

Russian, Kazakh and Armenian producers in an internal market of the CU. And it strengthens mutual trade. Secondly, single requirements in the region of technical regulation, the application of sanitary, phytosanitary and veterinary measures reduce risks of trade conflicts. Moreover, on the Belarusian-Russian border all types of the state control were cancelled: customs, sanitary, veterinary, phytosanitary, transport and other forms of control. These measures provide free movement of goods in the CU. As a result investment appeal increases considerably in Belarus in view of the creation of the extensive market for realization of goods. Foreign investors have new opportunities to advance goods, produced in the territory of Belarus, without hindrances on markets of Kazakhstan, Russia and Armenia. So, it is a very important positive point due to strengthening the transit appeal of our country [4].

Thus, there were serious changes in the sphere of customs affairs during very successful functioning of the Customs Union and the Common Economic Space and also close customs cooperation between member-countries of the Customs union and the Common Economic Space. And now customs affairs are developing in the Eurasian Economic Union, which is based on the Customs Union and the Common Economic Space.

### **Литература**

1. Евразийский экономический союз. Вопросы и ответы. Цифры и факты. – М., 2014. – С. 50–54.
2. Артемьев, А. Новый этап развития/ А. Артемьев// Таможенный вестник. – 2014. – № 5. – С. 37–39.
3. Король, Е. Договор о Евразийском экономическом союзе: обзор положений/ Е. Король// Таможенный вестник. – 2014. – № 1. – С. 28–31.
4. Есин, Р. О. Республика Беларусь и евразийская интеграция: история, состояние и перспективы// Аналитический вестник международных исследований БГУ. – 2012. – № 1. – С. 3–9.

## **Современные тенденции развития туристического рынка**

*Фоменкова Е. А., магистрант БГЭУ,  
науч. рук. Голанова Ж. М., канд. психол. наук, доц.*

Туризм является одной из крупнейших и динамичных отраслей мировой экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики любой страны.

Несмотря на влияние мирового финансового кризиса на развитие туристической отрасли, выразившееся в падении международных прибытий на

5,1% и сокращении расходов домашних хозяйств на путешествия на 8,5%, ожидается подъем деловой активности и рост количества международных прибытий на 2,5%. Прогнозируется, что за период 2010–2020 гг. средний темп роста в отрасли составит 4,25% [1, с. 98–99].

За последние несколько лет рынок туристических услуг в значительной степени изменился. В развитии туристической индустрии наблюдаются следующие ключевые тенденции: глобализация и концентрация бизнеса; оптимизация предложений с учетом требований и тенденций развития рынка; работа на долгосрочную перспективу и использование стратегии устойчивого развития; персонализация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов; внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий, в частности широкое использование сети Интернет с целью продвижения продуктов и услуг.

В настоящее время глобализация международного туризма превратилась в одну из ключевых его характеристик, обозначив качественно новый его этап в истории туризма. Стремительное развитие технологий, распространение авиатранспорта, удешевление международной телефонной связи и появление электронных средств связи, а также огромные социально-экономические перемены, произошедшие во второй половине XX века (повышение уровня материального благосостояния, увеличение свободного времени рабочих, социальные программы развития государств, уменьшение количества многодетных семей, рост доли работающих женщин и т. д.), послужили толчком к популяризации международных поездок и росту туристических потоков. Рост рентабельности туристического бизнеса обострил конкурентную борьбу на туристических рынках [2, с. 92].

По данным статистики, к 2050 г. численность мирового населения достигнет 8,9 млрд человек. В течение следующих 20 лет основными рынками выездного туризма останутся Европа, Азия и Америка. Очевидно, что к наиболее существенным последствиям демографических изменений сейчас относится старение населения. Прогнозируется, что средний возраст в мире возрастет с 26 лет в 2000 г. до 44 в 2100 г.

В Европе, так же как и в США и Японии, лица третьего возраста являются самым обеспеченным сегментом общества. Это должно положительно повлиять на туристическую индустрию. Период низкого сезона, в который путешествуют туристы третьего возраста, поможет сгладить ежегодный цикл потока наличности для различных предприятий туристической индустрии. Однако этот сегмент требует специальных удобств.

Старение населения не означает, что туристические компании должны игнорировать другие сегменты потребителей. По данным Международной конфедерации молодежных студенческих и образовательных путешествий (WYSE), молодые путешественники – стремительно растущий сегмент

индустрии туризма, который составляет свыше 20% всех международных туристов. Конфедерация WYSE утверждает, что молодые туристы остаются на более долгий срок, тратят больше, ищут альтернативные направления и предпочитают разносторонний отдых по сравнению со среднестатистическими туристами.

Значительное влияние на спрос в сфере туризма будут оказывать изменения в общественной психологии потребления. Новому типу потребителя свойственны следующие черты: информированность, высокий уровень образованности; индивидуализм; экологизм сознания; спонтанность решений; мобильность; физическая и умственная активность на отдыхе; стремление получать от жизни массу всевозможных впечатлений.

В исследовании «Мир туризма в 2020 году», проведенном по заказу Cendant Travel Distribution Services, говорится о том, что подход «один размер для всех» перестанет работать, и в стремлении к индивидуализации потребители будут отдавать предпочтение контролируемой опасности, необычной обстановке, экзотической культуре [3, с. 429–431].

Наибольшее влияние на трансформацию организационной структуры и производственный процесс в туристическом бизнесе оказал прогресс информационных технологий. Туристическая деятельность по ряду особенностей одной из первых в полной мере адаптировалась к своим потребностям достижения в сфере телекоммуникаций и автоматизированных систем обработки информации [2, с. 115].

Исходя из постоянно изменяющихся тенденций туристического рынка любая страна может войти в список наиболее востребованных туристических направлений. Современные тенденции вполне способствуют развитию туристической деятельности в Беларуси.

### **Литература**

1. Тарасенок, А. И., Кабушкин Н. И. Инновационные инструменты продвижения туристических услуг Республики Беларусь / А. И. Тарасенок [и др.]; под ред. Н. И. Кабушкина. – Минск: БГЭУ, 2011. – 254 с.
2. Малахова, Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – М.: ИКЦ «MapT», 2008. – 224 с.
3. Hudson, S. Tourism and Hospitality Marketing / S. Hudson. – UK: the Cromwell Press, 2009. – 490 p.