Туристские агентства

5 курс, заочная форма получения образования

экзамен

ХАРТИЯ ТУРИЗМА

Одобрена резолюцией I VI сессии
 Генеральной ассамблеи Всемирной туристской Организации 22 сентября 1985 года

Статья І

- 1. Право каждого человека на отдых и досуг, включая право на разумное ограничение рабочего дня и на оплачиваемый периодический отпуск, а также право свободно передвигаться без ограничений, кроме тех, которые предусмотрены законом, признается во всем мире.
- 2. Использование этого права составляет фактор социального равновесия и повышения национального и всеобщего сознания.

Статья II

 Как следствие этого права государства должны разрабатывать и проводить политику, направленную на обеспечение гармоничного развития внутреннего и международного туризма, а также заниматься организацией отдыха на благо всех тех, кто им пользуется.

С этой целью государствам следует:

- а) содействовать упорядоченному и гармоничному росту как внутреннего, так и международного туризма;
- б) приводить туристскую политику в соответствие с политикой общего развития, проводимой на различных уровнях местном, региональном, национальном и международном и расширять сотрудничество в области туризма как на двусторонней, так и на многосторонней основе, включая для этой цели также возможности Всемирной туристской организации;

- в) уделять должное внимание принципам Манильской декларации по мировому туризму и Документу Акапулько при "разработке и осуществлении, где это уместно, своей политики, планов и программ в области туризма в соответствии со своими национальными приоритетами и в рамках программы работы Всемирной туристской организации";
- г) содействовать принятию мер, позволяющих каждому участвовать во внутреннем и международном туризме, особенно посредством регулирования рабочего времени и досуга, установления или улучшения системы ежегодных оплачиваемых отпусков и равномерного распределения дней таких отпусков в течение года, а также уделения особого внимания молодежному туризму, туризму людей преклонного возраста и людей с физическими недостатками;
- д) защищать в интересах настоящего и будущих поколений туристскую среду, которая, включая в себя человека, природу, общественные отношения и культуру, является достоянием всего человечества.

Статья IV

• Государствам следует также: а) содействовать доступу туристов - граждан своих стран и иностранных туристов к общественному достоянию посещаемых мест, применяя положения существующих документов по упрощению формальностей, выпущенных Организацией Объединенных Наций, Международной организацией гражданской авиации, Международной морской организацией, Советом таможенного сотрудничества или любой другой организацией, в частности Всемирной туристской организацией, с учетом постоянного сокращения ограничений на путешествия;

- г) предоставлять возможно лучшие условия гигиены и доступа к службам здравоохранения, а также предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев;
- д) предотвращать любую возможность использования туризма для эксплуатации других в целях проституции;
- е) усиливать в целях защиты туристов и местного населения меры по предупреждению нелегального использования наркотиков.

Статья VIII

- 1. Работники в области туризма и поставщики услуг для туризма и путешествий могут внести положительный вклад в развитие туризма и в претворение в жизнь положений настоящей Хартии.
- 2. Они должны придерживаться принципов настоящей Хартии и соблюдать любые обязательства, взятые на себя в рамках их профессиональной деятельности, обеспечивая высокое качество предоставляемого туристского продукта в целях содействия утверждению гуманистического характера туризма.
- З. Они должны, в частности, препятствовать поощрению использования туризма для всех видов эксплуатации других людей.

Статья IX

- Необходимо оказывать содействие работникам в области туризма и поставщикам услуг для туризма и путешествий путем предоставления им через соответствующие национальные и международные законодательства необходимых условий, позволяющих им:
- а) заниматься своей деятельностью при благоприятных условиях, без каких-либо помех или дискриминации;
- б) использовать общую и техническую профессиональную подготовку как внутри страны, так и за границей в целях обеспечения квалифицированными людскими ресурсами;
- в) сотрудничать между собой, а также с публичными властями через национальные и международные организации в целях улучшения координации их деятельности и улучшения качества предоставляемых ими услуг.

КОДЕКС ТУРИСТА Статья Х

 Туристы должны своим поведением способствовать взаимопониманию и дружеским отношениям между народами как на национальном, так и на международном уровне и таким образом содействовать сохранению мира.

Статья XI

 1. В местах транзита и временного пребывания туристы должны уважать установившийся политический, социальный, моральный и религиозный уклад и подчиняться действующим законам и правилам.

2. В этих же местах туристы также должны:

- а) проявлять самое большое понимание в отношении обычаев, верований и поступков местного населения и самое большое уважение в отношении природного и культурного достояния последнего;
- б) воздерживаться от подчеркивания экономических, социальных и культурных различий, существующих между ними и местным населением;
- в) быть восприимчивыми к культуре местного населения, принимающего туристов, являющейся неотъемлемой частью общего достояния человечества;
- г) препятствовать эксплуатации других в целях проституции;
 д) воздерживаться от торговли, провоза и употребления наркотиков и (или) других запрещенных препаратов.

Статья XII

 Во время путешествия из одной страны в другую и в пределах принимающей страны туристы должны через соответствующие правительственные меры иметь возможность для своего блага пользоваться: а) смягчением административного и финансового контроля; б) возможно лучшими условиями на транспорте и в течение временного пребывания, которые могут быть предоставлены поставщиками туристских услуг.

Статья XIII

 1. Туристам следует предоставлять свободный доступ как внутри, так и за пределами своих стран к местам и отдельным районам туристского интереса и свободу передвижения, учитывая при этом существующие правила и ограничения. туристского интереса, а также на протяжении всего их транзита и временного пребывания туристы для своего блага должны располагать:

2. HO HOMODITHIN K WCCTAW IN OTACHDINI PANOHAW

- а) объективной, точной и исчерпывающей информацией об условиях и возможностях, предоставляемых в течение их путешествия и временного пребывания официальными туристскими организациями и поставщиками туристских услуг;
- б) личной безопасностью, безопасностью своего имущества, а также защитой своих прав как потребителей;
- в) соответствующей общественной гигиеной, особенно в средствах размещения, общественного питания и на транспорте; информацией об эффективных мерах по предупреждению инфекционных заболеваний и несчастных случаев, а также беспрепятственным доступом к службам здравоохранения;

Статья XIV (заключительная)

• Каждый человек имеет право ставить в известность представителей законодательных органов и общественных организаций о своих потребностях, чтобы в полной мере осуществлять свое право на отдых и проведение досуга с тем, чтобы пользоваться преимуществами туризма в наиболее выгодных условиях, и там, где это уместно и в соответствии с законом, объединяться с другими для этой цели.

Туристические выставки в 2011/ 2012 г.

- Ежегодно проходят известные международные специализированные Туристические выставки.
- Так в 2010 году в Москве на выставках по туризму встречаются мировые лидеры в области туризма, туристические организации, крупнейшие туроператоры, гостиничные комплексы.
- Основными участниками выставок туризма в Москве являются региональные туристические организации, крупнейшие туроператоры, гостиничные комплексы.
- В рамках, туристических выставок проводят мастер-классы и презентации. Специализированные туристические выставки дают возможность узнать о туризме все.
- Формат выставок: туризм, и изучить его целиком невозможно даже в том случае, если потратить на это всю свою жизнь.

- На туристических выставках можно узнать новые подробности о туристических курортах, познакомиться с интересными фактами про туризм, о которых раньше даже и не подозревали, открыть для себя новые виды отдыха, приглашаем профессионалов турбизнеса принять участие в крупнейших Туристических выставках в Москве, России, Мира.
- Выставка "Путешествия и туризм" это и живой организм, который отражает то, что есть, то, что будет — тенденции, новинки, этапы развития!
- Выставка "Путешествия и туризм" особенная, это единственная туристическая выставка в России и зарубежных государств, с которой считается мировой турбизнес.

Календарь выставок

- 05.12.11-09.12.11
 <u>ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ 2011</u>
 5-я международная выставка
- 21.03.12-24.03.12
 МІТТ 2012 / ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ 2012
 - 19-я московская международная выставка индустрии туризма

Ярмарка

■ (польск. jarmark, нем. Jahrmarkt ежегодный <u>рынок</u> — ежегодный рынок) ежегодно повторяющаяся распродажа ежегодный рынок) — ежегодно повторяющаяся распродажа товаров, иногда с ограничениями на определённый сезон, товар (например: <u>вино</u> — ежегодный рынок) — ежегодно повторяющаяся распродажа товаров, иногда с ограничениями на

- В прошлые века ярмарки обычно располагались в хорошо защищённых местах (у замков или монастырей), на пересечении торговых путей, во время церковных праздников.
- Право на их проведение давал король, граф или другое высокопоставленное лицо.
- Проведение часто регулировалось городским или рыночным правом.

 Первой ярмаркой в Западной Европе стала ярмарка в Сен-ДениПервой ярмаркой в Западной Европе стала ярмарка в Сен-Дени под Парижем Первой ярмаркой в Западной Европе стала ярмарка в Сен-Дени под Парижем в 629 году, но к X веку они уже стали повсеместным явлением.

- С развитием рынка ярмарки из центров оптовой торговли превратились в выставки образцов.
- В настоящее время многие ярмарки проводятся в рамках тех или иных выставочных мероприятий.
- В отличие от обычной выставки, посетители ярмарки часто имеют возможность сразу купить понравившиеся им экспонаты.
- В то же время сохранились традиционные ярмарки — например ярмарки выездной торговли по выходным дням, организуемые правительством государства и др.

Выставка

- публичная демонстрация достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства, туризма и других областях общественной жизни.
- Понятие может обозначать как само мероприятие, так и место проведения этого мероприятия.
- Различают выставки: местные, национальные, международные и всемирные, а также всеобщие, охватывающие все отрасли человеческой деятельности (например, Выставка достижений народного хозяйства СССР ВДНХ), и специализированные, посвящённые только одной области деятельности человека.
- К последним относятся туристические, художественные, промышленные и сельскохозяйственные. Также различают выставки периодические (временные) и постоянные.

Выставка

 по определению "Международного бюро выставок" - это показ, каково бы ни было его наименование, путём демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности.

Из истории выставок

- Своё начало выставки ведут от французских музеев, начало которым положил ещё Мазарини и Кольбер.
- Но первой выставкой, напоминающей современные, была выставка Ecole des beaux arts в 1763 году.
- Её примеру тотчас же последовали Дрезден (1765), Берлин (1786), Мюнхен (1788) и другие.
- Первая промышленная выставка была устроена во Франции в 1798 году, в Париже. До 1806 года последовали ещё четыре выставки в Париже, но меньшего размера.

- В конце XIX века Россия переживала период бурного экономического подъема.
 Промышленный рост наглядно воплощался в расцвете выставок и ярмарок.
- Так, <u>Всероссийская выставка 1896 года</u> по своим масштабам превзошла даже <u>Всемирную Парижскую выставку 1889 года</u>.
- В выставке, продолжавшейся 120 дней, участвовали 9700 экспонентов, которые разместились в 172 крытых павильонах.
- Реальные затраты на проведение этой выставки составили восемь миллионов рублей – по тем временам это были большие деньги, - и значительную часть этих расходов взяло на себя правительство.

Биржа

■ (нидерл. beurs, нем. Börse, фр. bourse, итал. bórsa, исп. bolsa, англ. exchange) юридическое лицо) — юридическое лицо, обеспечивающее регулярное функционирование организованного рынка) — юридическое лицо, обеспечивающее регулярное функционирование организованного рынка товаров) — юридическое лицо, обеспечивающее регулярное функционирование организованного рынка товаров, валют) — юридическое лицо, обеспечивающее регулярное функционирование организованного рынка товаров, валют, ценных бумаг)

Из истории создания бирж

- История возникновения бирж относится к XIII—XV вв. и начинается с вексельных ярмарок в Венеции История возникновения бирж относится к XIII—XV вв. и начинается с вексельных ярмарок в Венеции, Генуе История возникновения бирж относится к XIII—XV вв. и начинается с вексельных ярмарок в Венеции, Генуе, Флоренции История возникновения бирж относится к XIII—XV вв. и начинается с вексельных ярмарок в Венеции, Генуе, Флоренции, <u>Шампане</u>История возникновения бирж относится к XIII—XV вв. и начинается с вексельных ярмарок в Венеции, Генуе, Флоренции, Шампане, Брюгге.
- В Брюгге вексельные торги проходили на площади, на которой стоял дом старинного семейства «van der

Сделки на бирже

- До эпохи компьютеризации о сделках стороны договаривались устно.
- Сейчас торги большей частью проходят в электронном виде с использованием специализированных программ.
- Брокеры в своих интересах или интересах клиентов выставляют в торговые системы заявки на покупку или продажу ценной бумаги (валюты, товара).
- Эти заявки удовлетворяются встречными заявками других торговцев.

Салон

- (фр. salon комната, гостиная, от итал. sala зал):
- СалонСалон корпоративный круг литературный, художественный или политический клуб единомышленников, собирающихся в частном или арендуемом доме, называемом также «салоном» с прибавлнением символического наименования или имени содержателя, владельца.

Виды салонов

- Салон магазин с одним торговым залом.
- Салон красоты парикмахерская.
- Салон мод ателье модной одежды.
- <u>Салон</u> зал, в котором клиенты ожидают своей очереди.
- Салон основное внутреннее помещение пассажирского транспорта (исключая кабину водителя).
- Салон основное внутреннее помещение автомобиля.
- Салон комната для приема гостей (устаревшее).
- Парижский салон Парижский салон (широко известный как просто «Салон») одна из самых престижных художественных выставок Парижский салон (широко известный как просто «Салон») одна из самых престижных художественных выставок Франции Парижский салон (широко известный как просто «Салон») одна из самых престижных художественных выставок Франции, официальная регулярная экспозиция Парижский салон (широко известный как просто «Салон») одна из самых престижных художественных выставок Франции, официальная регулярная экспозиция парижской Парижский салон (широко известный как просто

Роль турагента и туроператора на туристском рынке

 Организации, занимающиеся составлением и продажей туров, называются туристскоэкскурсионными организациями.

На практике они могут называться поразному: туристские бюро, бюро путешествий, турагентства и т. д.

 Но с точки зрения вида предпринимательства на туристском рынке их можно подразделить на туристские агентства и туристские операторы.

Туристский продукт

- Туристский продукт формируется из услуг предприятий, причастных к обслуживанию людей на отдыхе и в путешествии.
- Это транспортные фирмы и компании, гостиницы, рестораны, кафе, экскурсионные фирмы, музеи и выставки, парки аттракционов, досуговоразвлекательные предприятия, шоу-, кино-, видеобизнес, азартные мероприятия и заведения, спортивные и курортные организации.
- Словом, все те, кто может оказать необходимые услуги.

Специфика туристского продукта

- Основной задачей деятельности туроператора является создание тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания.
- Этот продукт и является основным туристским продуктом туроператора, выпускаемым на рынок и реализуемым через агентскую сеть.

Данный продукт весьма специфичен и включает в себя:

- маршрут, специально разработанный;
- тур с утвержденной программой обслуживания;
- услуги, предоставляемые дополнительно;
- товары, соответствующие туристскому обслуживанию.

Роль туроператора

- Комплектацией туристского продукта, т.е.
 формированием набора услуг под названием «тур», занимаются туроператоры.
- Туроператор (в некоторых странах его называют турорганизатором) производит дифференцированные туристские продукты из составляющих услуг в соответствии с потребностями и пожеланиями клиентов.

Деятельность туроператора:

- разрабатывает туристские маршруты,
- насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг,
- обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг,
- подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам,
- рассчитывает цены на туры,
- передает туры турагенту для их последующей реализации туристам.

Роль турагента

- Турагент это организация-посредник, занимающаяся продажей сформированных туроператором туров.
- Турагент реализует туристский продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив-туры) или в виде свободного набора услуг (заказные туры).

Деятельность турагента

- Турагент приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю.
- Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

- Обычно туроператор это более крупная компания, чем турагент, имеющая головной туроператорский офис и несколько филиалов - агентскую сеть.
- Многие крупные туроператоры имеют агентские сети по всему миру.

При этом, независимо от наличия собственной агентской сети, туроператор заключает агентские соглашения с независимыми турагентствами на продажу своих туров.

 Чем больше у туроператора партнеров-турагентов, чем в большем количестве стран и регионов они расположены, тем шире объемы продаж и соответственно больше туристов, выше прибыль, успешнее дела.

Формы собственности фирм

- Турагенты и туроператоры могут иметь разнообразные формы собственности.
- Они могут быть частными, государственными, акционерными обществами - суть предпринимательской деятельности и рыночные функции их от этого не меняются.
- Главной рыночной задачей как турагента, так и туроператора являются обретение устойчивого положения на туристском рынке и получение устойчивой прибыли.
- Необходимо найти свою нишу, свой сегмент потребителей на основе дифференциации туристского рынка.

Основные различия между туроператором и турагентом:

1. По системе доходов:

- Туроператор покупает некоторый туристский продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи;
- очень часто туроператор приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования.
- В то же время турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта;
- турагент реализует туристский продукт (часто и отдельные услуги, например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг.

Турагенты

- Турагентство достаточно распространенный вид бизнеса в туризме.
- Конкуренция подталкивает туристские фирмы к поиску своей ниши в турбизнесе при помощи приспособления к реальному спросу с учетом различий между отдельными группами потребителей.
- Значительная часть фирм действует как розничные турагентства, работая с клиентами напрямую.

Основные задачи турагентства:

- полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др.;
- продвижение этой информации с помощью рекламы;
- организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристского рынка.

Основные задачи турагентсва

 2. По принадлежности туристского продукта: Туроператор всегда имеет запас туристского продукта для продажи, а турагент запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент выражает покупательский интерес.

Направления деятельности

- С точки зрения специализации турагентства могут быть многопрофильными (наиболее распространены), т. е. осуществляющими комплексное обслуживание любых видов клиентов, включая отпускников, командированных и группы.
- Существуют также и специализированные турагентства, наиболее распространенными из которых являются коммерческие турагентства, специализирующиеся на организации деловых поездок для крупных компаний, включая конгрессное обслуживание,
- а также агентства, специализирующиеся на поездках на отдых.
- Именно эти агентсва, как правило, предлагают наиболее
 широкий выбор туров, круизов и пакетных поездок на курорты, в
 популярные места отдыха и развлечений.

Туроператоры

- В повседневной практике иногда бывает трудно определить четкое различие между туроператором и турагентом, так как оба вида фирм могут решать сходные задачи.
- Конечно, туристская организация может быть одновременно и турагентом, и туроператором.
- Например, фирма разрабатывает маршруты как туроператор и продает их туристам и другим агентствам, в то же время эта же фирма как турагент приобретает туры у других фирм и продает их туристам.

По виду деятельности туроператоры бывают:

- 1. Операторы массового рынка они продают большое число турпакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения, главным образом в места назначения массового туризма.
- 2. Специализированные операторы это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д).

В свою очередь, такие специализированные операторы подразделяются на туроператоров:

- а) специального интереса (например, спортивно-приключенческий туризм, организация сафари в Африке и др.);
- б) специального места назначения (например, Англия, Бельгия, Франция, Чехия и т. д.);
- в) определенной клиентуры (молодежные, бизнес-туры, семейные туры, студенческие, туры для школьников и т. д.);
- г) специальных мест размещения (например, дома отдыха, турбазы и т. д.);
- д) использующих определенный вид транспорта (авиационный транспорт, теплоходы, ж/д поезда, автобусы).

По месту деятельности туроператоры бывают:

- 1. Местные (внутренние) операторы они ориентируют турпакеты назначением в пределах страны происхождения.
- 2. Выездные операторы они ориентируют турпакеты на зарубежные страны.
- 3. Операторы на приеме они базируются в месте назначения (в стране назначения) и обслуживают прибывающих иностранных туристов в пользу других операторов и агентов.

в более общем смысле туропереитинга принято разделять туроператоров на инициативных и рецептивных

- Инициативные туроператоры это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями.
- Отличием их от туристских агентств, занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего (по нормам ВТО) из не менее чем трех услуг: размещение, транспортировка туристов и любая другая услуга, не связанная с первыми двумя (обзорная экскурсия).

- Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта.
- К таким туроператорам относятся выездные туроператоры и внутренние туроператоры, занимающиеся отправкой внутренних туристов в другие регионы своей страны.

Рецептивные туроператоры

- Рецептивные туроператоры это
 туроператоры на приеме, т. е. комплектующие
 туры и программы обслуживания в месте
 приема и обслуживания туристов, используя
 прямые договоры с поставщиками услуг
 (гостиницами, предприятиями питания,
 досугово-развлекательными учреждениями и
 т.д.).
- Это чистая форма туроперейтинга. К ней относятся туроператоры на приеме и внутренние туроператоры, обслуживающие своих граждан также на приеме.

Международные туристские организации

- Всемирная туристская организация
- (World Tourism Organization)
 Всемирная туристская организация (ВТО) межправительственная организация, в которую в настоящее время входят более 105 действительных членов, несколько ассоциированных и свыше 150 присоединившихся членов (турфирмы, авиакомпании, международные организации и др.).

История создания ВТО

- История создания ВТО начинается с 1925 г., когда
 Лига наций сделала первую попытку дать
 официальное определение понятия «турист».
- Долгие годы организация официально называлась Международным союзом официальных туристских организаций и не входила в систему специализированных органов ООН.
- По инициативе Экономического и социального совета ООН (ЭКОСОС) 2 января 1975 г. ВТО получила официальный статус специализированного органа ООН и свое нынешнее наименование.

Документы

- Устав ВТО был принят 27 сентября 1975
 г.
- Начиная с 1980 г. эта дата отмечается как Всемирный день туризма.

Согласно Уставу основными целями ВТО являются:

- ускорение и расширение содействия развитию туризма
 (международного и внутреннего), взаимопониманию, здоровью и
 процветанию людей во всем мире;
- помощь людям в получении доступа к образованию и культуре посещаемых стран во время путешествий;
- улучшение стандартов проживания и пребывания в менее развитых районах мира посредством помощи в обеспечении необходимой материально-технической базы для иностранного туризма и развития транспортных путей, соединяющих с данными регионами;
- расширение возможностей стран, принимающих туристов, и тем самым увеличение вклада в развитие их экономики;
- координация туристских интересов стран членов ВТО;

- Устав ВТО является открытым и предусматривает три категории членства:
- действительные,
- ассоциированные и
- присоединившиеся члены.

Статусы членства

- Статус действительного члена доступен для всех суверенных государств.
- Статус ассоциированного члена предоставляется территориям (группам территорий), не являющимся ответственными за осуществление внешних сношений.
- Статус присоединившегося члена предоставляется международным организациям, межправительственным и неправительственным, имеющим специальные интересы в туризме, а также коммерческим организациям и ассоциациям, осуществляющим деятельность в области туризма.

Руководящий орган ВТО

- Руководящим органом ВТО является Генеральная ассамблея, созываемая каждые четыре года.
- Между сессиями Генеральной ассамблеи работает Исполком Генеральной ассамблеи ВТО.
- Штаб-квартира ВТО находится в Мадриде (Испания).
- В рамках ВТО функционируют региональные комиссии:
 по Европе, Африке, Америке, Южной Азии, Ближнему Востоку, Восточной Азии и району Тихого океана, а также Международный высший учебный центр по туризму.
- Россия входит в Комиссию ВТО по Европе (КЕВ).
- Официальные языки ВТО английский, испанский, русский, французский.

стратегии развития индустрии туризма, что предусматривает:

- планирование развития индустрии туризма;
- анализ проблем и государственной политики, которые связаны с географическим распределением туризма и отдыха в странах членах ВТО;
- разработку национальных и региональных планов использования земли;
- анализ взаимосвязей развития индустрии туризма и регионального планирования с учетом увязки различных потребностей в ресурсах и интересов всего человечества;
- учет экологических последствий развития индустрии туризма;
- учет социальных последствий туризма;
- разработку общей стратегии и программных мер по осуществлению планов развития туризма.

В рамках Программы развития ООН осуществляется финансирование проектов помощи развивающимся странам в следующих направлениях

- укрепление организационной структуры национальных управлений по туризму;
- оценка туристских возможностей для реализации в будущем;
- подготовка персонала по обслуживанию туристов и гостиничному обслуживанию;
- планирование развития туризма;
- исследование туристского рынка;
- реклама и содействие туризму;
- технико-экономическое обоснование строительства гостиниц;
- развитие зимних видов спорта и культурного туризма;
- сохранение исторических памятников;
- молодежный туризм;
- социальное влияние туризма;
- развитие и управление центрами отдыха для групп населения с низким и средним уровнями доходов.

Деятельность ВТО

- В основном деятельность ВТО концентрируется на информационном продвижении туризма, увеличении его значения, а также создании новой материально-технической базы.
- Организация стремится упорядочить деятельность по развитию туризма путем разработки и введения определенных принципов в области международного туризма.
- ВТО также разрабатывает международные документы и следит за их соблюдением, участвует в разрешении международных туристских разногласий, а также организует обмен данными о последних достижениях в области науки, связи, информационных технологий.
- Одна из важнейших задач ВТО исследования по изучению статистики международного туризма, применение новых методов измерения, прогнозирования, маркетинга для последующего использования национальными туристскими организациями в их деятельности.

Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств

(United Federation of Travel Agents' Associations)



• международная туристская организация, объединяющая в качестве действительных членов национальные туристские ассоциации и организации, в качестве ассоциированных членов туристские агентства, гостиницы, транспортные предприятия, учебные заведения.

- Организация создана в 1966 г. в результате слияния Международной ассоциации туристских агентств, существовавшей с 1919 г., и образованной в 1964 г. Всемирной организацией ассоциаций туристских агентств.
- Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств объединяет 80 национальных ассоциаций и организаций и около 1400 индивидуальных членов, представляющих более 80 стран.

 К числу членов Всемирной федерации относятся Американское общество турагентств, Ассоциация британских турагентств, Ассоциация немецких бюро путешествий, Союз ассоциаций туристских бюро северных стран • Основной целью Всемирной федерации является создание и укрепление национальных ассоциаций турагентств, оказание им юридической, финансовой, профессиональной и материальнотехнической помощи, максимальная поддержка престижа всех категорий профессии туристского агента на международном уровне в экономической, юридической и социальной областях.

 Практическая работа Всемирной федерации заключается в координации деятельности рабочих групп по таким вопросам, как автоматизация, гостиничное хозяйство, транспорт, профессиональная подготовка, юридическая поддержка, страхование туристов и т.д.

- Секретариат Всемирной федерации находится в Брюсселе (Бельгия).
- Официальные языки английский, французский, испанский.
- Руководящие органы Генеральная ассамблея, созываемая ежегодно, Совет директоров и Исполнительный комитет.

Международная ассоциация по экскурсионному обслуживанию и турам

- международная туристская организация, членами которой являются организации, занимающиеся экскурсионным обслуживанием.
- Создана в 1953 г.
- Ассоциация ежегодно публикует Тарифный справочник по турам и экскурсионному обслуживанию, содержащий программы и цены туров, организуемых членами Ассоциации.

- Альянс объединяет в настоящее время более 140 организаций с общим количеством около 60 млн членов из 84 стран мира.
- Секретариат находится в Лиссабоне (Португалия).
- Официальный язык английский.
- Руководящие органы—Генеральная ассамблея, созываемая ежегодно, и Совет директоров.

Международный туристский альянс (Alliance Internationale de Tourisme)

- международная туристская организация, действительными членами которой являются национальные автомобильные ассоциации и туристские клубы, объединяющие индивидуальных членов или национальные федерации, состоящие из ассоциаций туристов.
- Создана в 1919 г.

Первоначально эта организация называлась
 Международной лигой туристских
 ассоциаций, в числе основателей Лиги были
 две российские организации: Русский клуб
 путешественников и Русский союз.

 Цель Альянса—развитие всех видов международного туризма, в первую очередь автотуризма.

- Альянс в настоящее время объединяет более 140 организаций с общим числом членов около 60 млн из 84 стран.
- Секретариат находится в Женеве (Швейцария).
- Официальные языки английский, французский, немецкий, испанский.
- Руководящие органы Генеральная ассамблея, созываемая ежегодно, и Руководящий комитет.

Международная ассоциация воздушного транспорта (International Air Transport Association)



- всемирная организация международных авиаперевозчиков, основанная в 1919 г.
- реорганизованная по окончании Второй мировой войны в 1945 г.

 Главная функция — упорядочение международного коммерческого авиационного сообщения, введение единых для всех членов правил и процедур и установление согласованных тарифов на пассажирские авиаперевозки на международных маршрутах.

- Высший орган IATA ежегодная
 Генеральная ассамблея, на которой выбираются президент и исполнительный комитет.
- Цель IATA реализация политики международной организации гражданской авиации (ICAO).

- IATA—это содействие перемещению людей, почты и грузов из одной точки мира в другую с использованием различных комбинаций маршрутов воздушной сети.
- Резолюции, принятые на транспортных конференциях IATA касаются билетов, путевых листов, документов на багаж и других подобных документов.

- Одна из важнейших составляющих работы IATA — установление тарифов.
- Необходимость согласования тарифов среди авиакомпаний — членов LATA — это одновременно и политика, и практика, так как все тарифы международных авиакомпаний контролируются правительствами стран владельцев авиакомпаний.
- Каждая страна, являясь хозяйкой своего воздушного пространства, может запрещать или разрешать вторгаться на свою территорию, а также выдвигать условия, которые ее устраивают.

- В состав входят 259 авиакомпаний, совершающих международные полеты.
- На долю этих авиакомпаний приходится около 95% международного регулярного сообщения.
- Авиакомпания «Аэрофлот» в составе с 1989 г., членами Ассоциации являются также российские авиакомпании «Трансаэро», «Пулково», «Домодедовские ПО», «Внуковские авиалинии».

- Турагентства участвуют в деятельности IATA через ее специальное отделение Международную организацию агентов авиакомпаний (International Airlines Travel Agents Network, IATAN).
- Каждому турагентству, прошедшему процедуру аккредитации и соответствующему определенным требованиям, присваивается номер, служащий своего рода визитной карточкой при осуществлении расчетов с авиакомпанией и другими организациями туриндустрии.
- IATAN следит за соблюдением правил и стандартов деятельности, единых требований к финансовому положению турфирм, продающих авиабилеты на международные авиарейсы, и выполняет функции связующего звена между турагентствами и авиакомпаниями — членами IATA

Международная ассоциация по конгрессам и съездам

(International Congress & Convention Association)



- международная туристская организация, объединяющая турагентства, конгресс-центры, гостиницы и транспортные предприятия.
- Создана в 1964 г.

- Основная цель развитие конгрессного туризма.
- Секретариат Ассоциации находится в Амстердаме (Голландия).
- Официальный язык английский.
- Руководящие органы—Генеральная ассамблея, созываемая ежегодно, и Совет директоров.

Международная федерация журналистов и писателей по вопросам туризма

- международная организация, членами которой являются национальные объединения журналистов и писателей, освещающих вопросы туризма в прессе.
- Создана в 1954 г

- Цели пропаганда гуманистических принципов международного туризма, развитие дружественных деловых контактов между журналистами и писателями, защита их профессиональных интересов.
- Секретариат Федерации находится в Париже (Франция).
- Официальные языки французский, английский.
- Руководящие органы Конгресс, созываемый ежегодно, Комитет директоров и Исполнительный совет.

Международная федерация кемпингов и караванингов

- членами которой являются национальные федерации и ассоциации кемпингов и караванингов.
- Создана в 1932 г.
- При Федерации существуют Центр туристской информации и ряд специализированных комиссий.
- Ежегодно проводятся авторалли.
- Секретариат находится в Брюсселе (Бельгия).

Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация (Pacific Asia Travel Association)



- неправительственная международная туристская организация, в которую входят более 2200 членов из 34 стран, представляющих национальные правительственные туристские организации, транспортные и гостиничные ассоциации, туристские фирмы, а также другие организации, связанные с индустрией туризма.
- Основана в 1951 г.

- Маркетинговые усилия Ассоциации направлены на работу с индивидуальными туристами, путешествующими в границах региона.
- Ассоциация также старается совершенствовать маркетинговую деятельность для создания привлекательности отдельных туристских направлений.
- Исследовательская работа Ассоциации обсуждается на ежегодных конференциях по изучению туризма и находит отражение в ежегодных статистических отчетах по Тихоокеанскому региону.

- Секретариат Ассоциации находится в Сан-Франциско (США).
- Основные офисы по обслуживанию Азиатского региона — в Сингапуре, Тихоокеанского региона — в Сиднее, Американско-Европейской части — в Сан-Франциско.
- -Официальный язык — английский.

Международное бюро социального туризма (International Bureau of social tourism)



- неправительственная международная туристская организация, действительными членами которой являются международные и национальные организации, деятельность которых посвящена социальному туризму.
- Создана в 1963 г.

- Целью Бюро является содействие развитию социального туризма в международном масштабе.
- Под социальным туризмом подразумевается туризм с участием слоев населения со скромными доходами.
- Секретариат БИТС находится в Брюсселе (Бельгия).
- Официальный язык французский.
- Руководящие органы Генеральная ассамблея, созываемая один раз в два года, и Административный совет.

Международное бюро по молодежному туризму и обменам

- специализированный орган Всемирной федерации демократической молодежи (ВФДМ).
- Основано бюро в 1960 г.
 Бюро ассоциация организаций и бюро путешествий, которые занимаются молодежным туризмом и обменом как среди членских организаций ВФДМ, так и среди других организаций, заинтересованных в активной форме интернационального воспитания молодого поколения.

- Бюро объединяет около 40 молодежных туристских организаций многих стран.
- Основная задача создание условий для молодежного туризма и обмена, развития контрактов между членами Бюро и организациями, деятельность которых направлена на достижение международного взаимопонимания и дружбы между молодежью.
- Штаб-квартира находится в Будапеште (Венгрия).
- Официальные языки английский, французский, русский.
- Руководящие органы—Генеральная конференция, созываемая один раз в два-три года, и Совет.
- Рабочие органы Координационный транспортный центр и постоянные рабочие комиссии.

Национальные ассоциации туристских агентств

- Национальные ассоциации туристских агентств существуют более чем в 80 странах.
- Основные задачи ассоциаций соблюдение интересов турагентств во взаимоотношениях с правительственными организациями, изучение туристского рынка, обмен опытом и установление деловых контактов.
- В зависимости от страны и ее туристского потенциала национальные ассоциации объединяют от 6 до 20 000 членов.

Крупнейшими национальными ассоциациями турагентств являются:

- Американское общество туристских агентов;
- Ассоциация британских туристских агентов;
- Национальный синдикат туристских агентов Франции;
- Союз канадских туристских ассоциаций;
- Национальная испанская ассоциация;
- Союз немецких бюро путешествий;
- Австралийская федерация туристских агентов;
- Японская ассоциация туристских агентов.

Российские туристские организации активно сотрудничают с такими международными организациями:

- Международная федерация туроператоров;
- Всемирная ассоциация туристских агентов;
- Международная авиатранспортная ассоциация;
- Международная гостиничная ассоциация;
- Международная ассоциация экспертов по туризму;
- Международная ассоциация по профессиональному обучению в области туризма;
- Международный институт унификации частного права;
- Европейская туристская комиссия; Объединение Европейских туристских фирм-оптовиков.

 Членство в международных туристских организациях позволяет российским туристским предприятиям проводить наиболее эффективную маркетинговую политику своего турпродукта на внешнем рынке, расширять круг потенциальных контрагентов, обмениваться опытом ведения туристской деятельности с иностранными туристскими предприятиями.