

ПРЕЗЕНТАЦИЯ
По дисциплине: география
На тему:
«Развитие международного туризма»

Выполнил студент:

ГТ-91 группы Кубицкая А. В.
(Ф.И.О.)

Преподаватель:

Кокшарова Н.М.
(Ф.И.О.)

Дата проверки 2020г.

Понятие международного туризма

Международный туризм, являясь одним из видов туризма, обладает всеми присущими этому понятию признаками, а также имеет некоторые особенности, обусловленные его международным характером. В связи с этим определение понятия "международный туризм" зависит от определения общего понятия "туризм" с учетом специфических особенностей.

В основе развития международного туризма лежат следующие факторы:

- ▶ 1. Совершенствования всех видов транспорта удешевило поездки.
- ▶ 2. Увеличение числа наёмных рабочих и служащих в развитых странах и повышение их материального и культурного уровня.
- ▶ 3. Интенсификация труда и получение трудящимися более продолжительных отпусков.
- ▶ 4. Развитие сферы услуг стимулировало развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций.
- ▶ 5. Ослабление ограничений на вывоз валюты во многих странах и упрощение пограничных формальностей.

Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. В экономике отдельной страны международный туризм выполняет ряд важных функций:

- ▶ 1. Международный туризм – источник валютных поступлений для страны и средство для обеспечения занятости.
- ▶ Развитие международного туризма приводит к развитию экономической инфраструктуры страны и мирных процессов. Таким образом, международный туризм следует рассматривать, соотносясь с экономическими отношениями отдельных стран.
- ▶ Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку и Австралию
- ▶ Всемирная организация по туризму в своей классификации выделяет страны, являющиеся преимущественно поставщиками туристов (США, Бельгия, Дания, Германия, Голландия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия) и страны являющиеся, в основном, принимающими туристов (Австралия, Греция, Кипр, Италия, Испания, Мексика, Турция, Португалия, Франция, Швейцария).
- ▶ Подобное развитие международных туристических связей повлекло за собой создание многочисленных международных организаций, содействующих улучшению работы этой сферы мировой торговли. В их число входят: специализированные учреждения системы Организации Объединенных Наций (ООН), организации, где вопросы развития международного туризма обсуждаются эпизодически и не являются главными в сфере деятельности; неправительственные специализированные, международные коммерческие, национальные и региональные организации по туризму.
- ▶ Согласно Уставу Всемирной туристической организации (ВТО), целями её деятельности являются поощрение туризма как средства экономического развития и международного взаимопонимания для обеспечения мира, благосостояния, уважения и соблюдение прав человека независимо от расы, пола, языка и религии, а также соблюдение интересов развивающихся стран в области туризма.

С развитием массового организованного туризма и переходом его на новую основу, опирающуюся на развитую туристическую индустрию и современные средства транспорта, произошли некоторые изменения в формах организации международного туризма.

- Во-первых, существенно возросло число розничных фирм, предлагающие туристические услуги турагентов и лишённых зачастую юридической и хозяйственной независимости.
- Во-вторых, изменился характер деятельности туристических оптовых фирм, которые превратились в туроператоров, предлагающих полный комплекс услуг в виде инклюзив — туров.
- В-третьих, появились крупные корпорации, основанные на капитале транспортных, торговых, страховых компаний и банков, осуществляющие операции по представлению туристических услуг клиентам.

Все вышеназванные категории фирм отличаются друг от друга по функциям и характеру деятельности.

Туристические агентства — это розничные фирмы, которые исполняют роль посредников между туроператорскими фирмами и обслуживаемыми предприятиями, с одной стороны, и клиентами-туристами, с другой. Турагентства либо организуют туры, предлагаемые туроператорскими фирмами, либо занимаются предоставлением отдельных видов услуг индивидуальным туристам или группам лиц, устанавливая непосредственные связи с транспортными организациями, гостиничными корпорациями, экскурсионными бюро. Продажа туров осуществляется по ценам, устанавливаемым туроператорами и указанным в их проспектах. За реализацию инклюзив-туров турагентства получают определённое комиссионное вознаграждение от туроператоров.

Международный туризм — это вид деятельности, направленный на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса с целью удовлетворения широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста. Туристские услуги в международном товарообороте выступают как «невидимый» товар.

Начало эры массового туризма связано с интернационализацией всех сфер общественной жизни, повышением уровня жизни, увеличением свободного времени, изменениями в сфере транспорта и связи. В 60-70-е гг. международный туризм приобрел всемирный характер. В среднем около 65% всех международных туристических поездок приходится на Европу, около 20% — на Америку, 15% — на остальные регионы (1990 г.). За последние 20 лет численность международных туристов в мире увеличилась на 1/3 и, по прогнозам, к 2000 г. их число превысит 500 млн. По данным Международной организации туризма, темпы роста международного туризма составляют 4,5—5% в год.

Такой рост связан с воздействием основных факторов, влияющих на развитие туризма. Их можно подразделить на экономические и социальные. К этим факторам прежде всего относят рост личных доходов граждан выше пределов, достаточных для удовлетворения необходимых потребностей, техническое совершенствование средств транспорта и связи, вовлечение в туризм новых слоев общества (пенсионеров, хозяев мелких предприятий, семейный туризм). Повышение темпов урбанизации приводит к расширению туризма — формируются мощные туристические комплексы, которые рекламируют свои услуги. Не малую роль играет тенденция к дроблению отпуска, в результате чего сроки туризма сокращаются, но растет количество поездок. К субъективным причинам роста туризма относится деятельность государственных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и пребывания на ее территории иностранных граждан.



**Конец
презентации!**

Спасибо за внимание!!!