

## РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Измайлова Ю.Е.

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»,  
г. Оренбург

Становление и развитие капиталистических отношений в мире способствовали возникновению организованного туризма.

Капиталистическое общество сыграло важную роль в формировании экономических, политических и социальных предпосылок, необходимых для международного туризма. Одной из первых стран, в которой победила буржуазная революция и начал развиваться капитализм, была Англия. Именно здесь и образовались первые туристические организации, развившие свою деятельность сначала внутри страны, а затем и за ее пределами.

Начало современного туризма датируется 1841 годом. До наших дней дошло описание первой туристической поездки 570 членов общества трезвости из Лейстера в Лафоборо, организованной Куком.

В 1854 году в Англии издается первый справочник по гостиницам, адресованный путешественникам и туристам. В нем было указано около 8 тысяч гостиниц [2].

С 1856 года Кук начинает организовывать туристические путешествия в другие европейские государства.

В 50 - 70-х годах XIX века англичане составили большую часть иностранных туристов, которые посещали Европу. Для этого периода характерно появление в европейских странах гостиниц с названием «Англетер», «Британик», «Лондон», «Виндзор» и т.д., а в лексиконе появляются английские слова «экспресс», «лайнер», «комфорт» и т.д. Большую роль в развитии туризма в Европе во второй половине XIX века сыграло увеличение протяженности железных дорог. С середины 60-х годов начинает развиваться туризм между Англией и США. Несколько позже туристические фирмы и агентства начинают появляться во Франции, Италии, Швейцарии и других странах европейского континента. В 1885 году в Петербурге начинает свою деятельность первая туристическая компания Л. Липсона.

До первой мировой войны большая часть туристов и путешественников пользовалась железнодорожным или морским сообщением.

Морской транспорт тоже совершенствовался. Учитывалось водоизмещение, скорость, повышалась комфортабельность кораблей, улучшалась их техническая оснащенность. В 1907 году на воду были спущены трансатлантические лайнеры «Сириус», «Лузитания», «Мавритания», в 1912 году «Титаник», в 1914 году «Император» и «Фатерланд», которые пересекали океан практически за неделю.

Первая мировая война 1914 – 1918 годов крайне негативно отразилась на развитии международных туристических связей. Можно с уверенностью сказать, что в этот период туризм приостановил деятельность. Однако следует от-

метить, что военные нужды привели к усовершенствованию как железнодорожного, так и автомобильного транспорта, кроме того, для перевозок людей начала использоваться авиация.

В 20-е годы значительно расширяется географическое пространство иностранного туризма. Так, до войны большая часть туристов направлялась в Италию и Швейцарию, а после ее окончания практически все государства Европы оказались вовлеченными в сферу туризма.

В 1925 году в Гааге состоялся первый конгресс Международного союза официальных организаций по пропаганде туризма. В нем приняли участие 14 стран.

Вторая мировая война резко сократила объем международного туризма. В первые послевоенные годы остро ощущался дефицит денежных средств, топливно-энергетических ресурсов, продовольствия, квалифицированных кадров.

Только спустя несколько лет после окончания второй мировой войны международный туризм в Европе начал возрождаться. Довоенный уровень был достигнут в путешествия получили широкое развитие в США и Канаде. Успешно развивался туризм в Мексике, Панаме, на Кубе. В 1948 году были разрешены поездки зарубежных туристов в Японию. К 1950 года общее число иностранных туристов, зарегистрированное во всем мире, начало превышать довоенный период и достиг 25 млн. человек [1].

Необходимость развития через международные туристические связи отношений между государствами в политических и экономических, социальных и культурных аспектах еще в 20-х годах нашего столетия выдвинула на повестку дня вопрос о согласовании в этом направлении совместных действий между национальными туристическими и транспортными организациями различных стран. Так, в 1925 году был создан Международный конгресс официальных ассоциаций пропаганды туризма (МКОАПТ), в 1927 году – Международный конгресс официальных туристических организаций (МКТО), а в 1930 году был учрежден Международный союз организаций и пропаганды туризма (МСЦПТ). В результате в 1947 году все три организации были реформированы, а на их базе в Париже учрежден Международный союз официальных туристических организаций (МСОТО). Это была международная специализированная организация.

50-е годы ознаменовались подъемом международного туризма. К 1960 году число туристов, выезжающих за границу, достигло 71 млн. человек, т.е. выросло почти в три раза. Период с 1961 по 1970 сопровождался дальнейшим подъемом туристического бизнеса, о чем наглядно свидетельствует увеличение количества иностранных туристов, число которых в 1971 году достигла 168,4 млн. человек. Важную роль здесь сыграла научно-техническая революция в области авиационного транспорта, что способствовало снижению стоимости перевозок. Если в середине 50-х годов стоимость перелета превышала 1 тыс. долларов, то уже в начале 60-х авиатарифы, особенно для перевозок туристов, снизились в три – четыре раза.

В 80-е годы международный туризм стал важной частью международных экономических связей. В это время наблюдается стабильный рост доходов от международного туристического обмена. В социальном аспекте для 80-х годов

характерно повышение спроса на туристические услуги со стороны тех слоев населения, чьи доходы являются средними или даже невысокими. Таким образом, можно сказать и об изменении структуры туристического спроса. В эти годы увеличивается процент группового туризма, так как стоимость тура ниже за счет скидок за групповое обслуживание, предоставляемое гостиничными предприятиями, и льготных тарифов на транспорте [3].

За послевоенные годы международный туризм приобрел широкие масштабы. В 1995 году было отмечено более 600 млн. прибывших туристов, против 25,3 млн. прибывших в 1950 году. Туристический бизнес сегодня становится все более сложным, так как в нем пересекаются интересы различных государственных и коммерческих предприятий и служб.

Ведущее положение Европы в международном туризме определяется не только количеством иностранных посетителей и суммой валютных доходов, но и мощностью материально-технической базы иностранного туризма, которая в определенной мере превосходит возможности туристической индустрии других районов мира, в частности, средствами пассажирского транспорта, гостиничного размещения, экскурсионными и зрелищными объектами. Решающая роль в международном туризме в Европе принадлежит туристскому обмену между европейскими народами. На долю европейских государств приходится около 90% всего иностранного туризма в Европе.

Иностранный туризм является сейчас одной из самых динамичных отраслей экономики Франции, Германии, Испании.

Туристско-рекреационная проблематика привлекает растущее внимание исследователей разных областей знаний во всем мире. В свое время появились теоретические работы отечественных исследователей в Институте географии (Москва), Московском государственном университете. Научно-исследовательской лаборатории по туризму и экскурсиям (Сходня), Институте градостроительства (Москва) и других научно-исследовательских и проектных учреждениях страны. Ряд интересных разработок в области теории географии туризма и организации туристской деятельности принадлежат зарубежным ученым А. Буллу, Ф. Велласу, В. Мидлтоу, Д. Никсону, Д.Ж. Пирсу и др. Тем не менее многие вопросы остаются слабо изученными [4].

Созданная в 1970-х годах базисная модель туристской рекреационной системы (Преображенский В.С., 1975; Мироненко Н.С., Твердохле-бовИ.Т., 1981) явилась крупным достижением отечественной географической мысли, и с этого времени можно говорить о возникновении отечественной школы рекреационной географии. Она объединяет несколько направлений исследований, в частности изучение изменений природной среды в результате рекреационной деятельности, оценку рекреационных ресурсов и территорий, исследование территориальной организации рекреации в рамках страны (Мухина Л.И., 1973; Мироненко Н.С., 1987; КолотоваЕ.В., 1998).

Ряд работ посвящен проблемам рекреационного районирования СССР, России и зарубежного мира (Зачиняев П.Н., Фалькович Н.С., 1972; Мироненко Н.С., БочваровМ., 1986; ПутрикЮ.С, Свешников В.В., 1986; Пирожник И.И., Лещинский В.И., 1987; Дмитревский Д.Ю., 2000). Чаще всего исследователи

поднимали вопросы географии международных туристских потоков (Зачиняев П.Н., Фалькович Н.С., 1972; Квартальнов В.А., 1998; Герзмава Л.Р., 2000). Реже встречаются работы, содержащие комплексную экономико-географическую характеристику отдельных туристских регионов, стран или центров (Караваяев П.Л., 1997; Косолапов А.Б. и др., 1998) [5].

Особое значение для гуманизации географических исследований в целом и развития отечественной рекреационной географии, в частности, имела разработка адаптационного подхода к изучению территориальных социально-экологических систем (Мироненко Н.С., Эльдаров Э.М., 1998). В географии туризма оформилось новое социо-культурное направление исследований (Николаенко Т.В., Николаенко Д.В., 1998) [6].

В экономической науке внимание специалистов приковано к проблемам туристского маркетинга, менеджмента и государственного управления сферой туризма (Попова Р.Ю., 1997; Дурович А.П., Копанев А.С., 1998; Котлер Ф. и др., 1998), бухгалтерского учета и налогообложения в турфирмах (Озеров А.М., 1997; Козарева Т.В., 2000). Много работ посвящено организации и технологии ведения турбизнеса (Сенин В.С., 1999 и др.).

#### *Список источников литературы*

1. **Биржаков, М. Б.** Введение в туризм. 4-е издание / М. Б. Биржаков. - СПб.: Издательский дом Герда, 2002. – 256 с.
2. **Воронов, А. В.** Формирование эффективной системы управления продвижением турпродукта / А. В. Воронов. – СПб., 2002. – 156 с.
3. **Гуляев, В. Г.** Формуляры, контракты, соглашения в туристской деятельности / В. Г. Гуляев. - М. : ПРИОР, 1998. – 200 с.
4. **Гуляев, В. Г.** Организация туристской деятельности / В. Г. Гуляев. – М. : Нолидж, 1996. – 312 с.
5. **Запесоцкий, А.С.** Стратегический маркетинг в туризме / А.С. Запесоцкий. – СПб. : ГУП, 2005г. – 250с.
6. **Зорина, Г. И.** Основы туристской деятельности / Г. И.Зорина, Е. Н.Ильина, Е.В. Мошняга. - М. : Советский спорт, 2002. – 320 с.