Министерство образования РФ

Российская Международная Академия Туризма

Волжско-Камский Филиал.

РЕФЕРАТ

**по теме:**

# "Международный туризм :состояние и перспективы развития "

**Выполнила :** студентка 14 гр.

Петрова Ю.В.

**Проверила :** Зарипова Р.А.

Набережные Челны 2004

Содержание

"Международный туризм :состояние и перспективы развития "

Введение. Роль туризма в мировой экономике

Глава 1. Международный туризм: понятие и классификация

Глава 2. Развитие международного туризма

Глава 3. Организация международного туристического бизнеса

Глава 4. Перспективы развития международного туризма

Заключение

Список литературы 14

# Введение. Роль туризма в мировой экономике

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм в международной торговле услугами. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений- 14%.Так, если в 1950 г. число туристов во всем мире составляло 25 млн., а оборот туриндустрии- 2,1 млрд. долларов США , то согласно данным Всемирной Туристской Организации (ВТО) в 1995 г. в мире было зарегистрировано576 млн. прибытий туристов, поступления от международного туризма достигли 372 млрд. долларов). В целом объемы валютных поступлений от туризма за период с 1950 по 1995 год выросли в 144 раза.

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.
2. Международный туризм расширяет вклады в платежный баланс и ВНП страны.
3. Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма.
4. С ростом занятости в сфере туризма растут доходы населения и повышается уровень благосостояния нации.

Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению, удельный вес которых в мировом экспорте 11% и 8,6% соответственно. В 1991 году суммарный доход стран мира от международного туризма составлял 7% от общего объема мирового экспорта и 3% от мирового экспорта услуг.

Международный туризм в мире крайне неравномерен, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. 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, менее10% - на Азию, Африку и Австралию вместе взятые.

Подобное развитие международных туристических связей повлекло за собой создание многочисленных международных организаций, содействующих улучшению работы этой сферы международной торговли. Многие высокоразвитые страны Запада , такие, как Швейцария ,Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма. За послевоенные годы была создана мощная исследовательская база и система профессиональной подготовки в области туризма.

Итак, международный туризм, характерной чертой которого является то, что значительная часть услуг производится с минимальными затратами на месте, играет все более заметную роль в мировой экономике. Туристическая отрасль входит в число экономических форвардов, дающих внушительную величину добавленной стоимости.

# Глава 1. Международный туризм: понятие и классификация

Туризм занимает значительное место в международных отноше­ниях. Около 500 млн. человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики.

Однако информация о развитии международного туризма не яв­ляется абсолютно точной, поскольку достаточно сложно измерить туристические потоки. Из-за отсутствия единого способа их учета значительно осложняется сопоставление статистических данных меж­ду странами.

Кроме того, понятие «туризм» имеет несколько расплывчатый ха­рактер. Во-первых, туризмом считается временное перемещение людей из мест, где они обычно проживают и работают, в другие места. Под "временным перемещением" условно понимается период до одного года. Во-вторых, согласно международной статистике к ино­странным туристам относятся лица, посещающие другую страну (как минимум с одним ночлегом) с любой целью, кроме профессиональ­ной деятельности, оплачиваемой в этой стране.

В положении о лицензировании международной туристической деятельности(от 12.12.95 №1222) установлено, что под международной туристической деятельностью понимается прием иностранных туристов на территории Российской Федерации и направление туристов за рубеж. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ" гласит, что "туризм- это временные выезды (путешествия)граждан РФ ,иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных , познавательных, спортивных, религиозных, профессионально-деловых и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания".

В настоящее время туризм классифицируется:

*По целям*: маршрутно-познавательный; спортивно-оздоровитель­ный; самодеятельный, в том числе с активными способами передви­жения; деловой и конгресс-туризм; курортный, лечебный; горнолыж­ный; фестивальный; охотничий; экологический; шоп-туризм; рели­гиозный; учебный и др.;

*по степени мобильности*: передвижной; стационарный; смешан­ный;

*по форме участия*: индивидуальный; групповой; семейный;

*по возрасту*: зрелый; молодежный; детский; смешанный; по продолжительности: однодневный; многодневный; транзитный;

*по использованию транспортных средств*: автомобильный; желез­нодорожный; авиационный; водный; велосипедный; конный; ком­бинированный;

*по сезонности*: активный туристский сезон, межсезон (полусезон), несезон;

*по географии*: межконтинентальный; международный (межрегио­нальный); региональный; местный; приграничный;

*по способу передвижения*: пешеходный; с использованием традиционных транспортных средств; с использованием экзотических ви­дов транспорта (канатная дорога, фуникулер, дирижабль, воздуш­ный шар, дельтаплан).

Международный туризм оказывает влияние на развитие как от­дельных стран, так и мировой экономики в целом. По мере расши­рения международной торговли и иных форм международных эко­номических отношений, повышения уровня культуры и образова­ния международный туризм также будет развиваться.

# Глава 2. Развитие международного туризма

В 60-70-х гг. международный туризм приобрел всемирный харак­тер. В результате образовался мировой рынок, в котором участвуют все без исключения страны. В среднем около 65% всех международных туристических поез­док приходится на Европу, около 20% — на Америку и около 15% на остальные регионы. В табл.1 приведены данные о международ­ном туризме в 1990 г. Подробную статистическую информацию о развитии международного туризма можно найти также в статистиче­ском сборнике Yеаr Bоок оf Тourism Statistics , издаваемом Всемирной туристской организацией (ВТО).

Основными факторами, влияющими на развитие выездного ту­ризма в высокоразвитых странах, являются экономические и соци­альные, прежде всего рост личных доходов граждан (потенциальных туристов) выше пределов, достаточных для удовлетворения необхо­димых потребностей.

К субъективным причинам относится деятельность государствен­ных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и пре­бывания на ее территории иностранных граждан и др.

Развитие международного туризма в странах, преимущественно принимающих туристов, обусловлено стремлением увеличить приток иностранной валюты и создать новые рабочие места. Многие страны посредством международного туризма пытаются решить проблемы платежного баланса.

По данным Всемирного совета по туризму, в 1993 г. на туризм приходилось 10,1% всемирного ВВП и 10,5% рабочих мест.

Таблица 1

Международный туризм в 1990 г.\*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Регион и страна | Количество прибыв-ших туристов | | Доходы от иностранного туризма,  млн. дол | Расходы туристов  за границей,  млн. дол. | Сальдо,  млн. дол. |
|  |  | Тыс. чел | % |  |  |  |
|  | **Весь мир** | **454875** | **100.0** | **255006** | **237916** |  |
|  | ***Азия*** | ***62495*** | ***13.7*** | ***41044*** | ***43746*** |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 1 | .Гонконг | 5933 | 1,3 | 5032 | ... | ... |
| 2. | Израиль | 1063 | 0,2 | 1382 | 1485 | -103 |
| 3. | Индонезия | 217 | 0,5 | 2105 | 886 | +1219 |
| 4. | Индия | 1707 | 0,4 | 1437 | 425 | +1012 |
| 5. | Иордания | 2633 | 0,6 | 500 | 419 | +81 |
| 6. | Кипр | 1561 | 0,3 | 1258 | 162 | +1096 |
| 7. | Китай | 10484 | 2,3 | 2218 | 470 | +1748 |
| 8. | Южная Корея | 2959 | 0,6 | 3559 | 3166 | +393 |
| 9. | Макао | 1138 | 0,2 | 139 | 708 | -569 |
| 10. | Малайзия | 7446 | 1,6 | 1667 | 4473 | -2806 |
| 11. | Сингапур | 4842 | 1,1 | 4362 | 1381 | +2981 |
| 12. | Таиланд | 5299 | 1,2 | 4326 | 854 | +3472 |
| 13. | Турция | 4799 | 1,1 | 3349 | 520 | +2829 |
| 14. | Япония | 1879 | 0,4 | 3578 | 24928 | -21350 |
|  | ***Север. Америка*** | ***84104*** | ***18.9*** | ***61824*** | ***54420*** |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 15. | Багамские о-ва | 1562 | 0,3 | 1333 | 196 | +1137 |
| 16. | Доминик.Респ. | 1533 | 0,3 | 750 | 144 | +606 |
| 17. | Канада | 15 258 | 3.4 | 6374 | 8390 | -2016 |
| 18. | Мексика | 15695 | 3,4 | 5324 | 5379 | -55 |
| 19. | Пуэрто-Рико | 2554 | 0,6 | 1367 | 647 | +720 |
| 20. | США | 39 772 | 8,7 | 40 579 | 38 671 | +1908 |
|  | ***Юж. Америка*** | ***8634*** | ***1,9*** | ***5781*** | ***5651*** |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 21. | Аргентина | 2728 | 0,6 | 1975 | 1171 | +804 |
| 22. | Бразилия | 1079 | 0,2 | 1444 | 1559 | -115 |
| 23 | Уругвай | 1267 | 0,3 | 261 | 111 | +150 |
|  | ***Африка*** | ***17 728*** | ***3,9*** | ***6801*** | ***3932*** |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 24. | Марокко | 4024 | 0,9 | 1259 | 184 | +1075 |
| 25. | Тунис | 3204 | 0,7 | 953 | 179 | +774 |
| 26. | ЮАР | 1029 | -0,2 | 815 | 1065 | -254 |
|  | ***Европа*** | ***276755*** | ***61.0*** | ***132977*** | ***124034*** |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 27. | Австрия | 19011 | 4,2 | 13017 | 6212 | +6805 |
| 28. | Бельгия | 3163 | 0,7 | 3575 | 5445 | -1870 |
| 29. | Болгария | 4500 | 1,0 | 394 | ... | ... |
| 30. | Великобритания | 18021 | 4,0 | 13935 | 17614 | -3679 |
| 31. | Венгрия | 20 510 | 4.5 | 1000 | 600 | +400 |
| 32. | Германия | 17 045 | 3,7 | 10 683 | 29 836 | -19153 |
| 33. | Греция | 8873 | 2,0 | 2587 | 1088 | +1499 |
| 34. | Дания | 1257 | 0,3 | 3322 | 3676 | -354 |
| 35. | Ирландия | 366 | 0,8 | 1447 | 1159 | +288 |
| 36. | Испания | 34300 | 7,5 | 18593 | 4254 | +14339 |
| 37. | Италия | 26679 | 5,9 | 19742 | 13826 | +5916 |
| 38. | Нидерланды | 5795 | 1,3 | 3615 | 7340 | -3725 |
| 39. | Норвегия | 1955 | 0,4 | 1517 | 3413 | -1896 |
| 40. | Польша | 3400 | 0,7 | 266 | 220 | +46 |
| 41. | Португалия | 8020 | 1,8 | 3556 | 867 | +2689 |
| 42. | Румыния | 6533 | 1,4 | 106 | 103 | +3 |
| 43. | Бывший СССР | 7204 | 1,6 | 270 | ... | ... |
| 44. | Франция | 53157 | 11,7 | 20185 | 12424 | +7761 |
| 45. | Чехословакия | 8100 | 1,8 | 470 | 636 | -166 |
| 46. | Швейцария | 13 200 | 2,9 | 6839 | 5989 | +850 |
| 47. | СФРЮ | 7880 | 1.7 | 2774 | 149 | +2625 |
|  | ***Океания*** | ***5159*** | ***6579*** | ***6133*** |  |  |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |
| 48. | Австралия | 2215 | 0,5 | 3635 | 4120 | -485 |

\*Statistic Yearbooc, 1990/91 - New York, 1993

Согласно данным ВТО в мире насчитывается 15 стран, специали­зирующихся на туристических услугах, в которых поступления от туризма превышают доходы от экспорта, нередко во много раз. К ним относятся небольшие островные государства в зоне влажных субтро­пиков и тропиков — Барбадос, Сейшельские острова и др. У 45 стран поступления от туризма превышают 1/4 часть от объема экспорта. Это в основном развивающиеся государства со слабо развитой эконо­микой. Исключение составляют Австрия, Испания, Португалия и др.

Под поступлениями от международного туризма понимается пла­та за товары и услуги, произведенная иностранными туристами во время их пребывания в стране, за исключением прибыли от допол­нительной занятости и оплаты международного транспорта.

Международные туристические расходы включают оплату продук­тов и услуг, произведенных жителями данной страны за границей. Доходы от международного туризма в 1990 г. составили 255 006 млн. дол. Наибольшие доходы получили США (40 579 млн. дол.).

Расходы американских туристов за рубежом также ока­зались выше, чем расходы туристов из других стран. Соотношение между доходами и расходами от междуна­родного туризма в странах и регионах различается. Наибольшее положительное сальдо имеет Испания (+14 339 млн. дол.), затем Франция (+7761 млн. дол.].), Австрия (+6805 млн. дол.) и Италия (+5916 млн. дол.), а наибольшее отрицательное сальдо - Япония ( - 21 350 млн. дол.) и Германия (—19 153 млн. дол.) (см. табл.1).

Обычно считается, что помимо расходов на проезд в страну и обратно иностранный турист затрачивает на питание около 40% своих расходов, на проживание — 30%, на проезд внутри страны — 8%, прочие расходы — 22%.

В результате расходов, осуществляемых иностранными туриста­ми в стране пребывания, во-первых, увеличиваются доходы турист­ских фирм (*прямой эффект*); во-вторых, повышается спрос со сторо­ны туристического сектора экономики' на товары и услуги постав­щиков, что в свою очередь способствуют повышению спроса на то­вары и услуги своих поставщиков и, следовательно, росту доходов во всех секторах (*косвенный эффект*), в-третьих, увеличиваются личные доходы населения, прямо или косвенно связанного с туристическим бизнесом, что вызывает рост потребительского спроса (*вынужденный эффект*). Косвенный и вынужденный эффект вместе называют­ся *вторичным эффектом*.

Хотя первое место по значимости международного туризма для национальных хозяйств отводится поступлениям валюты, наряду с получением прибыли возможна и значительная утечка валюты. Раз­вивающиеся страны вынуждены импортировать значительное коли­чество продуктов и товаров для туристов, а также необходимое обо­рудование для индустрии туризма. По подсчетам Мирового банка, на импорт товаров для туристов приходится 15-55% поступлений в зависимости от развития экономики и ориентированности туристи­ческой индустрии на местные ресурсы. Также существует импорт, обусловленный воздействием «демонстрационного эффекта». Туристы, приезжая из промышленно развитых стран, демонстрируют товары лучшего качества и расширенного ассортимента, что является «живой» рекламой и способствует импорту иностранных потребительских товаров.

Велико значение туризма и для рынка рабочей силы. По данным американских специалистов, индустрия туризма (включая внут­ренний) является крупнейшей по числу занятых рабочих мест в большинстве стран, обеспечивая работой свыше 100 млн. человек. Индустрия туризма относится к числу наиболее трудоемких отрас­лей. Например, в Северной Америке на нее приходится 5% от ВНП и 8% всех работающих, в Западной Европе — 7 и 11% соответ­ственно.

# Глава 3. Организация международного туристического бизнеса

Туристические услуги составляют значительную часть потребляе­мых населением услуг и имеют специфический социально-оздоро­вительный характер, т.е. отдых, возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях и др. Таким образом, туризм сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический факторы.

Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг.

*Основные туристические услуги* регламентируются договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам, как правило, относятся: размещение; питание; транспортные услуги, включая трансферт; экскурсионные услуги.

*Дополнительные услуги* имеют весьма широкий спектр и занима­ют при развитой инфраструктуре туризма до 50% от общего объема дохода. К ним относятся: дополнительные экскурсии, не вошедшие в перечень основных услуг; физкультурно-оздоровительные услуги; медицинские услуги; культурно-зрелищные и игровые мероприятия и др.

*К сопутствующим услугам* относятся: обеспечение сувенирами, туристской символикой; торговое, валютно-кредитное, информационное и прочее обслуживание; услуги специальных видов связи, предоставление индивидуальных сейфов и др.

Между дополнительными и сопутствующими услугами не сущест­вует четкой границы. В высокоразрядных отелях число дополнитель­ных и сопутствующих услуг достигает 500.

В результате развития торговли туристическими услугами возникла индустрия туризма, основу которой составляют фирмы, организую­щие туристические поездки и продажу путевок и туров, предостав­ляющие услуги по размещению и питанию туристов, их передвиже­нию по стране, а также органы управления, информации, рекламы, предприятия по производству и продаже товаров туристского спроса.

Международный туризм как вид экономической деятельности имеет следующие особенности:

• в отличие от внешней торговли основан не на обмене товара­ми и услугами, а туристами, т. е. живыми людьми;

• туристические услуги не мобильны, они не могут следовать за покупателем и не подлежат хранению;

• в предложениях отсутствует гибкость.

Туризм зависит от политической и экономической ситуации, а также от моды и рекламы, которые, воздействуя на потребности и интересы людей, их настроение, определяют спрос. В то же время предложение строго определено, поскольку число мест в гостиницах или на предприятиях питания относительно стабильно. В результате возникает несоответствие между спросом и предложением. Страна, принимающая туристов, обычно не имеет эффективных методов воз­действия на спрос;

• обладает сезонным характером;

• относится к числу наиболее капитало- и трудоемких отраслей.

Туризм является крупным землепользователем, весьма требова­тельным к качеству природных и иных ресурсов;

• предложение услуг, т. е. число стран, преимущественно при­нимающих туристов, значительно превышает спрос на туристи­ческие поездки, т. е. число стран — поставщиков туристов. Иными словами, рынок международного туризма является рынком поку­пателя.

Фирмы, оказывающие туристические услуги, можно объединить в две группы: продавцы услуг (оказывающие услуги) и посредники.

Продавцы услуг обеспечивают их основной объем (гостиницы, рестораны, круизные линии и другие рекреационные предприятия).

Основными посредниками являются регулярные и чартер­ные авиалинии, операторы туров, турагенства и фирмы.

# Глава 4. Перспективы развития международного туризма

Прогноз прибытия международных туристов в мире и по регионам

в 1995—2020 годах( млн чел).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| В % к 1995 г. | Годы | | | | |
| Регион | 1995 | 2000 | 2010 | 2020 | 2020 |
| Европа | 335 | 390 | 527 | 717 | 214, |
| Тихий океан | 80 | 116 | 231 | 438 | 547, |
| Америка | 111 | 134 | 195 | 285 | 256, |
| Африка | 20 | 27 | 46 | 75 | 375, |
| Средний Восток | 14 | 19 | 37 | 69 | 492, |
| Южная Азия | 4 | 6 | 11 | 19 | 475, |
| Всего | 564 | 692 | 1047 | 1602 | 284, |

Развитие туризма по регионам будет неравномерным. Самые высокие темпы прироста ожидаются в странах Азии и Тихого океана, в Европе и Америке они будут ниже обще­мировых. Доля этих двух регионов в прибытии туристов упадет с 79,1% в 1995 г. до 62,6% в 2020 г. Одновременно ожидается и возрастание доходов от туризма - с 399 млн. долл. США в 1995 г до 2 триллионов долл. США в 2020 г , или в пять раз. Также увеличатся затраты туриста на одно путешествие - с 707 долл. США в 1995 г.. до 1248 долл. США в 2020 г, или в 1,8 раза.

10 стран-лидеров по приему туристов в 2020 году

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп. | Страна | Прибытие туристов в млн. чел | Доля в миро­вом потоке. % | Среднегодовой рост в 1995 - 2020 гг. в % |
| 1 | Китай | 137,1 | 8,6 | 8,0 |
| 2 | США | 102,4 | 6,4 | 3,5 |
| 3 | Франция | 93,3 | 5.8 | 1.8 |
| 4 | Испания | 71,0 | 4,4 | 2.4 |
| 5 | Гонконг | 59,3 | 3.7 | 7.3 |
| 6 | Италия | 52,9 | 3.3 | 2.2 |
| 7 | Великобритания | 52,8 | 3,3 | 3,0 |
| 8 | Мексика | 48,9 | 3,1 | 3,6 |
| 9 | Россия | 47,1 | 2,9 | 6,7 |
| 10 | Чехия | 44,1 | 2,7 | 4,0 |
| Всего | | 708,8 | 44,2 | 100 |

Самой посещаемой страной станет Китай. Высокие темпы роста ожидаются также в Гонконге и России. Доля Китая и Гонконга составит 12,3% общемирового потока. Особенно се­рьезные изменения произойдут в России: в 2020 г количе­ство въезжающих туристов будет в 1,54 раза больше, чем выезжающих за ее пределы. Больших успехов среди евро­пейских стран достигнет также Чехия.

10 стран-лидеров по выезду туристов в 2020 году

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Страна | Выезд туристов в млн чел | Доля в мировом потоке в % |
| 1 | Германия | 163.5 | 10,2 |
| 2 | Япония | 141.5 | 8,8 |
| 3 | США | 123,3 | 7,7 |
| 4 | Китай | 100,0 | 6,2 |
| 5 | Великобритания | 96,1 | 6,0 |
| 6 | Франция | 37,6 | 2,3 |
| 7 | Нидерланды | 35.4 | 2,2 |
| 8 | Канада | 31.3 | 2,0 |
| 9 | Россия | 30,5 | 1.9 |
| 10 | Италия | 29,7 | 1.9 |
| Всего | 788,9 | 49.2 |

Наибольшая туристская подвижность населения ожида­ется в Нидерландах, Германии, Великобритании, Канаде и Японии, где на одного жителя страны будет приходиться по 1,5—2 поездки за границу в год. В большинстве других стран, входящих в десятку, туристская подвижность заметно ниже единицы.

За последние годы наиболее впечатляющих успехов в развитии туризма достигла Польша. Еще в 1985 и 1990 гг. эта страна по приему туристов занимала 17 и 19 места в Европе. В 1996 г Польша заняла уже 6 место, приняв 19,4 млн. человек. По доходам от туризма Польша перемести­лась с 28 места в 1985 г на 8 место в 1996 г., получив 8,4 млрд. долл. США Для Польши характерен особенно высокий рост визите­ров (туристов и иностранцев, не остающихся на ночлег)

Из стран, ранее входивших в СССР Польшу в 1996 г. по­сетили 13397,6 тыс. человек, или 15,3% общего потока ви­зитеров в Польшу, где определяющее значение сохраняет Германия (53% потока).

Положение в российском экспорте услуг не вызывает оптимизма. По данным прессы, число иностранных туристов, посещающих ежегодно Россию, находится примерно на уровне 1986 года, когда из-за катастрофы на Чернобыльской АЭС произошла массовая аннуляция поездок из-за границы.

Для привлечения туристов на отечественный рынок основной акцент необходимо сделать на качестве сервиса и цены. Сопоставимость качества и цены продукта принципиально важна для основного сегмента отечественных туристских предприятий - наших сограждан. Лавина предложений отдыха за рубежом была востребована россиянами потому. Что там им предложили за умеренные цены сервис более высокого качества.

Приведение в соответствие цены и качества предоставляемых российскими туристическим организациями услуг требует прежде всего модернизации и совершенствования существующей материально-технической базы, а следовательно и капиталовложений.

Нынешнее состояние отечественных предприятий туристического бизнеса свидетельствует о том, что они пока не в состоянии полностью финансировать собственную модернизацию, реконструкцию и расширение. В этих условиях остро проявляется необходимость финансовой поддержки со стороны государства. В обмен на финансовые вложения в туризм государство имело бы :

1. быстрый возврат средств( 4 - 8 лет),
2. увеличение национального дохода без осуществления сырьевых затрат,
3. увеличение занятости населения,
4. увеличение поступления валюты.

Основные предлагаемые меры государственной поддержки туризма следующие:

1. Освобождение сферы туризма ( гостиницы, санатории, кемпинги) от уплаты таможенной пошлины за оборудование и стройматериалы, ввозимые из-за рубежа для ремонтных и строительных работ на туристских объектах.
2. Частичное или полное освобождение от уплаты всех федеральных налогов при инвестировании в материальную базу туристско-санаторной отрасли в зависимости от объема осуществляемых капиталовложений.
3. Предоставление льготных кредитов (под 7-10% годовых) на совершенствование и развитие материально-технической базы туризма, отсрочку платежей по ним на срок от 2 до 10 лет.

В этом случае выиграет и государство, и турфирмы, ведь международный туризм продолжает оставаться самым доходным бизнесом в мире.

# Заключение

Итак, международный туризм прошел в своем развитии долгий путь и сегодня является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей мирового хозяйства.

Как и любая другая сфера хозяйственной деятельности, индустрия туризма является весьма сложной системой, степень развития которой зависит от степени развития экономики страны в целом.

В настоящее время на промышленно развитые страны приходится свыше 60% всех прибытий иностранных туристов и 70-75% совершаемых в мире поездок. При этом на долю стран, входящих в ЕС приходится около 40% прибытий туристов и валютных поступлений.

В России туризм - развивающаяся отрасль. Во всех сферах туристической деятельности, как на уровне государственных структур, так и в области формирующегося турбизнеса, идет поиск новых форм работы, расширение сферы предложения и углубление его специализации.

Российским туристическим фирмам еще предстоит много работы над качеством и расценками на предлагаемые услуги. Им в помощь было принято Постановление « О лицензировании международной туристической деятельности», Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» и другие нормативные акты.

# Список литературы

1. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности.-М.,1996
2. Как сделать туризм в России доходным? // Туризм: практика, проблемы, перспективы.-1998.-№3

3. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес.-М.,1997

4.Сапрунова В. Туризм : эволюция, структура, маркетинг. - М.,1997

5. Туризм в 2020 году.// Туризм: практика, проблемы, перспективы.- 1998.-№1

1. Фомичев В.И. Международная торговля.-М.,1998