия?

Прежде всего отметим, что и в первом, и во втором случаях речь идет о массовом туризме, в котором принимают участие не только элита, но и средний класс, а начиная с 80-х годов, — и население с низким уровнем доходов.

Массовый туризм

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

Дифференцированный туризм отличают разнообразная парадигма потребностей и мотиваций туристов, множественность узкоспециализированных сегментов в туристском спросе, разнообразие предлагаемых услуг и ярко выраженная специализация туристского предложения. Для дифференцированного туризма характерен не столько широкий, сколько глубокий ассортимент услуг.

Иными словами, турфирма предлагает не огромное количество видов турпродукта, а ограниченное число видов, каждый из которых имеет большое число вариантов. Переход от конвейерного к дифференцированному туризму совершался

Массовый туризм

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

Оживлению экономической конъюнктуры в 50-е гг. и последующему бурному росту в 60-е гг. соответствовало формирование общественной психологии "ограниченного потребления и высокой производительности труда" ("общество трудоголиков").

Ограниченность потребления обусловлена отсутствием достаточного уровня благосостояния массового среднего потребителя.

Труд являлся доминирующей ценностной категорией в общественном сознании данного периода.

Массовый туризм

Быстрый экономический рост и насыщение рынка товарами стимулировали расширение парадигмы потребностей, а труд рассматривался в качестве основного средства для достижения удовлетворения растущих запросов потребителей самими потребителями.

Определяющим мотивом поведения потребителя туристических услуг в этот период являлся рекреационный аспект туризма: отдых как средство восстановления физических сил после повседневного тяжелого труда с целью продолжения этого труда. Расширение объемов спроса на туристическом рынке сопровождалось активным грондерством предприятий туризма. Туристические услуги стандартизируются и предлагаются потребителю в виде комбинированных "пэкидж-туров"; формируется так называемый "конвейерный массовый туризм".

Массовый туризма

Повышение уровня благосостояния массового потребителя, продолжающийся экономический подъем, постепенное изменение соотношения рабочего и свободного времени в пользу последнего изменили мотивацию и приоритеты в психологии потребления.

На рубеже 60 — 70-х гг. формируется "общество потребления материальных благ — потребления ради потребления". Рынок производителей сменяется рынком потребителей. Усложняется мотивация туристического спроса: наряду с рекреационным растущее значение приобретают образовательный, коммуникативный и инвестиционный аспекты туризма.

Массовый туризм

Все названные выше процессы сохраняют актуальность на протяжении 80-х гг. В туристическом предложении в конце 60-х — начале 70-х гг. наблюдаются активные концентрационные процессы. Вследствие расширения объемов туристического спроса и предложения в туристическую отрасль инвестируется капитал из других сфер народного хозяйства: особую активность проявляют транспортные предприятия и торговые фирмы — владельцы крупных универмагов.

Рыночную стратегию туристических фирм на данном этапе отличают "универсализм" производимого продукта при отсутствии существенной специализации на отдельных узких сегментах спроса. Данный этап мы характеризуем как расцвет конвейерного туризма.

Массовый туризм

Со второй половины 70-х гг. одновременно с дифференциацией туристического 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 туристических фирм в другие области сферы услуг.

Насыщение рынков товаров и услуг, замедление темпов экономического роста, экономический и структурный кризис середины 70-х гг. стимулировали формирование дифференцированного туризма и доминирование последнего в 80-е гг.

Массовый туризм

Данные изменения протекают в контексте общемировых тенденций, свидетельствующих о кризисе индустриального общества и формировании основ постиндустриальной цивилизации.

Для индустриального общества характерно отношение к человеку лишь как к фактору производства, что ведет к углублению отчуждения индивида от условий и результатов его деятельности, усилению стандартизации человека, его культуры и облика. Технологическая экспансия индустриализма вела к деградации окружающей среды, поставив под угрозу саму жизнь на Земле.

Массовый туризм

В формирующемся постиндустриальном обществе качественно новый характер приобретает взаимодействие экономики и общества.

В современных условиях следует говорить о тенденции к гуманизации, социализации и экологизации экономики.

Происходят качественные сдвиги в системе потребностей, идет процесс диверсификации потребностей и спроса, отход от обезличивающей стандартизации.

Абсолютно необходимой становится ориентация на удовлетворение потребностей отдельной личности с ее разнообразными запросами, а не обезличенно-стандартизированной потребности нивелированного индивида.

Факторы развития туризма

Факторы развития туризма

В качестве важнейших можно назвать следующие:

- рост общественного богатства и доходов населения;
- сокращение рабочего времени и рост свободного времени;
- успехи в развитии автомобильного транспорта, авиастроения, средств коммуникации и информационных технологий;
- урбанизация;
- приоритеты в системе духовных ценностей общества.

Рост общественного богатства

Рост общественного богатства в послевоенные годы оказал существенное влияние на структуру потребительских расходов: рост валового внутреннего продукта в ФРГ (1950 г. — 270 млрд. марок, 1985г. — более 1300 млрд. марок)(3)(4) и ежегодного дохода на душу населения (1950г. — 4500 марок, 1987 г. — 19500 марок) сопровождался снижением доли расходов на питание и предметы роскоши (1960г. — 36,6%, 1987г. — 21,9%)(3)(4).

Вместе с тем доля туризма в структуре потребительских расходов граждан ФРГ выросла с 1960 по 1987 г. с 1,7% до 4,3%.

Рабочее время

Рабочее время, например, в промышленности ФРГ сократилось с 2350 часов в год в 1950г. до 1716 часов в 1987г. Среднестатистический отпуск в ФРГ с 12 дней в 1950г. вырос до 31 дня в 1987/88г. Вместе с тем, сокращение рабочего времени сопровождалось повышением интенсивности труда. Автоматизация и компьютеризация производства вызывает у работника чувство отчуждения по отношению к выполняемой работе. Опросы работающих граждан, например, в Швейцарии, свидетельствуют, что 40% трудящихся страны жалуются на стресс и чрезмерную интенсивность труда, две трети опрошенных утверждают, что они больше, чем несколько лет назад (данные 1981 г.), страдают от стрессовых ситуаций. В ФРГ менее 18% работающих граждан довольны своей работой, более половины работающих мужчин в этой стране не видят шанса для реализации своих способностей в профессиональной деятельности.

Развитие транспорта и коммуникации

Развитие транспорта и средств коммуникации => растущая мобильность общества. Одним из важнейших стимулов развития туризма следует назвать неизменно растущую мобильность общества, обусловленную успехами транспортного строительства: развитием воздушного сообщения и удешевлением авиабилетов, автомобильным бумом и доступностью цен на автомобили для среднего потребителя. В период с 1950 по 1987 г. число личных автомашин в ФРГ выросло с 0,5 млн. до 27 млн., в Швейцарии — с 0,15 млн. до 2,7 млн. В ФРГ в 1954г. личные автомобили составляли 19% от общего числа транспортных средств, использовавшихся туристами в качестве основного средства передвижения на отдыхе, а авиатранспорт не использовался вообще. В 1984г. эти показатели составляли соответственно 60 и 18%.

Урбанизация

Не находя удовлетворения в работе, современный человек имеет все меньше возможностей для полноценного отдыха и дома. Сегодня большая часть населения в развитых странах проживает в городах: в ФРГ, например, численность городского населения увеличилась за период 1950 — 1987 гг. с 23,2 млн. до 45,1 млн. человек(5. Городской стиль жизни отличают, по мнению западных авторов, следующие черты: стресс и суматоха, анонимность жизни, отсутствие контактов с людьми, стерильность городских пейзажей, отрыв от природы. Жизнь человека в современном обществе четко разделилась на три фазы — работа, дом, свободное время. Работа и дом становятся во все большей степени "антимиром" для человека. Свободное время, и в первую очередь туризм, являются для многих людей возможностью временного бегства из отчужденного мира больших городов и возвращения к природе в поисках душевного тепла и социальных контактов.

Трансформация общественного сознания

В 1950 — 1990 гг. в западноевропейских странах произошли существенные сдвиги в структуре духовных ценностей общества.

В. Фрейер называет этот процесс переходом "от общества рабочего времени к обществу свободного времени".

Профессор Х. Опашовски отмечает, что

"дистанцированность человека от собственного труда на рабочем месте растет теми же темпами, что и отождествление им себя со свободным временем.

Пафос труда теряет свое значение именно в тех странах, жители которых традиционно считались особенно трудолюбивыми и прилежными.

Прежде всего в ФРГ и Японии явным становится демонстративный отказ нового поколения от традиционных ценностей старших поколений военного и послевоенного времени".

Трансформация общественного сознания

Трансформация в общественном сознании подразумевает:

- изменения в системе духовных ценностей потребителя;
- изменения в теоретической концепции свободного времени.

Х. Опашовски различает 3 фазы развития концепции свободного времени в послевоенный период: в 50-е гг. доминировала ориентация на свободное время как средство восстановления физических и умственных сил для продолжения производительного труда; в 60 — 70-е гг. свободное время используется на потребление материальных благ, которые обеспечивает растущее благосостояние общества (приобретение недвижимости, товаров длительного пользования, предметов роскоши и т. п.); в 80-е гг. явной становится тенденция к гедонизации свободного времени: потребление материальных благ не как самоцель, но ради наслаждения жизнью.

Трансформация общественного сознания

В контексте данного развития психологии свободного времени изменились место и роль туризма в структуре потребностей общества. Из привилегии избранных туризм окончательно становится насущной и достижимой потребностью большинства. Например, в ФРГ, начиная с 1973 г., более 50% населения предпринимали ежегодно по меньшей мере одно туристическое путешествие. Для сравнения: в 1950 г. только 21% населения ФРГ старше 18 лет совершали отпускное путешествие и лишь 1% населения имел возможность совершить зарубежную поездку.

В 1984 г. туристскую поездку за рубеж предприняли более 60% граждан ФРГ. Меняется характер туристических потребностей: от примитивных — к более возвышенным, от средства восстановления рабочей силы — к способу реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов.

Трансформация общественного сознания

Было бы неверным рассматривать в настоящее время только рекреационный аспект туризма. В условиях растущего единства и взаимозависимости мира, расширения межнациональных контактов в сфере экономики усиливается инвестиционный аспект туризма.

Деловой туризм (бизнес-туры, ярмарки, конференции, симпозиумы и др.) является неотъемлемой частью современного производственного процесса.

К сожалению, вплоть до середины 80-х гг. статистика туризма не выделяла деловой туризм в самостоятельный предмет исследования, поэтому практически невозможно проследить долгосрочную динамику его развития.

Трансформация общественного сознания

Наряду с рекреационным и деловым эффектом, необходимо учитывать и растущее значение коммуникативного аспекта туризма: увеличивается число туристических поездок с целью коммуникации и установления гуманитарных контактов, посещения друзей и знакомых; развивается религиозный и этнический туризм.

Трансформация общественного сознания

Мы вправе говорить об экспансии туризма в течение всех послевоенных десятилетий, хотя действительный объем этой экспансии оценить можно лишь приблизительно вследствие несовершенства статистики и неопределенности понятийного аппарата науки о туризме.

Важнейшим показателем завершения процесса формирования массового туризма мы считаем интенсивность туризма в той или иной стране.

Массовый спрос на туристические услуги породил массовое туристическое производство: туристический продукт был стандартизирован, а производство услуг и товаров поставлено "на конвейер". Возникли разнообразные предприятия и общественные институты, производящие различные компоненты и виды турпродукта и составляющие в совокупности индустрию туризма (туриндустрию).

Тенденции развития туризма в Европе

Временной период	Динамика туристического спроса	Изменение в предложении	
		структурные	функциональные
50-е гг.	Оживление спроса на туруслуги	Активизация грюндерства турфирм; полипольная структура рынка	Свободная конкуренция, отсутствие целевого маркетинга
60-е - середина 70-х гг.	Бурный экстенсивный рост туристического спроса; демократизация спроса в туризме	Концентрационные процессы; формирование олигопольной структуры рынка; перелив капиталов из других отраслей народного хозяйства в туризм	Производство стандартного турпродукта по доступным ценам для массового потребителя; агрессивная конкуренция путем снижения цен и "слияний"; маркетинг ограничен организацией рекламы и сбыта продукции фирмы
вторая половина 70-х гг. - начало 80-х гг.	Замедление темпов роста туристического спроса; переход от рынка производителей к рынку потребителей	Падение доли участия в рынке крупных турфирм; активизация грюндерства малых и средних специализированных туроператоров	Усиливается тенденция к специализации и индивидуализации туристического предложения как среди мелких и средних, так и среди крупных фирм; агрессивная конкуренция постепенно сменяется тенденцией к кооперации и поиску целевых групп потребителей; возникновение маркетинговых концепций "имиджа фирм" и "системного сбыта"
середина 80-х - начало 90-х гг.	Стагнация объемов туристического спроса на высоком уровне; углубление дифференциации спроса; экологизация спроса	Активное грюндерство специализированных турфирм	Углубление тенденции к специализации предложения: "от диффузного универсала к компетентному специалисту"; в отношениях с конкурентами преобладают стратегия поиска свободных ниш рынка и кооперации; формирование новых концепций в маркетинге: экологизация турпродукта, "прямой маркетинг" в сбыте, специализация предложения, создание торговой марки туроператора
Грюндерство Полипольная структура рынка	- процесс многочисленными мелкими и средними фирмами; - рынок образования акционерных компаний.		

Динамика развития мирового туризма в XX в. по прибытиям и поступлениям

Регион	Туристские прибытия, млн. чел.		Поступления, млрд. долл.	
	1996	1997	1996	1997
Всего в мире	594,1	616,6	435,0	448,3
в том числе: Европа	350,2	362,9	221,1	225,5
Америка	116,5	122,8	112,7	119,2
Восточная Азия и Тихоокеанский бассейн	87,5	88,3	81,2	82,1
Африка	21,5	23,1	8,3	8,7
Ближний Восток	14	15	7,7	8,5
Южная Азия	4,3	4,5	3,8	4,1

5 ведущих мировых туристских направлений в 2001 году

Страны	Международные туристские прибытия			Доход от международного туризма		
	Место	2001 (млн.)	Рыночная доля (%)	Место	2001 (млрд. евро)	Рыночная доля (%)
Франция	1	75,2	10,9	3	33,5	4,7
Испания	2	50,1	7,2	2	36,7	5,1
США	3	45,5	6,6	1	80,7	11,3
Италия	4	39,1	5,6	4	29,0	4,1
Китай	5	33,2	4,8	5	19,9	2,8

Международные организации в туризме

Международные организации в туризме

Туризм стал развиваться настолько стремительно, что буквально сразу же после окончания Первой мировой войны начинаются процессы международной координации в туристской сфере. В 1919 г. в Париже группой предпринимателей стран средиземноморского бассейна, преимущественно французскими, итальянскими и испанскими туристскими фирмами, создается Международная федерация туристских агентств (ФИАВ).

Международные организации в туризме

В 1920 г. созывается специальная Конференция Лиги Наций по паспортам (к этой проблеме вернулись на Конференции 1926 г.). Было рекомендовано ввести в качестве единой формы заграничного паспорта паспорт «международного типа», в котором было бы не более 32 страниц, а все данные должны были дублироваться на английском или французском языках.

Но рекомендации обеих Конференций Лиги Наций практических результатов не имели. Хотя и было несколько договоров об упрощении паспортных и визовых формальностей, ряд государств на двусторонней основе отменили визы.

Международные организации в туризме

В 1936 г. появляется издание Лиги Наций «Обзор туристского движения, рассматриваемого, как международный экономический фактор» [62]. Комитет высказывал протест против излишнего протекционизма, возникшего в результате экономического кризиса.

Иностранцы туристы могли реанимировать различные отрасли экономики, в то время как вывоз валюты из страны собственными туристами приводил к негативным последствиям для экономики.

Международные организации в туризме

«Стремиться к привлечению максимального числа туристов в собственную страну и в то же время делать все, чтобы помешать своим гражданам посещать соседние страны, является столь же серьезным нарушением здравого смысла, как стремление все экспортировать, ничего не ввозя.»

Члены Комитета правильно прогнозировали перспективы международного туризма. «Каждая страна может представить и на самом деле представляет объект растущего притяжения для иностранных туристов».

Международные организации в туризме

Попытка создать международную межправительственную организацию по проблемам туризма была предпринята между двумя мировыми войнами. Первые шаги в этом направлении сделало Голландское национальное туристское бюро.

В результате его усилий возник Международный союз организаций туристской пропаганды. В первые послевоенные годы по инициативе «Британской ассоциации по туризму в выходные дни» этот Союз возобновляет свою деятельность, но переименовывается в 1947 г. в Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО).

Международные организации в туризме

Первоначально в Союз входило 20 стран. Каждая страна могла быть представлена в МСОТО лишь одной туристской организацией. Устав МСОТО предусматривал двоякого рода членство: действительные члены (национальные туристские ассоциации и правительственные организации по туризму) и члены-корреспонденты (национальные и международные организации — коммерческие и некоммерческие, связанные с туризмом).

Международные организации в туризме

Основными задачами МСОТО являлось изучение различных аспектов международного туризма и разработка рекомендаций. Так, большое внимание уделялось вопросам упрощения различных формальностей для туристов (пограничных, валютных, полицейских и таможенных).

МСОТО принял активное участие в разработке международных конвенций по туризму, которые впоследствии были приняты ООН.

Международные организации в туризме

Союз стал выпускать международный календарь, где размещал информацию о знаменательных датах туристских событий, кроме того, он концентрировал обширный рекламный материал. Раз в два месяца стал выходить журнал «Всемирный турист». Появилось и совместное с ЮНЕСКО издание — справочник «Путешествия за границу — пограничные формальности». МСОТО создал архив и обширную библиотеку по международному туризму, регулярно выпуская библиографические сборники.

СССР был представлен в этой международной организации с 1956 г. Это, безусловно, помогало отечественным туристским организациям лучше ориентироваться в конъюнктуре и тенденциях развития мирового туризма.

Международные организации в туризме

О расцвете международного туризма можно говорить начиная с 50-х гг. XX в. Объединенных Наций начинает заниматься широким кругом проблем международного туризма. В 1946 г. создается межправительственное учреждение, специализирующееся на вопросах в области просвещения, науки и культуры, — ЮНЕСКО.

Именно силами ЮНЕСКО и была в 1950-е гг. разработана программа развития туризма ЭКОСОС, которая должна была способствовать превращению туризма в наиболее быстро развивающуюся отрасль экономики. Туризм начинают называть «феноменом XX века».

Международные организации в туризме

- Для популяризации туризма в 1954 г. была создана Международная федерация журналистов и писателей по туризму (ФИЖЕТ). Ее учредителями были 20 стран.
- В 1954 г. в Нью-Йорке по инициативе Экономического и Социального Совета ООН состоялась Международная конференция по таможенным вопросам. Там были разработаны, в частности, следующие документы: Конвенция о таможенных льготах для туристов, Дополнительный протокол к данной Конвенции относительно ввоза рекламных туристских документов и материалов.
- В 1958 г. в Париже оформилась Европейская ассоциация воздушного туризма (АЕТА), а в середине 1950-х гг. был создан Международный туристский альянс (АИТ), объединив в своем составе большое количество автоклубов, турингклубов, кемпингов и других организаций, имеющих индивидуальное членство.

Международные организации в туризме

В 1963 г. в Риме состоялась первая Всемирная конференция по туризму. На этом репрезентативном форуме было представлено 87 государств, 5 специализированных учреждений, 7 межведомственных и 14 неправительственных организаций. Участники конференции продемонстрировали уважение к правам человека. 15 африканских государств вышли с предложением, которое было утверждено открытым голосованием, о том, что «...Конференция ООН... считает присутствие делегаций Португалии и ЮАР неуместным и нежелательным и предлагает им покинуть настоящую конференцию».

В Португалии был в то время фашистский режим, возглавляемый диктатором Салазаром, а в ЮАР действовал режим расизма и апартеида. Но конференция отклонила большинством голосов предложение советского делегата о необходимости удаления чанкайшистского делегата, неправомочно представлявшего 64 Китай.

Международные организации в туризме

В Риме также обсуждался вопрос о дальнейшей унификации и упрощении таможенных формальностей для иностранных туристов. Конференция высказалась за то, чтобы в вопросе предоставления иностранной валюты для путешествий существовал максимум либерализации. В тех случаях, когда страны в результате каких-либо условий должны вводить ограничения, сумма валюты на одного туриста для одного путешествия не должна быть меньше 500 долл. США.

Одним из решений Конференции было требование о присоединении государств к существующим правовым нормам международных договоров, регулирующих международный туризм.

Поднимались на Конференции и вопросы, связанные с необходимостью содействия развивающимся странам в области туризма. При этом последним предлагалось в качестве приоритетных претворять в жизнь проекты, касающиеся развития иностранного туризма в этих странах.

Международные организации в туризме

В общей резолюции и рекомендациях Римской конференции было определено значение международного туризма, раскрыты принципы и формы технического сотрудничества в области международного туризма, рекомендованы некоторые меры для его дальнейшего развития. Так, на рекламу туристской индустрией должно выделяться от 1 до 5%, во всяком случае не менее 1 %, расходов иностранных туристов, посещающих страну.

Реклама и туристская информация должны быть достоверными и не носить агрессивного характера. А в качестве одного из видов помощи для развития международного туризма предлагалось предоставление долгосрочных займов с низкими процентными ставками из таких источников, как Международный банк реконструкции и развития и Международная финансовая корпорация.

Международные организации в туризме

Проблемы визового контроля занимали одно из важных мест на Конференции. Было рекомендовано правительствам путем соглашений или односторонних действий увеличить до максимума количество стран, гражданам которых разрешен безвизовый въезд.

Виза должна была выдаваться бесплатно и, по возможности, на взаимной основе. Должны быть упрощены документация и прочие процедуры, требуемые для выдачи виз, которые необходимо выдавать временным посетителям в течение 15 дней после обращения.

Международные организации в туризме

Конференция рекомендовала государствам в тех случаях, когда виза не может быть отменена, ослабить визовые формальности путем:

- продления, по меньшей мере, до шести месяцев срока ее действия;
- разрешения неограниченного количества въездов в течение срока действия визы;
- продления до трех месяцев периода разрешаемого пребывания в стране и др.

Международные организации в туризме

Рекомендации Конференции также предусматривали освобождение туристов, насколько возможно, от любых полицейских, таможенных, санитарных и административных формальностей. Очевидно, что решения и рекомендации Римской конференции пытались сделать туризм более комфортным и доступным.

В Риме также прозвучала информация о наличии у ЮНЕСКО программ развития институтов по подготовке персонала, обеспечивающего совершенствование туризма, а также поддержки музеев, художественных галерей, восстановления памятников и исторических мест.

Международные организации в туризме

1967 г. был провозглашен ООН годом туризма, исходя из «важности туризма» и потому, что «туризм является одной из основных и желательных сторон деятельности человека, заслуживающей одобрения и поощрения со стороны всех народов и правительств», кроме того, «он играет полезную роль в области образования, культуры, экономики и в социальной области».

Год туризма должен был помочь «установлению лучшего взаимопонимания между народами всех стран, лучшего осведомления людей о богатом наследии различных цивилизаций, лучшего понимания людьми той ценности, которая свойственна различным культурам, чем вносится вклад в дело укрепления мира во всем мире».

Международные организации в туризме

После многолетней борьбы и разногласий между двумя крупнейшими международными туристскими организациями в 1967 г. в результате слияния ФИАВ и Всемирной организации ассоциаций туристских агентств (ВОАТА) возникает Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств — ФУААВ (FUAAV).

Она представляет собой объединение туристских фирм, бюро путешествий и предпринимателей, связанных с обслуживанием туристов.

Международные организации в туризме

Согласно Уставу ФУААВ основными целями Федерации являются объединение национальных туристских ассоциаций всех стран мира; защита профессиональных интересов всех туристских агентств, объединенных в национальных ассоциациях — членах ФУААВ; укрепление профессионального престижа туристских агентств; обеспечение, путем организации международных конгрессов, возможностей встреч между туристскими агентствами — членами национальных ассоциаций различных стран, объединенных в ФУААВ; снабжение информацией национальных ассоциаций, а также их членов по всем профессиональным вопросам, которые могут их интересовать; создание национальных ассоциаций туристических агентств в тех странах, где их еще нет; урегулирование разногласий, которые могут возникнуть между национальными ассоциациями и туристскими агентствами разных стран.

Международные организации в туризме

В начале 60-х гг. была образована и Всемирная организация туристских агентств ВАТА (WATA — World Association of Travel Agencies) для того, чтобы «способствовать организации международных туристских путешествий путем создания по всему миру сети агентств ВАТА; обеспечивать коммерческие интересы своих членов путем обмена технической и коммерческой информацией их деятельности; унифицировать туристскую документацию, расширить сферу ее применения».

Согласно уставу ВАТА каждый город может быть представлен в ней только одним туристским агентством.

ВАТА ввела «карточку на туристское обслуживание» - ваучер, которую члены этой организации могут свободно выдавать своим клиентам, а те, в свою очередь, могут пользоваться услугами любого из 240 ее агентств, расположенных во всем мире.

Международные организации в туризме

Правопреемницей МСОТО в 1975 г. стала Всемирная туристская организация ВТО (WTO), являющаяся международной межправительственной организацией. Еще в декабре 1971 г. Генеральная Ассамблея ООН в резолюции № 2802 (XXVI) предложила государствам, национальные организации которых являлись членами МСОТО, «как можно скорее одобрить статус Всемирной организации по туризму».

Главной целью ВТО, согласно п. 1., ст. 3 Устава, провозглашается «содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свободы для всех людей без различия расы, пола, языка и религии».

Международные организации в туризме

ВТО действует под патронажем ООН. В 1977 г. было подписано Соглашение о сотрудничестве и взаимоотношениях между ООН и ВТО. В нем предусматривается обмен информацией и документацией, содействие в выполнении рекомендаций, относящихся к сфере туристской деятельности; развитие такого сотрудничества, которое помогло бы избежать дублирования в работе, анализ и обмен необходимой статистической информацией в области туризма и т.д.

В связи с тем что ВТО ведет поиск путей «к заключению отдельных соглашений о сотрудничестве с другими учреждениями системы ООН, которые занимаются туризмом или связаны своей деятельностью с туризмом», были заключены в 1978 г. рабочие соглашения с транспортными организациями: ИКАО, ИМО, ИМКО, а в дальнейшем были подписаны соглашения с ЮНЕСКО, МОТ, ВОЗ и др.

Международные организации в туризме

Штаб-квартира этой организации находится в Мадриде.

27 сентября 1975 г. принимается Устав ВТО. А с 1980 г. этот день было решено отмечать как Всемирный день туризма. По сложившейся традиции ежегодно меняется девиз, провозглашаемый на Всемирном дне туризма, акцентирующий какие-либо аспекты туристской работы в мире на год.

Между сессиями, которые ВТО созывает каждые два года, работает Исполнительный совет генеральной ассамблеи, который, в частности, назначает и Генерального секретаря ВТО. Исполнение обязанностей Генерального секретаря рассчитано на 4 года .

Официальными языками, принятыми для работы ВТО, стали английский, французский, испанский и русский.

Генеральный секретарь ВТО ООН – Талерб Рифаи из Иордании.

Манильская конференция ВТО-ООН

Важным событием в деятельности ВТО стало проведение второй Всемирной конференции по туризму, которая состоялась в 1980 г. в столице Филиппин Маниле. В ее работе приняли участие представители 100 государств, а также большое количество представителей международных правительственных, межправительственных, туристских, профсоюзных и других организаций.

На конференции были рассмотрены вопросы ответственности государств за развитие туризма, а также актуальные вопросы, касающиеся регулирования спроса и предложения на рынке туристских услуг, научно-техническое сотрудничество в области туризма, подготовка кадров для индустрии туризма и, наконец, одна из ключевых проблем: человек — организатор своего отдыха.

Манильская конференция ВТО-ООН

Все рекомендации, выработанные в ходе дискуссий и обсуждений на конференции, вошли в ее итоговый документ, получивший название Манильской декларации по международному туризму.

Если до 1980 г. туризм рассматривался, в основном, с точки зрения его доходности, то Манильская декларация провозгласила новую современную концепцию туризма, согласно которой туризмом считается и способ проведения отпусков, и форма отдыха, путешествий и перемещений лиц с любыми целями. При этом было подчеркнуто, что имеющая важное значение свобода туристских путешествий «возможна только в том случае, если во всем мире будут мир и более стабильный экономический порядок». Но свобода передвижений неразрывно связана и с развитием техники.

Манильская конференция ВТО-ООН

Манильская декларация предлагала государствам обеспечивать иностранным туристам самый лучший прием и обращение без какой-либо дискриминации. Впоследствии Резолюцией № 36/41 Генеральной Ассамблеи ООН была определена роль туризма как элемента международной стратегии развития: «Мировой туризм может стать существенным фактором обеспечения мира во всем мире... моральной и интеллектуальной основой для международного взаимопонимания и взаимозависимости между нациями».

Он «может внести свой вклад в установление нового международного экономического порядка, который способствовал бы сокращению разрыва между развитыми и развивающимися странами».

Манильская конференция ВТО-ООН

На основе общих руководящих принципов Декларации необходимо добиваться:

- общего права на отдых и досуг для всех слоев населения;
- материальной и моральной поддержки туристов с целью дальнейшего осуществления концепции оплачиваемого отпуска;
- принятия финансовых и технических мер, имеющих своей целью увеличение покупательной способности граждан;
- привлечения к туризму внимания со стороны общественности и правительственных кругов;
- развития и увеличения наиболее простых и функциональных видов гостиничного размещения для населения с низкими доходами;

Манильская конференция ВТО-ООН

- защиты и сохранения окружающей среды, экологической структуры и природного, исторического и культурного наследия страны;
- принятия мер по разъяснению гражданам их двойственной роли—в качестве гостя и хозяина;
- осуществления на всех соответствующих уровнях образовательной системы и включения в соответствующий учебный материал новых идей, появляющихся в результате исследований, направленных на лучшее использование свободного времени, включая возможности для путешествий;
- разработки надежных и всеобъемлющих информационных материалов, которые должны предоставляться в распоряжение средствам массовой информации (СМИ) и местному населению и др.

Документ Акапулько

В 1982 г. состоялось Всемирное совещание по туризму в мексиканском городе Акапулько, принявшее Документ Акапулько.

Важнейшим событием в деле развития международного туризма можно считать утверждение ВТО на VI сессии ее Генеральной ассамблеи Хартии туризма и Кодекса туриста. На этой же сессии была принята специальная резолюция о роли туризма в деле укрепления мира и резолюция по молодежному туризму.

Хартия туризма представляет собой основной международный документ, в котором зафиксированы нормы и принципы отношений государств в области туристской деятельности.

Документ Акапулько

К основным принципам необходимо отнести следующие:

- «право каждого человека на отдых и досуг, включая право на оплачиваемый периодический отпуск, а также право свободно передвигаться без ограничений, кроме тех, которые предусмотрены законом»;
- «государства должны разрабатывать и проводить политику, направленную на обеспечение гармоничного развития внутреннего и международного туризма»;
- «государствам следует содействовать упорядоченному и гармоничному росту как внутреннего, так и международного туризма»;
- «государства должны проводить туристскую политику в соответствии с политикой общего развития, проводимой на различных уровнях — местном, региональном, национальном и международном, — и расширять сотрудничество в области туризма как на двусторонней, так и многосторонней основе»⁸³

Хартия туризма

Хартия основывалась на тех положениях, которые были выработаны в Манильской декларации по мировому туризму и Документе Акапулько. Она призвала содействовать принятию мер, позволяющих каждому участвовать во внутреннем и международном туризме; защищать в интересах современного и будущих поколений человечества туристскую среду, включающую в себя собственно человека, природу, общественные отношения и культуру. Туризм призван содействовать интенсификации контактов с местным населением с целью улучшения взаимопонимания и взаимного обогащения.

Кодекс туриста представляет собой составную часть Хартии туризма. Им определяются нормы поведения, права и обязанности туристов в ходе участия их в туристской поездке. Туристы, согласно этому Кодексу, должны своим поведением способствовать взаимопониманию и дружеским отношениям между народами и таким образом содействовать сохранению мира.

Ванкуверская конференция

В канадском городе Ванкувере в 1988 г. состоялась еще одна Международная конференция, рассмотревшая роль и место туризма в сохранении мира. В этой конференции приняло участие более 500 делегатов из 65 стран мира. В ходе обсуждения докладов были рассмотрены пути влияния туризма на процессы взаимопонимания и уважения между странами и народами. Итоговый документ конференции, названный «Кредо миролюбивого путешественника», содержал следующие положения:

- «с благосклонностью и признательностью принимать разнообразие мира, с которым встречаюсь;
- уважать и защищать природную среду, которая поддерживает все живое на Земле;

Ванкуверская конференция

- уважать все культуры, которые я узнаю;
- уважать и благодарить хозяев за гостеприимство;
- предлагать руку дружбы всем, кого я встречаю;
- поддерживать туристское обслуживание, которое разделяет эти взгляды и действует в соответствии с ними, всей душой, словами и поступками;
- побуждать других путешествовать по миру в мире».
- Решения ванкуверской конференции подняли проблему вклада туризма в сохранение и поддержание мира на должную высоту.

Гаагская конференция

- В 1989 г. в Гааге (Нидерланды) состоялась Межпарламентская конференция по туризму.
- Первым принципом принятой на этой конференции декларации отмечалось, что «туризм стал явлением, которое вошло в наши дни в повседневную жизнь сотен миллионов людей», кроме того, «он должен быть заботой каждого, являясь одновременно следствием и решающим фактором качества жизни в современном обществе.
- Поэтому парламентам и правительствам следует уделять все более активное внимание туризму с целью обеспечения его развития в гармоничном соответствии с обеспечением других основных потребностей и видов деятельности общества».

Гаагская конференция

Основные положения 10 принципов этой Декларации можно свести к следующему:

- туризм — эффективное средство содействия социально-экономическому росту страны;
- основным условием развития туризма является естественная, культурная и человеческая окружающая среда;
- туризм носит исключительно гуманный характер;
- каждый человек имеет право на свободные путешествия;
- основа развития туризма — упрощение формальностей путешествий;
- важнейшим условием развития туризма является безопасность и защита туристов, уважение их достоинства;
- государства должны принимать меры по борьбе с терроризмом, совершенствовать качество туристских услуг, планировать развитие туристской инфраструктуры.

Шенгенское соглашение

Используя в качестве основы Шенгенское соглашение 1985 г. о постепенной отмене контроля на общих границах, Королевство Бельгия, Федеративная Республика Германия, Французская Республика, Великое Герцогство Люксембург и Королевство Нидерланды в 1990 г. подписали Конвенцию, согласно которой отменялись проверки на внутренних границах, упрощались процедуры по пересечению как внутренних, так и внешних границ; вводилась единая виза для этих стран и единый визовый режим для третьих стран, оговаривались условия, регламентирующие передвижения иностранцев по шенгенскому пространству, и создавалась шенгенская информационная система.

История туризма в России

Периоды развития туризма в России

Существует 5 периодов развития туризма в России:

1. Просветительский (до 90-х гг.19 века)
2. Предпринимательский (1890 – 1917)
3. Организационно – централизованный (1930 – 1970)
4. Административно – нормативный (1970 – 1990)
5. Переходный (с 1990)

К советскому периоду относятся 3 и 4 периоды.

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

В Русском государстве первые путешествия были связаны с познавательными, торговыми, политическими и религиозными целями. Княгиня Ольга в IX в. посетила Византию.

По мнению историка С. М. Соловьева, важнейшими причинами, побудившими ее совершить путешествие, были «любопытство посмотреть чудеса образованного мира» и престиж, так как «возвышался тот, кто был в Константинополе». К наиболее ранним путешествиям относятся также перемещения купеческих караванов как внутри Древней Руси, так и за ее пределами (Константинополь, Астраханское государство, Византия, Великий шелковый путь).

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

В конце XVII в., начиная с правления Петра I практикуются поездки за границу с целью приобретения знаний, для расширения своего познавательного кругозора.

Пример показал сам царь Петр I, совершив путешествие в составе Великого московского посольства в страны Западной Европы. Это произошло в 1697-1699 гг.

С тех пор путешествия познавательного характера становятся одним из распространенных видов туризма в России.

Путешествия, связанные с изучением разных сторон жизни Западно-Европейских стран, оказали значительное влияние на развитие русской культуры.

Одним из результатов этого влияния стало обязательное изучение дворянами иностранных языков: при Петре I - немецкого, голландского; позже - французского.

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

В XVIII в. были предприняты первые попытки организации путешествий за границу для всех желающих.

Иностранец Вениамин Генш в 1777 г. выпустил несколько страниц приложения к газете «Московские ведомости», в которых представил «План предпринимаемого путешествия в чужие края».

Это было первое приглашение россиянам совершить групповую поездку в страны Западной Европы, организацию которой брал на себя составитель плана.

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

Поездки для лечения внутри страны стали практиковаться с XVIII в. Ездили к святым и целебным источникам, но уже с оздоровительной целью. Так, 20 марта 1719 г. Петром I был издан указ об открытии в Карелии курорта «Марциальные воды». Это послужило началом изучения лечебных свойств минеральных источников и распространения путешествий с целью лечения и оздоровления.

Возникают бальнеологические курорты в Старой Руссе, Кашине, недалеко от Самары (Сергиевские Минеральные Воды), Липецкий бальнеологический и грязевый курорт, курорты Ялты, Кавказских Минеральных Вод.

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

Основным препятствием для путешествий XVIII – начала XIX в. по России были плохие дороги, отсутствие условий нормального жизнеобеспечения в пути (гостиниц, трактиров, станций для смены или отдыха лошадей). Возможность заграничных путешествий была ограничена в материальном отношении даже для высшего сословия.

В 20-е гг. XIX в. заграничный паспорт стоил 500 руб. серебром, помимо этого разрешение на выезд нужно было получить у императора лично, выезд разрешался только для лечения или совершения коммерческих сделок.

Но уже в 50-е гг. порядок выезда либерализовался, и к концу XIX в. география путешествий состоятельных дворян распространилась по всем странам Европы: Италия, Швейцария, Германия, Швеция и другие страны.

Просветительский период (до 90-х гг. XIX в.)

В 1881 г. после того, как паломничество в Святую палестинскую землю совершили великие князья, император Александр III подписал указ о создании Императорского православного палестинского общества. Эта общественная организация приобретала недвижимость на Ближнем Востоке и организовывала путешествия в Святую землю.

Таким образом, туризм в просветительский период развивался в следующих направлениях:

- паломнические путешествия;
- поездки с целью лечения и оздоровления;
- индивидуальные путешествия познавательного характера;
- путешествия экскурсионного характера с просветительно-познавательной целью для учащихся начальной, средне-специальной и высшей школ.

Предпринимательский период (1890-1917 гг.)

Зарождение организованного туризма относится к началу 1890-х гг. Именно тогда появляются общества туристской направленности: Общество любителей естествознания (ОЛЕ), Крымский горный клуб, Кавказский горный клуб, Кружок любителей горного спорта и крымских гор, Предприятие для общественных путешествий во все страны света Липсона и др. В курортных местах Крыма и Кавказа за небольшую плату членам обществ и клубов стали предлагаться непродолжительные путешествия познавательного характера. Основатели обществ заложили прочный фундамент развития туризма в России.

Предпринимательский период (1890-1917 гг.)

Появились пароходы, стали практиковаться путешествия по воде. В 1913 г. в круизах участвовало 10 млн. пассажиров. В 1914 г. были построены два самых больших теплохода того времени - «Великая княжна Ольга Николаевна» и «Великая княжна Татьяна Николаевна».

В Крыму и на Кавказе сформировались курорты, где сосредоточились рекреационные виды туризма. К 1913 г. в России работало 60 санаториев на 3 тыс. мест.

Предпринимательский период (1890-1917 гг.)

Началось формирование туристского бизнеса, т. е. появление предприятий, специализирующихся на обслуживании туристов, как-то: гостиницы, кафе, рестораны и специальные магазины.

В Сочи был сооружен комплекс «Кавказская Ривьера», куда входили 4 гостиницы на 360 номеров и концертный зал на 600 мест, оборудованный пляж, корты, автомобили, лечебный корпус.

В крупных городах России строились первоклассные гостиницы («Националь» и «Метрополь» - в Москве, «Европейская» и «Астория» - в Санкт-Петербурге). Этот период развития туризма в России также характерен становлением экскурсионного обслуживания.

Предпринимательский период (1890-1917 гг.)

Предпринимательский период характеризуется следующими тенденциями:

- создается туристская инфраструктура: рестораны, гостиницы, транспортная сеть;
- формируется туристский рынок, в котором прослеживаются два основных сегмента: элитный туризм для состоятельных слоев и экскурсионный (рекреационный) туризм для интеллигенции;
- появляются многочисленные туристские фирмы, бюро, компании, клубы, общества.

Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.)

В 1928 г. Российское общество туристов было реорганизовано в Общество пролетарского туризма, а в 1930 г. было создано Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ). В него вошли все организации по туризму, объединившие в своих рядах около 75 тыс. чел.

Таким образом была установлена государственная монополия в российском туризме. Общество имело четкую организационную структуру, в состав которой входили ячейки, созданные на промышленных предприятиях, в учебных организациях, колхозах. Во всех республиках работали филиалы общества. Особое распространение получил пешеходный и лыжный туризм.

Для военнослужащих также организовывались поездки познавательного характера по местам гражданской войны, в Крым, на Кавказ, в Москву и Ленинград.

Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.) – иностранный туризм

- В 1929 г. основывается Всесоюзное акционерное общество «Интурист» (ВАО «Интурист»), что было связано с началом развития иностранного туризма и упорядочением приема зарубежных гостей.
- В 1931 г. для размещения иностранных туристов было создано Всесоюзное акционерное общество «Отель» (ВАО «Отель»). В ведении общества находились 17 отелей в разных городах страны. До 1941 г. было принято около 100 тыс. иностранных туристов.

Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.) – внутренний туризм

К началу 30-х гг. экскурсионный и спортивный туризм становится массовым явлением, в нем принимают участие около 500 тыс. граждан.

Для успешного решения проблем при ВЦСПС вместо ликвидированного в 1936 г. Общества пролетарского туризма и экскурсий создается Центральное туристско-экскурсионное управление (ТЭУ ВЦСПС), в ведении которого находились материальная база и туристско-экскурсионное обслуживание населения.

В 1960 г. создается Центральный совет по управлению курортами и туризму ВЦСПС, в 1969 г. - Центральный совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС. Оба совета руководили республиканскими, краевыми и областными советами.

Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.) – молодежный туризм

С целью развития международного молодежного туризма в июне 1958 г. создается Бюро международного молодежного туризма «Спутник».

Бюро занималось вопросами обмена молодежными группами СССР с другими странами. Однако в период 1960-70-х гг. в зарубежные поездки выезжало лишь 0,4 % граждан СССР.

Организационно-централизованный период (1930-1970 гг.)

Основные черты организационно-централизованного периода:

- развитие социального туризма;
- создание материальной базы для рекреационного туризма (дома отдыха, санатории, пионерские лагеря);
- развитие семейного, самодеятельного и спортивного туризма;
- лимитирование внешнего (выездного) туризма.

Административно-нормативный период (1970-1990 гг.)

Развитие туризма в этот период происходило в соответствии с планами, выполнение которых было обязательно. Планы разрабатывались на длительные сроки (5-10 лет) и утверждались высшими органами по туризму. Нормативные показатели планов, которые брались за основу при развитии туристской индустрии и обслуживания, подлежали жесткому контролю.

В период до 1990 гг. растет материально-техническая база лечебно-оздоровительного туризма, появляются новые гостиничные комплексы в крупных городах страны, получают распространение новые виды обслуживания — семейный отдых и курсовочное лечение.

В 1985 г. туристские организации предоставили обслуживание 38 млн человек, экскурсионные - 210 млн. Наиболее высокие темпы ежегодного роста иностранного туризма в СССР (10 % при среднемировом показателе - 5-6 %) приходятся на период 1976-80 гг.

Административно-нормативный период (1970-1990 гг.)

Основные черты административно-нормативного периода:

- развитие туризма в условиях жесткого нормирования и планирования;
- расширение географии туризма (Сибирь, Дальний Восток);
- концентрация рекреационного обслуживания в благоприятных территориально-климатических зонах;
- распространение новых форм обслуживания (семейный отдых, курсовочное лечение);
- формирование самой крупной и самой дешевой в мире базы социального и самодеятельного туризма;
- создание научной основы изучения туризма;
- рост показателей иностранного туризма.

Переходный период (с 1990 г.)

Для переходного периода характерны следующие тенденции:

- переход от монопольного хозяйства к многоукладному (туристские предприятия становятся собственностью разных владельцев);
- формирование туристского рынка на основе новых законов;
- использование туристских ресурсов в условиях рынка на основе новых экономических и правовых отношений;
- изменение характера спроса в связи с появлением новых видов туристских услуг (выездные шоп-туры - поездки с целью
- оптовых закупок, развлекательные, приключенческие туры, изучение языка и т. д.);
- не востребованность материальной базы туризма (гостиницы, пансионаты, дома отдыха);
- возникновение большого числа малых и средних туристских предприятий;
- рост средних показателей выездного туризма, особенно с целью шопинга.

Переходный период (с 1990 г.)

Этот период развития российского туризма характеризуется переходом от административного регулирования туризма к экономическому стимулированию, основанному на новых российских законах, касающихся как предпринимательства и рынка в целом, так и связанных с туристской деятельностью в частности.

Современный российский туризм

По данным Росстата, из России за рубеж в 2010 году выехало 39,3 млн. граждан, в том числе 12,6 млн. туристов. Число российских туристов, выехавших за рубеж, увеличилось на 32%. Российские туристы по итогам 2010 года вывезли за рубеж \$26,5 млрд. Таким образом, в среднем каждый российский турист потратил за рубежом более \$2,2 тыс. Лидерами по популярности были Турция, Египет, Китай и другие страны.

Современный российский туризм

В 2010 г. в Россию въехало 22,3 млн. иностранных граждан, в том числе 2,1 млн. туристов. Число иностранных туристов, посетивших Российскую Федерацию, увеличилось на 2%. Иностранные туристы потратили в Российской Федерации \$8,9 млрд., т.е. \$4,2 тыс. на человека.

Лидерами по въезду были туристы из Германии, США, Китая и др.

Дефицит туристского баланса составил \$17,6 млрд. долл. и продолжалось дальнейшее наращивание темпов выездного туризма.

Современный российский туризм

По данным РСРП число гостиниц и других средств размещения в России выросло с 2000 по 2010 гг. на 32% и составило 11 698 объектов (1% от общего количества гостиниц в мире).

В структуре средств размещения гостиницы составляют 44%, санаторно-курортные организации - 19%, дома отдыха, пансионаты, базы отдыха - 19%, турбазы, поезда, круизные суда, яхты, дебаркадеры и прочее - 2%, 16% - организации гостиничного типа (мотели, апартаменты, общежития и прочее).

Современный российский туризм

Вместе с тем в Российской Федерации самый низкий в Европе показатель количества гостиничных номеров на тысячу жителей.

В Москве он составляет 3,5 номеров на тысячу, в Санкт-Петербурге - 4,2. И это самая высокая концентрация по стране. Дальше идут Екатеринбург и Новосибирск с показателями 2,1 и 0,8.

Для сравнения в Берлине и Мадриде - 11,4 и 11,2 на тысячу соответственно, а в Париже, Лондоне и Риме - 18,6, 15,3 и 19,5.

Современный российский туризм

Российский гостиничный бизнес осваивается иностранными операторами началось с Москвы. Одной из первой московской гостиницей управляющихся по американским стандартам стала гостиница «Славянская», включенная в гостиничную сеть Radisson SaS.

В 1993 году в Москве были представлены следующие гостиничные марки: Intercontinental, Kempinski, Sas Radisson, Accor, Marco Polo, IMP Group, Renaissance, Marriott и др. В 1994 году в Сочи был открыт отель Radisson Sas Lazurnaya.

В 1997 году к ранее действующим отелям, входящим в международную гостиничную сеть, в России добавились новые участники: Forte le Meridien, Holiday Inn, Sheraton, Marriott.

Современный российский туризм

В 1998 году на гостиницы, включенные в американские гостиничные сети, приходилось около половины всего номерного фонда верхнего сегмента московского гостиничного рынка.

Гостиницы, входящие в международные гостиничные сети, занимали лидирующие позиции в рейтинге гостиниц России на протяжении всей своей истории.

В регионах на сегодняшний день крупнейшим между-народным гостиничным оператором в является- «Radisson SAS», представленный в Сочи. В данную сеть входят три оте-ля: «Лазурная», «Парк Отель» - на побережье, «Пик Отель» - на горнолыжном курорте «Красная Поляна».

Современный российский туризм

В России развиваются национальные гостиничные компании: «Амакс» (13 гостиниц в европейской части страны), Accord management group, «Интурист Хотел Групп» (созданный на базе ВАО «Интурист»), «Алросо», «Русские отели», «Евразия», «Форстон» и др. В 2001 – 2002 годах представители различных направлений российского бизнеса начали скупать старые гостиницы в регионах, а затем вкладывали относительно небольшие средства в их реконструкцию.

Отечественным гостиничным компаниям не более 5-10 лет. Поэтому, в частности, в России нет ни одного собственного хорошо узнаваемого гостиничного бренда.

Современный российский туризм

Согласно отчету Всемирного экономического форума (ВЭФ) о конкурентоспособности сектора туризма и путешествий (ТТСИ) Россия в 2010 году, заняла 59 место в рейтинге конкурентоспособности туристической отрасли из 139 стран .

Ближайшими к России по рейтингу стали Уругвай (58 место) и Аргентина (60). А лидируют в рейтинге конкурентоспособности Швейцария, Германия и Франция. Последнее место занимает Чад.

Наиболее сильные позиции Россия занимает по показателям обеспеченности природными и культурными ресурсами (4 и 13 места соответственно), мобильными телефонами (9 место), протяженности авиамаршрутов (7), количеству авиакомпаний (5), качеству железнодорожной сети (31), обеспеченности врачами (3) и больничными койками (2).

Стратегия развития туризма в Российской Федерации

В 2008 году была утверждена Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года и план мероприятий по её реализации.

Положения стратегии являются основой для общегосударственного понимания места и роли туризма в экономике страны. Они направлены на реализацию фундаментальных задач развития отрасли, являясь для органов исполнительной власти всех уровней ориентиром в выработке ключевых направлений государственной поддержки туристской индустрии.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года

В Концепции туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль национальной экономики.

Развитие гостиничного и туристического бизнеса в Российской Федерации должно базироваться на инновационном сценарии, который предполагает прорыв в повышении производительности труда, ресурсосбережении, информационных технологиях и превращении инновационных факторов в основной источник экономического роста в индустрии гостеприимства и туризма.

Прогноз развития туризма до 2020 г.

К 2020 г. ведущим туристическим направлением мира станет Китай, а следующими по популярности станут США, Испания и Гонконг (как самостоятельное от Китая направление).

К 2020 г. количество международных туристских прибытий превысит уровень 1995 г. в 3 раза и составит 1,6 млрд человек.

Лидерами выездного туризма к 2020 г. станут Германия, Япония, США, Китай и Великобритания. При этом российский выездной туризм будет где-то на уровне 30 млн человек, что ниже, чем в Великобритании более чем в 3 раза, а Германии — в 5,5 раз.

К наиболее популярным видам туризма к 2020 г. можно будет отнести: приключенческий, экологический, культурно-познавательный, тематический, а также круизы.

Время, которое люди выделяют на свой отдых, будет сокращаться, поэтому туристы будут искать туристский продукт, дающий максимум удовольствий в минимальный отрезок времени.