

Самостійна робота №3

Тема: Міжнародний туризм.

Мета: Надбання навичок і умінь працювати з підручником та довідковою літературою.



Виконав студент 131-ї групи
Міненко Ігор

План:

1. Поняття міжнародного туризму. Міжнародні економічні зв'язки.
2. Види міжнародного туризму, їх коротка характеристика.

1. Поняття міжнародного туризму.

Міжнародний туризм — це подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування.



Міжнародні економічні зв'язки.

Міждержавні стосунки в сфері економіки називаються **міжнародними економічними зв'язками**. Світове господарство як єдина система взаємопов'язаних національних господарств сформувалось на основі міжнародного географічного поділу праці (МГПП). МГПП – це спеціалізація окремих країн на виробництві певних видів продукції та наданні послуг і обміні ними.



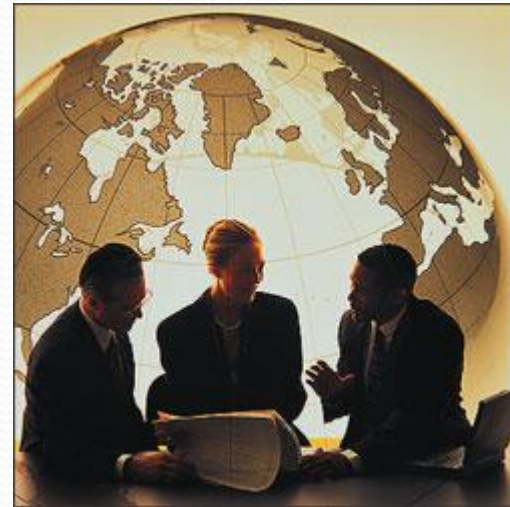
Основними формами міжнародних економічних зв'язків є: зовнішня торгівля, кредитно-фінансові відносини, науково-технічні зв'язки, міжнародний туризм. У світі сформувалося три центри міжнародної торгівлі: Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і Північна Америка. Товарообіг країн Західної Європи становить приблизно 40% світового туризму.



2. Види міжнародного туризму, їх коротка характеристика.

- Діловий туризм. Діловий туризм відіграє все більшу роль у міжнародному, внутрішньому й іноземному туризмі України, а перспективи його розвитку досить сприятливі. Діловий туризм є одним з найбільш економічно ефективних видів туризму в світі. Так, близько 50% доходів авіакомпаній, приблизно 60% доходів готелів і більше як 70% доходів автопрокатних компаній створюється за рахунок обслуговування саме цієї категорії туристів.

Діловий туризм охоплює: ділові поїздки, поїздки на симпозіуми та спортивні замагання.



Оздоровчий туризм. Ринок оздоровчого туризму досить широкий і тісно пов'язаний з використанням рекреаційних ресурсів. Потреби і погляди клієнтів на оздоровчий туризм значно відрізняються один від одного. Програми таких турів дуже різноманітні, але існують загальні специфічні вимоги до їх організації. Реалізація ж, як правило, відбувається не в цілому по групах, а індивідуально. Один зі специфічних сегментів оздоровчого туризму – сімейний відпочинок. При розробці таких програм необхідно врахувати також дитячі вікові психологічні і фізіологічні особливості.



Хобі-туризм. Цей вид міжнародного туризму дає можливість зайнятися улюбленою справою у колі однодумців під час відпочинку або подорожі (автолюбители, філателісти, вболівальники спортивних змагань, гурмани тощо). Як правило, такі тури організовуються у вигляді групових поїздок. При формуванні таких програм необхідно дотримуватись головного правила формування групи за однорідністю інтересів і тематичної спрямованості.



Пригодницький туризм. Цей вид туризму забезпечує перебування туристів у привабливій для них місцевості і зайняття незвичайною справою (полювання на верблюдах в Африці, ловля форелі в Карпатах, сходження на кратер вулкану, політ у космос тощо). Пригодницькі тури поділяються на три види:

- похідні експедиції;
- сафарі-тури (мисливство, рибальство, фотомисливство тощо);
- навколосвітнє плавання (яхтинг).



Спортивний туризм. Основними споживачами спортивних турів є різні спортивні товариства, а основними крупними сегментами ринку спортивного туризму - любителі спорту, спортсмени, туристи-похідники. На таких турах необхідно задовольняти спортивні потреби залежно від обраного в кожному конкретному випадку виду спорту. Головне завдання спортивного туру - забезпечення можливостей (протягом всього туру) займатися обраним видом спорту. Спеціальні траси, підйомники, спортивні майданчики, споруди, інвентар - обов'язкове оснащення спортивних турів.



- Навчальні тури. Цей вид туризму орієнтується на вік клієнтів і мотивацію вибору. В основному, це "мовні" тури, але можуть бути також тури з навчанням спорту, спортивним іграм, менеджменту або тури з підвищення кваліфікації. Всі програми навчальних турів включають у себе по 2-4 години занять в день, у першій половині дня. Інший час - відпочинок, спорт, дозвілля, розваги тощо. Трапляються тури і з інтенсивною програмою навчання (20-30 годин на тиждень). Тут серйозні вимоги пред'являються до кваліфікації викладачів. Загальні вимоги: заняття повинні бути "живими", в основному проводитись у формі розмовної практики (мовні тури).

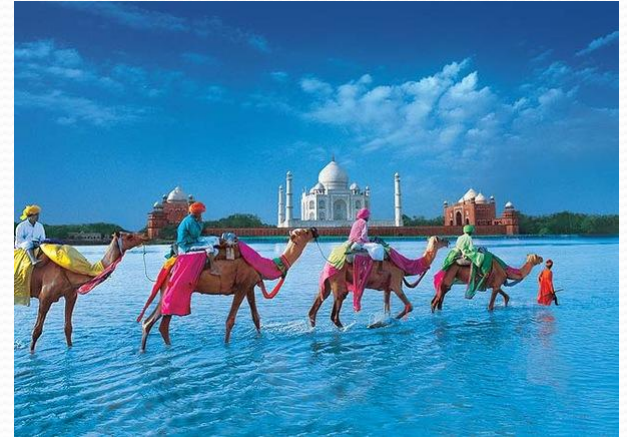


Релігійний туризм. Історично це найдавніший вид міжнародного туризму. На сьогоднішній час відзначається прагнення туризму і релігії до більш тісного співробітництва. У туризмі з релігійними цілями можна окреслити такі види поїздок:

паломництво, тобто відвідування святих місць з метою поклоніння церковним реліквіям, святиням і з ціллю відправлення релігійних обрядів;
пізнавальні поїздки з ціллю знайомства з релігійними пам'ятниками, історією релігії і релігійною культурою;
наукові поїздки - поїздки науковців, які займаються питаннями релігії.



- Розважальні тури. Це найрізноманітніші та найпопулярніші тури в усьому світі. Як правило, вони не довготривалі (2-4 дні) і можуть бути періодичними та регулярними. В Європі дуже популярними є різдвяні тури. Програми таких турів - це, в основному, розваги (відвідування святкових заходів, концертів, виставок, концертів тощо).



- Пізнавальні тури. Пізнавальні міжнародні тури є найбільш розповсюдженими і не залежить від вікової та соціальної приналежності туристів. Пізнавальні тури мають велику кількість різновидів: історичні, літературні, знайомство з живописом, балетом, оперою, з місцями діяльності відомих літературних персонажів і творів тощо. Важливим моментом таких турів є бажаність проведення екскурсій на рідній мові туристів, оскільки переклад викривляє сприймання теми і погіршує якість екскурсії.



- Подорожі для людей старшого віку. До 80% подорожей туристи старшого віку здійснюють з метою відпочинку; при цьому значну частку займають короткотермінові тури. Близько 70% цих туристів подорожують влітку. Надають перевагу готелям першого і середнього класу. При формуванні турів для цих клієнтів експерти радять враховувати особливості їхньої психології.



Використані джерела:

<http://buklib.net/books/33432/>

<http://ukrmap.su/uk-g11/115.html>