

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

ДИКУНОВ СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

кандидат социологических наук, преподаватель кафедры автомобильной техники Вольского военного института материального обеспечения, Вольск, Россия

E-mail: mr.dikunov@mail.ru

ДИКУНОВА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА

кандидат экономических наук, преподаватель кафедры экономики, менеджмента и права Вольского военного института материального обеспечения, Вольск, Россия

E-mail: macha_di@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье проанализировано и проведено изучение, и анализ международного туризма, выявлены его особенности и тенденции развития в условиях современного рынка.

Ключевые слова: страна, туризм, пути решения проблемы, конкуренция.

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF MODERN INTERNATIONAL TOURISM

SERGEY DIKUNOV

candidate of sociological Sciences, lecturer of the Department of automotive technology Volsky military Institute of material security, Vol'sk, Russia

E-mail: mr.dikunov@mail.ru

MARIA DIKUNOVA

candidate of economic Sciences, lecturer of chair of economy, management and law Volsky military Institute of material security, Vol'sk, Russia

E-mail: macha_di@mail.ru

ABSTRACT

The article analyzed and studied, and the analysis of international tourism, identified its characteristics and development trends in today's market.

Keywords: country, tourism, solutions to problems, competition.

Актуальность данной темы достаточно велика, так как в современном мире наиболее распространенным видом отдыха является именно туризм.

Одна из особо активно прогрессирующих областей мировой торговли услугами в наше время - международный туризм [7; С. 8-13]. Международной туристической организацией при ООН (ЮНВТО) было зафиксировано 847 миллионов прибытий туристов, а поступление прибыли от туризма составило 733 миллиардов долл. США. Всемирный масштаб туризм приобрел еще в 60-70-е годы XX века. В результате этого образовался мировой туристский рынок, в котором на сегодняшний день принимает участие практически каждая страна.

Но наряду с этим, каждая страна имеет свой уровень социально-экономического развития, что в первую очередь влияет на изменение международных туристских потоков.

В нашем мире в настоящее время очень часто встречается тенденция преобладания количества туристов, путешествующих в страны близлежащих регионов над количеством туристов, которые отдают предпочтение поездкам на дальние расстояния [10; С. 24-32]. Некоторые исследователи считают, что это связано с участвовавшими терактами в мире, другие связывают это с заметным ростом туристских путешествий в год. Основными условиями, влияющими на развитие туризма, являются: конкуренция, инфотехнологии, авиаперевозки, туроператорский сервис и

социально-политические условия развития страны.

За последнее время туристическая индустрия во всем мире очень часто сталкивается с непрерывно растущей конкуренцией между туристскими организациями как внутри региона, так и за его пределами. Прежде всего, это доказывают враждебные способы рекламного влияния при попытке продвижения своей компании на мировом рынке туристических услуг. Кроме этого туристический спрос и предложение зависят от ряда разных факторов, например, таких, как политическое влияние, финансовое положение страны, а так же социальные изменения [9; С. 34-38].

Из вышесказанного следует вывод о том, что, повышение конкуренции, как спроса туризма, так и предложения – одна из самых значительных тенденций туризма в мире.

При проведении государственной политики в сфере международного туризма национальные туристические организации большинства стран стараются прислушиваться к прогнозу развития туризма в мире, который составляется Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) – самой крупной межправительственной организацией, которая является специализированным учреждением ООН и насчитывает в своем составе 153 страны. По исследованию ЮНВТО «Туризм – панорама 2020» увеличение мировых туристских прибытий в период между 2000 и

2020гг. прогнозируется более чем вдвое [12; С. 219-227].

В прогнозе говорится о том, что в 2014г. число туристов в мире должно превысить 1,0 млрд. чел., а к 2020г. – составить 1,56 млрд. чел., из которых 1,18 млрд. чел. будут путешествовать в пределах своих регионов, и только 377 млн. чел. будут совершать дальние путешествия в другие регионы мира.

Но в целом, если рассматривать данный период, то можно будет заметить, что путешествия в другие регионы мира будут расти чуть быстрее, чем внутри регионов. Соотношение между поездками внутри своих регионов и межрегиональными путешествиями, согласно тому же прогнозу, изменится от 82% (внутри регионов)/ 18 % (межрегиональные путешествия) в 2000г. до 76% / 24% соответственно в 2020 г. [11; С. 204-208]

В 2020 году большинство туристов продолжат ездить в Европу – 717 млн. туристов. Второе место в списке самых посещаемых районов займет Тихоокеанский регион и Восточная Азия (397 млн. туристов), третье – Америка (282 млн. туристов). После нее будут стоять Африка, Ближний Восток и Южная Азия. По данным прогноза в 2020 году Россия будет занимать в этом списке 9 место. Хотя все может кардинально измениться, особенно после событий, связанных с Россией, Египтом, Турцией, Америкой, что нельзя полностью довериться этому прогнозу. Может быть такое, что, например, часть количества туристов, которое было присвоено на долю Америки, Турции, Египта и

России будет перераспределено на Европу и Восточную Азию [15; С. 277-282].

Повышение конкурентоспособности любого туристского продукта на мировом рынке может быть достигнуто при достаточном выделении государством бюджетных средств для некоммерческого продвижения туристского продукта на рынки внутреннего и мирового масштаба. Следует отметить, что наибольшие показатели от средств, вложенных на продвижение туристского продукта и инфраструктуру туризма в целом, начинают проявляться только через несколько лет постоянных вложений. Частные предприятия предлагают только собственный продукт, не беспокоясь о государстве [4; С. 15-20].

Большое количество европейских стран, которые имеют туристские ресурсы и в которые стремятся развивать туризм, точно также вкладывают не малые средства в свое продвижение на мировом рынке. Средняя сумма составляет примерно 31,7 млн. евро ежегодно [2; С. 12].

ЮНВТО составила список задач для увеличения количества международных туристов, которые должны выполнить все страны в ближайшие 10 лет. Вот некоторые из них:

- своевременной информирование туристов необходимой им информацией;
- обеспечение мер безопасности для туристов и его имущества;
- увеличение роли государственной политики в сфере международного туризма;

- укрепление государственно-частных партнерств;

- обязательность вложений государственных средств в развитие и продвижение туризма и туристической инфраструктуры.

Итак, международный туризм с каждым годом играет все более значительную роль в мировой экономике. Его отличительной

чертой является проведение значительной части услуг с минимальными затратами в своей стране. Туризм занимает ведущее место в перечне отраслей, дающих внушительную величину добавленной стоимости. Но на сегодняшний день, мировой туризм занимает лидирующие позиции в мировой торговле услугами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бровко С.А., Дикунова М.С. Планирование и его основные принципы. В сборнике: Современные тенденции в образовании и науке сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции: в 14 частях. Тамбов, 2014. С. 14-16.
2. Генералов И.Г., Суслов С.А., Завиваев Н.С., Балдов Д.В. Применение информационных технологий при статистической оценке конкурентной среды на региональных продуктовых рынках // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 9 (81). С. 12.
3. Дикунов С.А. Социальные проблемы трансформации занятости в России. Вестник Поволжского института управления. 2011. № 2. С.157-162.
4. Дикунова М.С. Новые приоритеты трансформации российской экономики и государственной политики. В сборнике: Механизмы обеспечения устойчивого развития российской экономики Международная научно-практическая конференция преподавателей, аспирантов и студентов. 2013. С. 15-20.
5. Дикунова М.С. Эффективность государственных расходов на науку. Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2012. № 6-4. С. 28-30.
6. Дикунова М.С., Дикунов С.А. Инвестиционная политика для различных бизнес-сообществ. Сборник конференций НИЦ Социосфера. 2016. № 8. С. 75-78.
7. Мартышенко Н.С., Мартышенко С.Н. Технологии повышения качества данных в анкетном опросе // Практический маркетинг. – 2008. – №1. С. 8–13.
8. Мартышенко Н.С., Катриченко Е.Е. Условия и тенденции развития международного туризма в Южной Корее // Практический маркетинг – 2012. – № 12. С. 33–48.
9. Мартышенко Н.С. Экологический туризм – важнейшее направление развития международного туризма в Приморском крае // Российский журнал экотуризма. – 2012. – № 3. – С. 34-38.

10. Мартышенко Н.С. Исследование структуры потребления туристских услуг по турам Владивосток - Китай // Практический маркетинг. – 2010. – №5(159). С. 24–32.
11. Мартышенко Н.С. Принципы формирования туристского кластера в Приморском крае // Экономика региона. – 2009. – №1. С. 204–208.
12. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Власенко А.А. Разработка стратегий развития туристской отрасли региона на основе изучения мнений потребителей // Terra Economicus. – 2007. – том 5 – №3. С. 219 – 227.
13. Мартышенко Н.С. Оценка перспектив решения проблемы качества жизни Приморского края в студенческой среде. // Alma mater. Вестник высшей школы – 2014. – №12. – 39-44.
14. Мартышенко Н.С. Выездные туристические потоки из приморского края. Регион: Экономика и Социология. 2014. №2 (82). С. 248-255.
15. Шмидт Ю.Д., Мартышенко Н.С. Рациональность структуры туристского комплекса и методы ее диагностирования. Экономика и предпринимательство. 2014. № 5-2 (46-2). С. 277-282.

REFERENCES

1. Brovko S.A., Dikunova M.S. Planning and its basic principles. In the book: Modern trends in science and education collection of scientific works on materials of the international scientific-practical conference: in 14 parts. Tambov, 2014. P.14-16.
2. Generals I.G., Suslov S.A., Zavivaev N.S., Baldov D.V. Application of information technologies in statistical evaluation of the competitive environment in the regional food markets // Management of economic systems: electronic scientific journal. 2015. №. 9 (81). P.12.
3. Dikunov S. A. Social problems of the transformation of employment in Russia. The Bulletin of Volga region Institute of management. 2011. №. 2. P. 157-162.
4. Dikunova M.S. New priorities of transformation of the Russian economy and public policy. In the book: sustainable development of the Russian economy, international scientific-practical conference of teachers and students. 2013. P. 15-20.
5. Dikunova M.S. The Efficiency of public spending on science. Actual problems of humanitarian and socio-economic Sciences. 2012. №. 6-4. P.28-30.
6. Dikunova M.S., Dikunov S.A. Investment policy for the different business communities. A collection of conferences. 2016. №. 8. P. 75-78.
7. Martysenko N.S., Martysenko S.N. Technology to improve data quality in questionnaire survey // Practical marketing. – 2008. – №. 1. P. 8-13.
8. Martysenko N.S., Katrichenko E. E. The Conditions and trends of development of international tourism in South Korea // Practical marketing – 2012. – №. 12. P. 33-48.
9. Martysenko N.S. Eco – tourism is important direction of development of international tourism in Primorsky region // Russian journal of ecotourism. – 2012. – №. 3. – P. 34-38.

10. Martyshenko N.S. The study of the structure of consumption of tourist services on tours of Vladivostok - China // Practical marketing. – 2010. – №5(159). P. 24-32.
11. Martyshenko N.S. Principles of formation of tourist cluster in the Primorsky Krai // regional Economy. – 2009. – №. 1. P. 204-208.
12. Martyshenko S.N., Martyshenko N.S. Vlasenko A. A. Development of strategies for the development of the tourism industry of the region based on the study of the views of consumers // Terra Economicus. – 2007. – volume 5 – №. 3. P. 219–227.
13. Martyshenko N.S. Evaluation of possible solutions to the problem of the quality of life in Primorsky Krai in the student's environment. // Alma mater. High school Herald– 2014. – №12. – 39-44.
14. Martyshenko N.S. Outbound tourist flows from Primorsky Krai. Region: Economics and Sociology. 2014. №. 2 (82). P. 248-255.
15. Shmidt Y.D., Martyshenko N.S. The rationality of the structure of the tourist complex and the methods of its diagnosis. Economics and entrepreneurship. 2014. №. 5-2 (46-2). P. 277-282.