

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У СВІТІ

Циферова Н.О., гр. МВ-22

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Забродська Г.І.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

На конференції WTO в Лісабоні за результатами дослідження «Tourism 2020 Vision» проголошені п'ять перспективних туристичних напрямків XXI століття: пригодницький туризм, для досліджених туристами найвіддаленіших куточків Землі й вимагає розробки відповідного туристичного продукту; круїзи – сектор з найбільшими темпами зростання попиту, що потребує будівництва нових круїзних лайнерів; екологічний туризм, головною метою якого є збереження навколишнього середовища та забезпечення мінімального згубного впливу людини на природу, що потребує організації як тематично пізнавальних турів для, так і турів для відпочиваючих на курортах, з відвідуванням національних заповідників; культурно-пізнавальний туризм - найбільші потоки туристів, подорожуючих з пізнавальною метою, спостерігаються в Європу, Азію та на Близькій Схід, проте для невеликих груп туристів необхідно організовувати пізнавальні тури у вигляді одноденних екскурсій з відвідуванням пам'яток культури; тематичний туризм, що передбачає підвищену зацікавленість до конкретного явища, наприклад до кліматичних умов певної місцевості або тематичних парків як місць відпочинку.

За прогнозами WTO, в XXI столітті очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі до 2020 року зросте до 1,6 млрд. чоловік за рік (\$2000 млрд.), що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 раза порівняно з 2000 роком (\$1550 млрд.). Найбільшими країнами-постачальниками туристичних потоків стануть Німеччина, Японія, США, Китай, Великобританія. Економічна відсталість нових політичних структур у Східній Європі є реальним бар'єром для залучення населення цих країн у міжнародний туризм. Обсяг туризму між країнами Західної і Східної Європи буде зростати, в основному, в напрямку зі Сходу на Захід.

Таким чином, тенденції розвитку міжнародного туризму носять позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, що дозволяє пересічним громадянам краще розуміти один одного.