

Същност, цели, задачи и тенденции на международния туризъм (МТ)

МТ е наука за териториалното разположение на тур. ресурси и разпределението в пространството на тур. потоци. Тя още изучава икономическите параметри на туризма в глобален, регионален и национален мащаб, прави характеристика на неговите основни дестинации. От социологическа гледна точка тур. потоци представляват съвкупност от тур. групи, които се отправят по определени маршрути в специални центрове, за да прекарат приятно и полезно свободното си време, като извършват различни пътешествия. Основната причина за такива пътешествия са редица фактори както природни /море, плажове, реки, минерални води, гори и др./, така и антропогенни /културно-исторически паметници, изработвания на изкуството/. Пътищата на пресичане на тур. потоци в пространството формират тур. центрове, които са с определени географски координати /географска ширина и дължина/. За да станат притегателна, атрактивна точка, тези центрове трябва да притежават определен набор от природни и антропогенни тур. ресурси. Освен това трябва да са на лице и редица социално-икономически и политически условия, като наличие на свободно време у потенциалните туристи, финансови възможности и желание да изхарчат част от парите си за туризъм, политическа стабилност и липсата на военни конфликти и терористични актове, и наличието на средства за настаняване, храна и развлечения.

От своя страна тур. центрове също оказват ик. и соц. влияние на тур. потоци. Концентрацията на тур. центрове в пространството на регионално ниво формират тур. географски зони. Класически пример в това отношение е крайбрежието на Средиземно море, което п/з последния половин век се превърна в световна дестинация, с наличие на всички елементи на съвременния туризъм. Различават се следните тур. потоци, които са се формирали още п/з 80-те години на миналия век: 1) Меридионален поток - север-юг /от северна и централна Европа към Средиземно море и Африка/; 2) Източен поток от Зап.Европа към Средиземно море и Азия; 3) Атлантически поток, който се поделя на 2 клона - от Зап.Европа към Сев.Америка, от Сев.Америка към Централна и Юж.Америка и Европа; 4) Азиатски и Тихоокеански потоци - 6 клона - от Япония към страните от басейна на Тихия океан, от Япония към Европа, от Япония към Америка, от Австралия и Нова Зеландия към Европа, от Австралия и Нова Зеландия към Америка, от другите страни на Юж.Азия към съседните страни. Най-големите тур. центрове са концентрирани в Америка и Европа. Те могат да бъдат класифицирани по плътността на насочените към тях туристопотоци. Определят се 3 типа:

1. Центрове приемащи над 5млн. туристи - те са съсредоточени в Европа и САЩ
2. Центрове приемащи от 2 до 5 млн. туристи. Те се намират в източната част на Средиземно море - Турция, Гърция
3. Центрове приемащи от 1 до 5 млн. туристи - Египет, Мароко, Тунис, Мексико, Бразилия, Перу, Хон Конг, Тайланд.

П/з последното десетилетие възникнаха нови тур. центрове в крайбрежния басейн, множество островни държави, по архипелазите в Индийския океан, в Китай и югоизточна Азия. Пътят, по-който се движат тур. потоци винаги пресича определено географско пространство и се нарича тур. маршрут. Почти по всички тур.маршрути се намират различни тур.обекти като хотели, ресторанти, исторически и археологически забележителности, развлекателни обекти, които предлагат различни услуги и стоки на туриста. Ик. параметри се определят от факта , че тур. потоци са едни от най-интензивните обмени протичащи м/у отделните държави и региони в света. Голямо е значението на туризма за платежния баланс на някои Европейски страни като Испания, Франция, Италия. От азиатските държави - Китай, Хон Конг. Островните държави от Карибския басейн и някои архипелази в Индийския и Тихия океан. За България валутните приходи от туризма са също от значение за платежния баланс. Процесите и явленията на тур.пазар се анализират от МТ. В резултат на анализите се разкриват някои закономерности, които дават основание да се направят определени изводи за развитието на туризма в определените региони и държави и на тази основа да се набележат мерки за неговото оздравяване, стабилизиране или продължаване на възприетата стратегия.

Свет.тур.организация - СТО препоръчва анализа на тур.пазари във всеки един от световните региони да има следните основни цели: 1) Идентифициране на регионите, в които туризмът бележи ръст и на онези, в които бележи спад; 2) Обяснение на причините за големите разлики в географските разпределения на пристиганията и приходите и на развитието на тези разлики; 3) Разкриване на държавите, в които МТ има потенциал да се превърне във важно перо за ик.развитие и просперитет.

СТО разделя света на 6 региона, за които дава достоверна статистическа информация. В

основа на тази информация могат да се правят анализи за състоянието на туризма в отделните страни на всеки регион и сравнителни анализи за тенденциите на тур.пристигания и постъпления. В обхвата на световните региони СТО разграничава и подрегиони. Те са: 1.Регион Африка със следните 5 подрегиона /СТО изключва Египет и Либия и ги изпраща към регион Близък изток/-Сев.,Зап.,Центр.,Из.и Юж.Африка

2. Регион Америка със следните 4 подрегиона - Сев.Америка, Карибски басейн, Центр.Америка и Юж.Америка

3. Регион Из.Азия и Тихоокеански басейн /ИАТР/ със следните 3 подрегиона - Североизточна Азия, Югоизточна Азия, Океания.

4. Регион Европа - 5 подрегиона - Сев., Зап., Центр., Из. и Юж.Ев., Из. Средиземноморие

5. Регион Близък Изток

6. Регион Юж.Азия

Тенденции за развитие на съвременния туризъм

Водещата тенденция е свързана с ускореното нарастване на тур.търсене и потребление от туризъм. Статистиката на СOT сочи тази тенденция като продължителна и с траен характер. Увеличението на броя на тур.посещения ще се запази, но с по-ниски средногодишни темпове в сравнение с 50-те и 60-те години на 20век, поради относителното насищане на тур.пазар. П/з 2010г. се очаква броят им да достигне 937млн. Следователно в бъдеще МТ ще остане икон.сектор създаващ много работни места и ще акумулира валутни приходи и печалба.

Наблюдават се и няколко съпътстващи тенденции:

- изменение в соц.състав на туристопотока изразяващ се във все по-масово пътуване на средни и ниски соц.слоеве
- изменение в териториалната структура на туристопотока
- изменение в посоката на движение на туристопотоците. Новите посоки конкуриращи класическите са: Европа-Тихоокеанското крайбрежие, Из.Азия-Ев. и САЩ
- промени в демографската структура на туристопотоците
- изменение в структурата на търсенето и потреблението от гледна точка на видовете туризъм - нараства значението на алтернативните видове туризъм /хоби, селски, еко туризъм и др./
- изменение в структурата на потреблението по видове заведения за пребиваване - хотелът заема водещо място, но нараства интереса към по-нетрадиционните заведения за пребиваване - замъци, старинни къщи, малки семейни х-ли
- качествено изменение на потреблението и търсенето
- нараства тур.предлагане и то има превес спрямо тур.търсене - тур.предлагане все повече се специализира към внимателно проучените целеви групи от пазара на търсенето