

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра международного менеджмента

Дун Шуай

**Международная туристская индустрия Китайской народной
республики :особенности функционирования инаправления развития**

Магистерская диссертация

Специальность 1-25 81 07 «Экономика и управление на предприятии»

Научный руководитель
Чурлей Эдуарт Генрихович
кандидат экономических наук ,
доцент

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой международного менеджмента

_____ С.В. Лукин
доктор экономических наук, профессор

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ И СУЩНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	8
1.1 Сущность и экономическое содержание туризма	8
1.2 Социально–экономические особенности развития международного туризма.....	19
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	
2.1 Анализ динамики и тенденций развития международных туристических услуг	26
2.2 Анализ динамики и тенденций развития международной туристской индустрии в Китайской Народной Республике.....	39
ГЛАВА 3 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	52
3.1 Направления совершенствования развития международных туристических услуг	52
3.2 Направления совершенствования развития сферы международного туризма в Китайской Народной Республике	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	68

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Ключевые слова: ТУРИЗМ, ТУР, ТУРИСТ, ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ, ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ, ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ, ТУРИСТСКАЯ ПОЛИТИКА, ТУРИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ.

Объект исследования – система экономических, валютно–финансовых и юридически–правовых отношений формирования и стимулирования развития современной международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Предмет исследования – особенности функционирования и направления развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Цель работы – анализ особенностей функционирования и направлений развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики, а также определение направлений ее совершенствования и перспектив развития.

Исходя из цели исследования, автором поставлены следующие задачи – рассмотреть теоретические аспекты понятия и сущности международной туристской индустрии; провести анализ состояния и особенностей развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики; определить направления совершенствования и перспективы развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Методы исследования: структурно–функциональный анализ, кластерный анализ, объектно ориентированный подход, экономико–статистические методы сбора и обработки информации, традиционные методы сравнения и обобщения, а также системный метод.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на определении предложений по совершенствованию туристской деятельности и развитию международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно–аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения сопровождаются ссылками на их авторов.

GENERAL DESCRIPTION

Keywords: TOURISM, TOUR, TOURIST, TOURIST PRODUCTS, TOURIST POTENTIAL, THE TOURISM INDUSTRY, TOURIST RESOURCES, TOURIST SERVICES, TOURISM POLICY, TOURIST ACTIVITY, INTERNATIONAL TOURISM INDUSTRY.

The object of the research is a system of economic, monetary – financial and legal – law relations of forming and stimulating the development of the modern international tourist industry of the People’s Republic of China.

The subject of the research is the features of the functioning and development directions of the international tourist industry of the People's Republic of China.

The purpose of the work is to analyze the characteristics of the functioning and directions of development of the international tourist industry of the People’s Republic of China, as well as to identify directions for its improvement and development prospects.

Based on the purpose of the study, the author posed the following tasks - to consider the theoretical aspects of the concept and essence of the international tourism industry; to analyze the status and features of the development of the international tourism industry of the People's Republic of China; identify areas of improvement and development prospects for the international tourism industry of the People’s Republic of China.

Research methods: structural – functional analysis, cluster analysis, object-oriented approach, economic and statistical methods of collecting and processing information, traditional methods of comparison and synthesis, as well as the system method.

The scientific novelty of the research lies in the formulation and substantiation of the main provisions and results of the research, based on the identification of proposals for the improvement of tourism activities and the development of the international tourism industry of the People’s Republic of China.

The author confirms that the calculated and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process being studied, and all theoretical, methodological and methodological provisions borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время туризм является из важнейших сфер мировой экономики и мирохозяйственных связей и служит удовлетворению потребностей людей, содействует повышению качества жизни населения. Туризм не приводит к истощению каких-либо природных ресурсов (если проводится грамотная экологическая политика), что отличает его от многих производственных отраслей экономики. В отличие от других сфер туризм характеризуется относительной стабильностью в условиях колебаний конъюнктуры на ведущих рынках товаров и услуг.

Международный туризм как форма мирохозяйственных связей становится все более объемной и диверсифицированной сферой мировой экономики. Глобализация экономических, культурных и социальных связей, развитие систем информатизации и транспортных средств сформировали предпосылки для устойчивого роста международного туризма в перспективе. Международный туризм служит важным механизмом социально-экономического развития как для индустриальных, так и многих развивающихся стран, а также для отдельных регионов, обеспечивая устойчивый приток в них иностранной твердой валюты, инвестиций, развития многих смежных отраслей. Становление современного рынка международных туристических услуг помогает стране более эффективно решать проблемы сокращения безработицы и расширения сопутствующих производств. Для современной рыночной экономики характерно не столько формирование отдельных обособленных отраслей, сколько функционирование различных взаимосвязанных межотраслевых туристических комплексов. Международный туризм в экономическом плане ныне представляет собой крупный самостоятельный межотраслевой хозяйственный комплекс в рамках национальной экономики страны. Для международного туризма, объединяющего в единую консолидированную систему различные отрасли, характерна не обычная традиционная вертикальная структура, а комплекс устойчивых горизонтальных хозяйственных связей, объединяющих предприятия и организации различной базовой отраслевой специализации. Во многих странах туристическая индустрия стала играть все более важную роль в формировании валового внутреннего продукта, национального дохода, улучшении внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении роста занятости населения. Международный туризм оказывает прямое воздействие на такие ключевые отрасли и сферы экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство и аграрный сектор в

целом, производство товаров массового потребления и другие. В результате международный туризм выступает, по сути, своеобразным инициатором, драйвером и стабилизатором социально–экономического развития многих стран мира.

Китайская Народная Республика является державой, обладающей чрезвычайно богатым и диверсифицированным внутренним туристическим потенциалом. Современная туристская индустрия Китайской Народной Республики включает гостиничное хозяйство, систему общественного питания, транспортные организации, туристические агентства, а также органы мониторинга, надзора и управления туризмом, которые выступают базовыми основами современного рынка туристических услуг в стране. Сформировавшаяся туристская индустрия вносит существенный регулярный вклад в развитие национальной экономики. Учитывая численность населения Китайской Народной Республики, резкий рост благосостояния и повышение культурно–технического уровня самых широких слоев населения, есть все основания полагать, что Китай эффективно использует огромные перспективы для дальнейшего устойчивого роста международной туристской индустрии Китайской Народной Республики. Данные факторы в их совокупности обуславливают актуальность комплексного изучения рынка международной туристской индустрии Китайской Народной Республики и определили выбор темы, объекта, предмета, целей и задач исследования.

Объект исследования – система экономических, валютно–финансовых и юридически–правовых отношений формирования и стимулирования развития современной международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Предмет исследования – особенности функционирования и направления развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Цель работы – анализ особенностей функционирования и направлений развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики, а также определение направлений ее совершенствования и перспектив развития.

Исходя из цели исследования, автором поставлены следующие **задачи**:

- рассмотреть теоретические аспекты понятия и сущности международной туристской индустрии;
- провести анализ состояния и особенностей развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики;
- определить направления совершенствования и перспективы развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Методы исследования: структурно–функциональный анализ, кластерный анализ, объектно ориентированный подход, экономико–статистические методы сбора и обработки информации, традиционные методы сравнения и обобщения, а также системный метод.

Теоретической базой исследования послужили фундаментальные и современные концепции и положения, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых и специалистов в области туризма и туристской деятельности, опубликованные в монографиях, статьях и ведущих научных журналах.

Информационно–эмпирическая база построена на авторских исследованиях, публикациях периодической печати, материалах научно–практических конференций, интернет–ресурсах, данных бухгалтерского, управленческого учета исследуемых предприятий, а также на научных разработках белорусских и зарубежных ученых.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на определении предложений по совершенствованию туристской деятельности и развитию международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит в том, что выводы исследования могут быть использованы в учебном процессе при совершенствовании программ курсов по дисциплинам, разработке специальных практических курсов.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные в работе направления целесообразно использовать для совершенствования туристской деятельности и развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики, также при разработке комплекса мероприятий по совершенствованию туристической индустрии в конкретных провинциях и районах Китайской Народной Республики.

ГЛАВА 1

Теоретические аспекты понятия и сущности международной туристской индустрии

1.1 Сущность и экономическое содержание туризма

Развитие и усложнение экономических отношений в обществе требует определенного участия государства в регулировании этих отношений. Одной из перспективных отраслей экономики сегодня признают туризм во всех его формах и видах. Туризм на сегодняшний день является показателем развития цивилизации, методом познания окружающей действительности, способом повышения культурного уровня и восстановления здоровья людей [12, с.67]. Рассмотрим понятийный аппарат, определяющий сущность явления туризм:

– совокупность отношений, связей и явлений, сопровождающих поездку и пребывание людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания и не связанных с их трудовой деятельностью [18, с.73];

– временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время для получения удовольствия и отдыха, в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессионально–деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [27, с.116];

– путешествие за пределы постоянного места жительства с любой целью кроме заработка и смены постоянного места жительства, а также удовлетворение общественных потребностей (рекреационных, деловых, политических, образовательных и другое), связанных с необходимостью перемещения в пространстве масс людей [41, с.80];

– совокупность составляющих: продуктов, сервиса, объектов показа и производственных единиц, которые предлагаются индивидуальным потребителям или группам потребителей, временно оставляющим место постоянного проживания и путешествующим в определенные туристские пункты назначения [13, с.41];

– поездка (посещение), путешествие физического лица в какое–либо место, находящееся за пределами обычной среды обитания с определенными целями, то есть деятельность, которую осуществляют посетители за пределами своего постоянного места жительства с момента отъезда до возвращения [52, с.89].

Обобщая различные трактовки понятия туризм, сформируем авторское определение: туризм – совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных

от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью.

Таким образом, существует ряд определений туризма, раскрывающих его различные стороны. По разным признакам эти подходы можно объединить в несколько групп – туризм как особая форма передвижения людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специального интереса и возвращения к месту постоянного жительства; туризм как движение (перемещение) людей, их нахождение вне постоянного места жительства и временное пребывание на объекте интереса (поездки); туризм как особая форма развития личности, реализуемая через его социально–гуманитарные функции (воспитательную, образовательную, оздоровительную и спортивную); туризм как популярная форма организации отдыха, проведения досуга; туризм как отрасль хозяйства по обслуживанию людей, находящихся временно вне места постоянного жительства («промышленный» подход к определению туризма); туризм как сегмент рынка, на котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорта, общественного питания, гостиничного хозяйства, культуры, торговли и другое) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям (с точки зрения теории маркетинга); туризм как явление, выходящее за пределы традиционных представлений, ассоциированных исключительно с отдыхом; и другое [8, с.96].

Туризм как массовое социальное явление стал складываться лишь после Второй мировой войны, хотя корни туризма уходят в глубокое прошлое. В истории развития путешествий и туризма различают четыре этапа – первый этап – от древности до начала XIX века – предыстория туризма; второй этап – от начала XIX века до начала XX века – элитарный туризм; третий этап – от начала XX века до Второй мировой войны – начало становления специализированного туризма; четвертый этап – после Второй мировой войны до наших дней – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. В основу данной периодизации положены технико–экономические и социальные предпосылки, а также целевые функции туризма на разных этапах развития [53, с.68].

Объект туризма – включающий в себя в качестве основных элементов туристский регион и туристскую индустрию [27, с.76].

Субъект туризма – потребитель туристских услуг со всем многообразием его потребностей и мотивов поведения – фирмы–производители туристских услуг; фирмы–туроператоры, то есть фирмы по разработке и реализации туристского продукта преимущественно на оптовой основе; фирмы–турагенты, выступающие в качестве продавцов туристского продукта, сформированного туроператорами; специализированные фирмы, предоставляющие услуги по размещению; специализированные предприятия питания; специализированные

транспортные предприятия; предприятия торговли и торговые фирмы, специализирующиеся на товарах для туристов; предприятия сферы досуга в туризме; рекламно–информационные туристские учреждения; государственные предприятия [10, с.115].

Цели туризма – досуг, рекреация и отдых (посещение культурных и спортивных мероприятий, рекреационные и культурные виды деятельности, участие в любительских спортивных соревнованиях, походы, отдых на пляже, круизы и другое); посещение знакомых и родственников (поездки к родственникам или знакомым, уход за ними во время болезни или оказание им помощи по дому, отпуск с выездом на место прежнего проживания и другое); деловые и профессиональные цели (участие в совещаниях, конференциях или конгрессах, выставках и ярмарках; поощрительные поездки для сотрудников; выступление с лекциями или концертами; организация туристских путешествий, заключение договоров на размещение и транспортное обслуживание, работа в качестве гидов и других специалистов по туризму; участие в профессиональных спортивных мероприятиях; государственные командировки; оплачиваемая учеба, образование и исследовательская деятельность; монтаж оборудования и другое); лечение (посещение курортов, клиник, оздоровительных санаториев, центров здоровья, грязелечения и прочих видов оздоровления и лечения); религия и паломничество (поездки для участия в религиозных мероприятиях); прочие цели (например, транзит) [18, с.64].

Задачи туризма – установление гармоничных отношений между экономикой, природой и обществом; создание как можно большего количества туристических организаций, деятельность которых направлялась бы на увеличение, воспроизводство и сохранение; многократное увеличение рекреационно–туристических ресурсов страны, развитие местных общин в социально–экономическом плане; постоянное, целенаправленное и систематическое культивирование критериев, отвечающих за равновесие окружающей среды; формирование у туристов чувства ответственности за состояние природы и ее сохранность; новые модели хозяйствования, управления и развития; организация совершенно новых форм проведения свободного времени; осуществление программ касающихся технического сотрудничества; повышение роли местных общин, территориальных и региональных органов и разного рода организаций, задействованных в сфере туризма; преодоление различного рода финансовых, социальных и экономических трудностей; разработка новых принципов экономического управления; эффективное использование человеческих ресурсов [42, с.24].

Функции туризма – познавательно–образовательная функция – получение и пополнение знаний, знакомство с природой, историей, культурой как своего региона и страны, так и других стран и народов; воспитательная

функция – формирование моральных, нравственных и эстетических качеств, прививание любви к окружающему миру, включая свой собственный вид; культурная функция – повышение культурного уровня граждан; оздоровительно–релаксационная функция – использование благотворного воздействия природных факторов для поддержания и восстановления физического, умственного, психического, эмоционального состояния организма, развитие адаптационных возможностей, восстановление трудоспособности; спортивная функция – специальная подготовка по туристской технике, способствующая укреплению общей физической подготовки, а также развитию разных сторон физического здоровья; и другие [43, с.70].

Признаки туризма – выезд людей с места своего постоянного (или длительного) проживания в иную местность, страну в целях туризма и пребывания там некоторое время, то есть изменение места обычного местопребывания; перемещение людей в достаточно короткие промежутки времени; путешествия с целью проведения свободного времени, включая общение человека с окружающей его средой; главной целью поездки не должно быть осуществление деятельности, оплачиваемой из источника в посещаемом месте [13, с.115].

Туризм в современном мире проявляется в различных явлениях, связях и отношениях, это определяет необходимость его классификации, то есть группировки по отдельным однородным признакам, зависящим от определенных практических целей. Известно большое количество подходов к классификации туризма. Они различаются принципами построения, прикладными задачами и даже самым пониманием сущности туризма. Существуют различные классификации видов туризма, исходя из разных базовых классификационных принципов или признаков:

- по числу участников путешествия – индивидуальный (представляет собой путешествия одного или нескольких лиц и связан с обслуживанием (как правило, по более высоким ценам), носящим персональный характер.); еще групповой (совместные путешествия нескольких лиц по единому маршруту и на одинаковых для всех условиях); семейный (путешествия родителей с детьми до одиннадцати лет);

- по региону отдыха – национальный (совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма); международный (состоящий из въездного и выездного туризма);

- по рынку – внутренний (путешествия жителей какой–либо страны по своей собственной стране); въездной (путешествия по какой–либо стране лиц, не являющихся ее жителями); выездной (путешествия жителей какой–либо страны в другую страну);

– по способу организации – неорганизованный (разновидность туризма, при котором туристы сами выбирают район путешествия, способ передвижения, тип ночлега, качество и количество питания) – самостоятельный и независимый; организованный (путешествия, осуществляемые на организованной основе, разрабатываемые и осуществляемые туристскими предприятиями (туроператорами и турагентами));

– по цели – релаксационный (отдых), реабилитационный (санаторный); оздоровительный (индивидуальный вид туризма, который в зависимости от средств воздействия на организм человека подразделяется на климато–, бальнео–, море–, грязелечение и другое); но рекреационный (осуществляется с целью отдыха, оздоровления, восстановления и развития физических, психологических и эмоциональных сил); познавательный (включает в себя поездки с целью ознакомления с природными, историко–культурными достопримечательностями, музеями, театрами, общественным строем, жизнью и традициями народов в посещаемой стране); деловой (охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания); религиозный (основан на религиозных потребностях людей различных конфессий); этнический (преследует цель посещения родственников, мест рождения и проживания близких); экологический (направлен на ознакомление с природными ценностями, экологическое воспитание и образование); транзитный (остановки туристов по пути следования к месту назначения); сельский (включает посещение туристами сельской местности, отдых и оздоровление в экологически чистых районах); приключенческий (является своеобразным видом отдыха, связанным с посещением экзотических мест, занятием необычным видом деятельности, использованием специфических транспортных средств); спортивный (вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах, включающих преодоление категорированных препятствий в природной среде (перевалов, вершин (в горном туризме), порогов (в водном туризме), каньонов, пещер и другое), и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе);

– по возрасту – детский (дети (до 14 лет), путешествующие как со своими родителями, так и самостоятельно); молодежный (молодые люди (15–24 года), путешествующие в одиночку или в группе сверстников); среднего возраста (включающий относительно молодых, экономически активных людей (25–44 года), путешествующих в основном семьями (с детьми), и экономически активных людей среднего возраста (45–65 лет), путешествующих в основном без детей); третьего возраста (65 лет и старше);

– по способам передвижения – автомобильный (особый вид путешествия с использованием личного или арендуемого автомобиля в качестве

транспортного средства); автобусный (предусматривающий путешествия организованных групп туристов по разработанным маршрутам с использованием в качестве средств передвижения автобусов); водный (круизный) (специальные категорийные походы, предусматривающие сплав по рекам, прохождение озер или других водоемов); пешеходный (специальные категорийные походы, маршруты которых прокладываются по равнине или в предгорьях, невысоких горах, практически в любых районах); железнодорожный (характерные черты: относительный комфорт, доступность по цене), распространен в путешествиях на сравнительно небольшие расстояния); авиационный ((основное преимущество – возможность за короткое время преодолевать большие расстояния), является приоритетным для стран, удаленных от основных туристских центров); велосипедный (специальные категорийные походы, предусматривающие прохождение маршрута на велосипеде); верховой (вид активного отдыха и спортивного туризма с использованием животных (лошадей, пони, ослов, верблюдов, собак, оленей, слонов и другое) верхом или в упряжи в качестве средства передвижения);

– по основным используемым природным ресурсам – горный (специальные категорийные походы, предусматривающие прохождение маршрутов пешком по горной местности, преодоление перевалов, прохождение скальных участков, крутых склонов, ледников, снежников, горных рек); морской (морское путешествие на водном транспорте по замкнутому маршруту с остановками для экскурсий в портовых городах); лесной (путешествие группы людей по определенному маршруту с целью отдыха, физического развития, познания); оно речной (речное путешествие на водном транспорте по замкнутому маршруту с остановками для экскурсий в портовых городах); купально–но пляжный (рекреация организуется на берегах морей, озер, рек и искусственных водоемов (прудов, заполненных водой карьеров, водохранилищ)); лечебный (самое массовое и популярное направление медицинского туризма);

– по характеру территории – континентальный; приморский; островной;

– по источникам финансирования – коммерческий (ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, являющейся основным источником средств для развития и расширения производства); социальный (субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, ветеранам войны и труда, также иным гражданам, которым государственные, негосударственные фонды и другие благотворительные организации оказывают поддержку как наименее обеспеченной части населения);

- по способу размещения туристов – гостиничного типа, негостиничного типа;
- по дальности поездки – ближний, дальний;
- по продолжительности путешествия – краткосрочный (5—7 дней); среднесрочный (до одного месяца); долгосрочный (более одного месяца);
- по интенсивности туристских потоков – сезонный (посещение туристской местности в определенное время года); круглогодичный (постоянный) относительно равномерное посещение туристских регионов на протяжении всего года) [6, с.78].

С диверсификацией туристского спроса на туристские услуги и развитием мировой индустрии туризма диапазон видов и форм туризма постоянно расширяется и обновляется, зачастую меняется понимание сущности и характера отдельных видов путешествий, что находит свое отражение в туристском глоссарии.

Туризм оказывает существенное влияние на экономику страны и подвергается обратному воздействию:

- позитивные последствия развития туризма – увеличение денежного потока в страну (регион), в том числе приток иностранной валюты; рост валового внутреннего продукта; создание новых рабочих мест; реформирование инфраструктуры (структуры отдыха, которая используется туристами, так и местным населением); привлечение капитала, в том числе иностранного; рост доходов республиканского и местных бюджетов за счет налоговых выплат.

- негативные последствия развития туризма – поляризация и коммерциализация интересов различных групп населения; возрастание роли неквалифицированного труда; рост числа отклонений от принятых в обществе норм поведения (хулиганство, алкоголизм, проституция); коммерциализацию культуры; потерю самобытности того или иного региона; конфликты между местным населением и туристами [7, с.64].

Являясь сложной социально–экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия, поэтому их учет необходим для организации эффективной туристской деятельности. Факторы, воздействующие на туризм, подразделяются на следующие группы:

- внешние факторы (экзогенные) – воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. К числу важнейших внешних факторов относятся – природно–географические; культурно–

исторические; экономические; социально–культурные; демографические; политико–правовые; научно–технические; экологические;

– внутренние факторы (эндогенные) – ключевые явления и тенденции, проявляющиеся непосредственно в системе туризма. К ним в первую очередь относятся – материально–технические факторы, связанные с развитием средств размещения, транспорта, предприятий питания, бытового обслуживания, рекреационной сферы, розничной торговли и другое [56, с.64].

Кроме того, необходимо выделить факторы, напрямую связанные со спросом и предложением туристских услуг – рост информированности потребителей и изменение их предпочтений, что влечет за собой переход от стандартизированного массового туризма к дифференцированному с более гибкими и разнообразными формами обслуживания; возрастание роли координации деятельности в сфере туризма и процессов монополизации (партнерские отношения крупных фирм со средним и малым бизнесом, создание туристских союзов на основе вертикальной интеграции, концентрация и глобализация туристского бизнеса и другое); обеспечение сферы туризма кадрами (увеличение численности работников, повышение значения профессиональной подготовки, улучшение организации труда и другое); содействие развитию частного туристского бизнеса (создание условий, при которых обеспечивается эффективная реализация туристских услуг на основе профессионального маркетинга, что в свою очередь, вызывает необходимость повышения квалификации персонала); повышение значимости средств массовой информации в рекламе и продвижении как туризма в целом, так и отдельных туристских продуктов или услуг [31, с.53].

Можно выделить наиболее важные составляющие туризма – оздоровительная – способствует восстановлению жизненных сил; спортивная – связана с достижением не каждому доступных результатов; эстетическая – дает возможность наслаждаться прекрасными видами природы (фауны и флоры); познавательная – связана с возможностью получения новой информации об окружающем мире; социально–коммуникативная – является одной из важных составляющих туризма, так как путешествия связаны с массовым общением людей; эмоционально–психологическая – дает возможность получать положительные эмоции и отдыхать; творческая – состоит в том, что путешествия развивают воображение и фантазию, заставляют мыслить нестандартно и самостоятельно [55, с.94].

В качестве факторов, обусловивших развитие туризма можно назвать следующие – рост общественного богатства и доходов населения; сокращение рабочего времени и рост свободного времени; успехи в развитии автомобильного транспорта и авиастроения, средств коммуникации и

информационных технологий; урбанизация; трансформация общественного сознания [56, с.72].

Ресурсы развития туризма – экологические ресурсы – совокупность средообразующих компонентов, обеспечивающих экологическое равновесие в биосфере и ее подразделяющих; культурные и исторические ресурсы – объекты и комплексы объектов (включая людей), которые обеспечивают общество информацией о его происхождении и развитии; природные ресурсы – природные объекты и явления, используемые в настоящее время (использовались в прошлом и будут использоваться в будущем) для прямого и непрямого потребления, способствующие созданию материальных богатств, воспроизводству трудовых ресурсов, поддержанию условий существования человечества, и повышающие качество жизни; трудовые ресурсы – количество, образовательно–культурный уровень и состояние здоровья людей или части населения, занятой общественно–полезным трудом; информационные ресурсы – совокупность воздействий и сведений, воспринимаемых человеком через органы чувств и интеллектуально обрабатываемых, в том числе с помощью специальных приборов; эстетические ресурсы – особо благоприятное сочетание природных факторов, положительно воздействующих на человека через органы чувств; антропогенные ресурсы – явления, условия и факторы, необходимые для существования людей [19, с.74]. Данные ресурсы имеют следующие основные отличительные признаки – доступность и аттрактивность (привлекательность); климатические условия; степень изученности; экскурсионная значимость; пейзажные и экологические характеристики; социально–демографические характеристики; потенциальный запас; способ использования.

Туризм как системное образование представляет собой организованную совокупность, которая, с одной стороны, имеет собственную структуру (субсистемы, элементы) с многообразием внутренних связей, а с другой стороны – характеризуется взаимодействием с внешней средой (общество, экономика, природная среда и другое) [26, с.64].

Значение туризма проявляется в следующих его перспективных и важных составляющих:

– политическое значение туризма, особенно международного, заключается во взаимном сближении, обмене мнениями и взглядами между жителями разных стран и континентов, туризм может способствовать установлению связи между народами, закладывая основы для мирного сотрудничества, и может послужить одним из путей для укрепления мира;

– воспитательное значение туризма состоит в повышении сознательности участников экскурсий, которые посещают различные районы страны и

наблюдают за проявлениями общественной жизни, знакомятся с достижениями в области экономики и культуры;

– культурное значение туризма состоит в обогащении личной культуры путем знакомства с новыми городами, людьми, их обычаями и достижениями в искусстве, архитектуре, театральной жизни, литературе, музыке, с историческими памятниками, а также в совершенствовании своих знаний иностранных языков;

– общественное значение туризма выражается в росте солидарности, товарищества и взаимной доброжелательности участников туристской поездки, самостоятельности, добросовестности, чувстве дисциплины и в выработке самообладания и силы воли в любых обстоятельствах, в правильном отношении к природе, встречаемому населению и другое;

– биологическое значение туризма состоит в восстановлении физических сил и моральном отдыхе, пребывании в полезных климатических условиях, и как результат этого – хорошее самочувствие, повышение трудоспособности и желание работать, что в свою очередь способствует росту производительности труда и улучшению здоровья;

– экономическое значение туризма состоит в том, что туризм выступает не только в роли предоставляющего услуги, но и преимущественно как потребитель отдельных элементов обслуживания [52, с.90].

В настоящее время, сущность туризма раскрывается и другими определениями и категориями, которые вошли как в научный оборот, так и в широкий обиход: тур; турист; туристский продукт; туристский потенциал; туристская индустрия; туристские ресурсы; туристская политика:

– тур – комплекс различных видов услуг, объединенных на базе главной цели путешествия и предоставляемых в определенный срок по определенному маршруту с заранее установленной программой;

– турист – посетитель, осуществляющий по меньшей мере одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемом месте;

– туристский продукт – результат общественного труда в виде туристских услуг, удовлетворяющих те или иные потребности туристов и подлежащих оплате с их стороны;

– туристский потенциал – совокупность природных, культурно–исторических и социально–экономических предпосылок для организации туристской (рекреационной) деятельности на данной территории;

– туристская индустрия – совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов и создание материально–технической базы туризма;

– туристские ресурсы – природные, исторические, социально–культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные или иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил

– туристская политика – система методов, мер и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера, которая осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениями в целях создания условий для развития туристской индустрии, рационального использования туристских ресурсов, повышения эффективности функционирования системы туризма.

Основными факторами роста индустрии туризма в настоящее время являются – рост доходов населения, которые позволяют сверх удовлетворения первоочередных потребностей (жилье, питание, одежда) употреблять все большую часть их на удовлетворение рекреационных потребностей. В структуре затрат потребительского комплекса жителей экономически развитых стран затраты на туристские услуги вышли на второе место после затрат на жилье; растущая урбанизация и ухудшение экологической обстановки в городах, быстро активизирующие спрос на отдых в экологически чистой среде, требующие смены стереотипа урбанизированной жизни на другую деятельность, ухода от повседневных забот и бытового стресса; рост массива свободного времени, то есть того времени, которым человек может располагать не по принуждению, а свободно; развитие организационных средств и инфраструктуры, позволяющих сделать уникальные туристские ресурсы более доступными, а туристскую деятельность по их потреблению – более комфортной; развитие международных торговых обменов, в которых туризм вышел на первые позиции, прежде всего, благодаря его высокой эффективности в удовлетворении быстро растущего туристского спроса; развитие средств массовой информации, публичных рилейшнз в туризме и телекоммуникационных системах и информационных технологиях, позволяющих не только развить рекламу, но и быстро и удобно обслужить миллионы туристов [12, с.117].

1.2 Социально–экономические особенности развития международного туризма

Международный туризм охватывает поездки путешествующих лиц с туристскими целями за пределы страны постоянного места жительства. Как одна из форм международных экономических отношений он приобрел огромные масштабы и стал оказывать существенное влияние на политические, экономические и культурные связи между государствами. Неоспоримо, что международный туризм является одним из влиятельнейших (если не самым влиятельным) феноменом экономического и социального развития современного общества [17, с.85]. Рассмотрим понятийный аппарат, определяющий сущность явления международный туризм:

– путешествия людей в другую страну, отличную от места постоянного жительства [14, с.43];

– система свободных перемещений людей от их места проживания, не связанных с получением заработка и профессиональной деятельностью [28, с.17];

– передвижение людей по определенному туристическому маршруту из региона, являющегося их постоянным местом жительства (страной гражданской принадлежности), к пункту назначения и остановку там (в другую страну) [16, с.89];

– систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории какой–либо страны (въездной туризм) и путешествиями лиц, постоянно проживающих в какой–либо стране, за рубежом (выездной туризм) [23, с.3];

– вид деятельности, направленный на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса с целью удовлетворения широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста [26, с.90].

Обобщая различные трактовки понятия международный туризм, сформируем авторское определение: международный туризм – реализация комплекса туристических услуг на территории страны, в которой их потребитель является иностранным гражданином, причем получение указанных услуг является основным целевым назначением пребывания потребителя в целевой стране, где он не ведет к оплачиваемой деятельности.

Подходы к изучению международного туризма в стране строятся по определенной модели, в зависимости от того, на каком уровне развития

находится туризм в данной стране и какое место в экономическом развитии данной страны он занимает:

– первая модель возможна в том случае, если туризм не признается приоритетной отраслью развития или субъекты туристского рынка занимают сильные позиции и способны решать все вопросы без государственного участия, так как предполагает отсутствие центральной туристской администрации, а все вопросы решаются на основе принципов рыночной самоорганизации;

– вторая модель регулирования туризма широко распространена в ряде стран, где международный туризм выступает в роли одного из основных источников валютных поступлений, она предполагает строгий контроль за всей отраслью, осуществляемый авторитетным министерством и подтверждает, что успешное выполнение программы стимулирования международного туризма полностью окупает связанные с ней финансовые затраты и риски;

– третья модель управления туризмом предусматривает вхождение национальной туристской администрации в состав многоотраслевого министерства [9, с.113].

Цели международного туризма – использование туристских связей для укрепления взаимопонимания и доверия между странами; использование туризма для развития взаимовыгодных экономических, торговых отношений; расширение связей и контактов по линии научно–технических и культурных организаций и отдельных личностей; создание в указанных целях на взаимной основе наиболее благоприятных условий для туристского обмена между заинтересованными странами, организация технического сотрудничества путем обмена туристской информацией, выработки общих стандартов и технологий обслуживания туристов, упрощение туристских формальностей и другое [50, с.68].

Задачи международного туризма – установление гармоничных отношений между экономикой, природой и обществом; создание как можно большего количества туристических организаций, деятельность которых направлялась бы на увеличение, воспроизводство и сохранение уже существующей потребительской стоимости природной среды; многократное увеличение рекреационно–туристических ресурсов страны, развитие местных общин в социально–экономическом плане; постоянное, целенаправленное и систематическое культивирование критериев, отвечающих за равновесие окружающей среды; формирование у туристов чувства ответственности за состояние природы и ее сохранность; новые модели хозяйствования, управления и развития; организация совершенно новых форм проведения свободного времени; осуществление программ касающихся технического сотрудничества; повышение роли местных общин, территориальных и

региональных органов и разного рода организаций, задействованных в сфере туризма; преодоление различного рода финансовых, социальных и экономических трудностей; разработка новых принципов экономического управления; эффективное использование человеческих ресурсов [40, с.89].

Функции международного туризма – экономическая, политическая, социокультурная, экологическая, а также широкие гуманитарные функции: познавательная, образовательная, воспитательная, духовно–эстетическая, миротворческая, коммуникационная [23, с.53].

Признаки международного туризма – выезд и пребывание в местах, находящихся за пределами страны места жительства физического лица; временный характер пребывания в посещаемой стране; цель поездки исключает осуществление деятельности, оплачиваемой или приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания [21, с.35].

Международный туризм можно классифицировать следующим образом – выездной туризм – это путешествие лиц, постоянно проживающих в стране гражданской принадлежности, в другую страну; въездной туризм – это путешествие в пределах страны лиц, не проживающих постоянно в данной стране. Формы международного туризма находят отражение в разделении туристических внешнеторговых операций на импортные и экспортные – туристический импорт – это ввоз в страну впечатлений, которые сопровождаются одновременным вывозом туристом денег из данной страны; туристический экспорт – это вывоз из страны туристических впечатлений, которые сопровождаются одновременным ввозом туристом денег в данную страну [49, с.53].

Основными движущими силами и стимулами развития международного туризма являются – экономический рост и социальный прогресс, рост доходов населения способствовали переводу его из элитного вида туризма в доступный массовый; совершенствование всех видов транспорта удешевило поездки, развитие возможностей бронирования и использования международных систем скидок сделало возможными применения их для многих слоев населения; интенсификация труда, возможности карьерного роста, получение трудящимися более продолжительных отпусков определили необходимость более содержательного отдыха среди взрослого населения; развитие межгосударственных связей и культурных обменов между странами привело к расширению межличностных связей как между, так и внутри регионов; развитие сферы услуг стимулировало технологический прогресс в области телекоммуникаций, увеличило заинтересованность в посещении различных стран и регионов; ослабление политических барьеров во многих странах и упрощение пограничных формальностей также явилось мощным стимулирующим фактором развития международного туризма [44, с.53].

Основными барьерами развития международного туризма являются – политическая нестабильность внутри страны или региона; отсутствие между государствами мирных, дружеских отношений; наличие различного рода конфликтов, в особенности военных; текущая политическая ситуация в стране пребывания; уровень безопасности проживания накладывает определенные ограничения на возможности клиентов в отношении выбора тура; наиболее серьезными проблемами являются усложнение процедуры выдачи виз, а также недостаточная ясность и открытость визового процесса [42, с.123].

Международный туризм как экономическое явление – имеет индустриальную форму; выступает в виде туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться; создает новые рабочие места и выступает инициатором освоения новых районов и катализатором ускоренного развития национальной экономики; выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся на туризме; является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения; характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций; выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, так как именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы; совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, так как именно их дифференциация и создают ту разность потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию. Таким образом, туризм способен оказывать активное влияние на экономику региона (или страны), в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы [27, с.83].

Основными направлениями деятельности государств по развитию международного туризма являются – оценка взаимосвязи между развитием туризма и мерами, принимаемыми в других областях экономической деятельности; поощрение развития туризма на индивидуальном, семейном, групповом, коллективном уровнях; содействие улучшению материальной базы туризма и сотрудничеству в этой области; реализация собственных проектов по туризму, включая техническое сотрудничество; содействие обмену информацией; рассмотрение в позитивном духе вопросов, связанных с финансовым обеспечением туристских поездок за границу, с учетом своих экономических возможностей, а также вопросов, связанных с формальностями, требуемыми для таких поездок; содействие деятельности иностранных туристских агентств и транспортных компаний, связанных с развитием международного туризма; активизация туризма во внесезонный период; обмен студентами и специалистами в области туризма с целью повышения их

квалификации; содействие проведению конгрессов и симпозиумов по вопросам планирования и развития туризма, а также с целью обслуживания детальных исследований по проблемам туризма [17, с.47]. Увеличение туристских потоков и возникающие в связи с этим изменения в социально–экономической, финансовой, научно–технической и других областях являются существенным фактором поступательного развития международных отношений.

В основе интенсивного развития международного туризма лежат следующие предпосылки – экономический и социальный прогресс, особенно в промышленно развитых странах, позволивший значительно повысить уровень заработной платы и пенсий, а также увеличить продолжительность отпусков населению этих стран; совершенствование средств транспорта, ускорение и удешевление в результате этого перевозок туристов; ослабление таможенных, валютных ограничений, пограничных формальностей, а также отмена их, в частности, между странами; создание мощной туристской индустрии; существенный рост бизнес–путешествий [8, с.86].

Отношения в сфере международного туризма – это обширный и сложный комплекс общественных отношений, различных по субъектной структуре и потому обуславливающих применение различных методов и средств правовой регламентации. Все международно–правовые акты по вопросам туризма и международных путешествий условно можно разделить на четыре группы – многосторонние универсальные международно–правовые акты; региональные международно–правовые акты; двусторонние соглашения по вопросам сотрудничества государств в сфере туризма и международных путешествий; международно–правовые акты, затрагивающие сферу туризма [52, с.73].

Для повышения эффективности туристской деятельности необходима целостная система управления, отвечающая современным и перспективным требованиям динамичного развития. Взаимосвязанный комплекс программно–целевого управления и бизнес–планирования сочетает форму государственного регулирования и принцип рыночной конкуренции. Необходимость государственного регулирования международного туризма обусловлена – специфическими особенностями туризма как вида экономической деятельности, что требует формирования определенной стратегии регулирования его функционирования; основными тенденциями развития международной туристской системы в современных условиях; усилением экономической, социальной, культурной и политической роли туризма в национальном и международном масштабе, что имеет огромное значение [16, с.74].

Международный туристский рынок выступает в качестве мощного фактора социально–экономического развития страны, обеспечивая стимулирование притоков иностранных поступлений, повышение роста

занятости населения, его благосостояния и расширение межличностных контактов. Увеличение международных связей решает вопросы сохранения памятников культурно–исторического, природного наследия, приводит к открытию новых направлений, оказывая влияние на диверсификацию структуры экономики. Указанные обстоятельства обуславливают значимость изучения этого направления. В качестве катализатора развития туристская индустрия за счет высокого мультипликативного эффекта влияет на сопряженную с ней транспортную систему и систему связи, сферы сельского хозяйства и торговли. Степень развития международного туризма зависит от воздействия многочисленных экономических и социальных факторов, а именно роста доходов населения, совершенствования туристских формальностей (сложность оформления заграничных паспортов, виз, таможенные правила, валютный контроль, обмен валюты, санитарные правила, вопросы въезда–выезда, пребывания и передвижения), повышения уровня транспортного обслуживания, увеличения продолжительности отпусков, развития межгосударственного взаимодействия и прочего [49, с.14].

В условиях международной практики процесс регулирования индустрии туризма осуществляется большим количеством организаций, занимающихся содействием развитию мирового туризма с учетом государственных интересов различных стран на основе создания системы международного правового регулирования, изучения проблем туризма, разработкой направлений, обеспечивающих устойчивое развитие туризма.

В результате написания первой главы данной работы можно сделать следующие выводы.

Одной из перспективных отраслей экономики сегодня признают туризм во всех его формах и видах. Туризм – совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью. В истории развития туризма различают четыре этапа – первый этап – предыстория туризма; второй этап – элитарный туризм; третий этап – начало становления специализированного туризма; четвертый этап – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление по – числу участников путешествия; региону отдыха; рынку; способу организации; цели; возрасту; способам передвижения; основным используемым природным ресурсам; характеру территории; источникам финансирования; способу размещения туристов; дальности поездки; продолжительности путешествия; интенсивности туристских потоков. Являясь сложной социально–экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль

которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия, поэтому их учет необходим для организации эффективной туристской деятельности. Значение туризма проявляется в следующих его перспективных и важных составляющих – политическое; воспитательное; культурное; общественное; биологическое; экономическое. В настоящее время, сущность туризма раскрывается и другими определениями и категориями, которые вошли как в научный оборот, так и в широкий обиход: тур; турист; туристский продукт; туристский потенциал; туристская индустрия; туристские ресурсы; туристская политика. Организационными формами туризма являются международный и внутренний туризм. Международный туризм – существенная составляющая инновационного развития любой страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль экономики, источник валютных поступлений и средство для обеспечения занятости. Международный туризм – реализация комплекса туристических услуг на территории страны, в которой их потребитель является иностранным гражданином, причем получение указанных услуг является основным целевым назначением пребывания потребителя в целевой стране, где он не ведет к оплачиваемой деятельности. Международный туризм можно классифицировать следующим образом – выездной туризм; въездной туризм. Формы международного туризма находят отражение в разделении туристических внешнеторговых операций на импортные и экспортные. Для повышения эффективности туристской деятельности необходима целостная система управления, отвечающая современным и перспективным требованиям динамичного развития.

ГЛАВА 2

Анализ состояния и особенностей развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики

2.1 Анализ динамики и тенденций развития международных туристических услуг

Развитие человеческого общества и мирового хозяйства, научно–технический прогресс, переход от индустриального общества к постиндустриальному, а затем – к информационному обусловили рост и развитие потребностей человека, их постепенный переход на качественно новый уровень. Приоритетом социального развития в развитых странах становится всестороннее развитие, самосовершенствование личности, культурное и духовное развитие человека, начиная с раннего возраста. Важным элементом этого процесса, способствующим удовлетворению потребностей человека во всестороннем развитии, является развитие туризма. Развитие мирового туризма органично вписывается в общемировой процесс интеграции и глобализации и является важным инструментом международного сотрудничества на всех уровнях. Туризм, по общему мнению, явился настоящим феноменом, перевернувшим представление людей об отдыхе, развлечениях, стал по существу стилем и образом жизни современного общества.

Процессы глобализации свидетельствуют о том, что туризм как направление международной торговли услугами является неотъемлемым элементом цивилизованного общественного развития. Международный туристский рынок выступает в качестве мощного фактора социально–экономического развития страны, обеспечивая стимулирование притоков иностранных поступлений, повышение роста занятости населения, его благосостояния и расширение межличностных контактов. Увеличение международных связей решает вопросы сохранения памятников культурно–исторического, природного наследия, приводит к открытию новых направлений, оказывая влияние на диверсификацию структуры экономики. Указанные обстоятельства обуславливают значимость изучения этого направления. В качестве катализатора развития туристская индустрия за счет высокого мультипликативного эффекта влияет на сопряженную с ней транспортную систему и систему связи, сферы сельского хозяйства и торговли.

Степень развития международного туризма зависит от воздействия многочисленных природно–климатических, психолого–эстетических, историко–культурных, политических и социально–экономических факторов, а именно роста доходов населения, совершенствования туристских формальностей (сложность оформления заграничных паспортов, виз, таможенные правила, валютный контроль, обмен валюты, санитарные правила, вопросы въезда–выезда, пребывания и передвижения), повышения уровня транспортного обслуживания, увеличения продолжительности отпусков, развития межгосударственного взаимодействия и прочего. В условиях международной практики процесс регулирования индустрии туризма осуществляется большим количеством организаций, занимающихся содействием развитию мирового туризма с учетом государственных интересов различных стран на основе создания системы международного правового регулирования, изучения проблем туризма, разработкой направлений, обеспечивающих устойчивое развитие туризма. К числу наиболее значимых, можно отнести Всемирную туристскую организацию, обеспечивающую поощрение ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, Международную ассоциацию воздушного транспорта, регулиующую перемещение пассажиров, почты и грузов, установление системы тарификации и другое.

Для проведения изучения рынка международного туризма – его состояния, проблем и перспектив развития – необходим анализ туристских потоков, который является весьма неравномерным. При этом различают шесть туристских макрорегионов – Европейский, Американский, Азиатско–Тихоокеанский, Африканский, Южно–Азиатский, Ближне–Восточный. Их состояние зависит от уровня социально–экономического развития входящих стран и регионов. Так, Европейский макрорегион представлен странами Западной, Северной, Южной, Центральной и Восточной Европы, в том числе бывшими республиками СССР, а также включает Израиль, Кипр, Турцию. Американский включает Северную, Южную, Центральную Америку с учетом островных государств и территорий Карибского бассейна. Азиатско–Тихоокеанский – страны Восточной и Юго–Восточной Азии, Австралию и Океанию. Африканский и Южно–Азиатский – соответственно страны Африки (за исключением Египта и Ливии) и страны Южной Азии. Ближне–Восточный макрорегион объединяет Западную и Юго–Западную Азию, Египет и Ливию.

Анализ динамики и тенденций развития международных туристических услуг проведем по следующим направлениям:

- анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий;

– анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов.

Далее проведем анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий.

Таблица 2.1 – Анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	566,8	580,3	604,9	619,3	671,1
Северная Европа	67,2	70,8	69,8	73,8	77,6
Западная Европа	170,8	174,5	181,5	181,5	193,4
Центрально–Восточная Европа	127,8	120,1	122,2	126,9	133,3
Южно–Средиземноморская Европа	201,0	214,9	231,4	237,1	266,8
Азия и тихоокеанский регион	249,9	264,4	284,0	305,8	323,7
Северо–Восточная Азия	127,0	136,3	142,1	154,3	159,3
Юго–Восточная Азия	94,5	97,3	104,2	110,8	120,1
Океания	12,5	13,2	14,3	15,6	16,6
Южная Азия	16,0	17,6	23,4	25,1	27,7
Америка	167,6	181,7	193,7	200,8	206,6
Северная Америка	110,2	120,9	127,5	130,9	133,0
Карибы	21,2	22,2	24,1	25,2	26,3
Центральная Америка	9,1	9,6	10,2	10,7	11,1
Южная Америка	27,2	29,1	31,9	33,9	36,2
Африка	54,7	54,9	53,5	57,6	62,1
Северная Африка	20,7	20,4	18,0	18,9	21,4
Африка южной Сахары	30,4	34,4	35,5	38,7	40,7
Ближний Восток	49,1	52,4	57,0	55,6	58,3
Международные	1088	1134	1193	1239	1322

туристские прибыли					
---------------------------	--	--	--	--	--

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [59].

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика международных туристских прибытий – 1088, 1134, 1193, 1239, 1322 млн. чел. соответственно. Данные результаты подкреплены стабильным ростом во многих туристических направлениях и продолжающимся восстановлением тех из них, которые претерпели спад в предыдущие годы. Наибольшее значение в общей структуре международных туристских прибытий приходится на Европу – 566,8, 580,3, 604,9, 619,3, 671,1 млн. чел. соответственно, Азию и тихоокеанский регион и Америку – 249,9, 264,4, 284,0, 305,8, 323,7 млн. чел. соответственно и 167,6, 181,7, 193,7, 200,8, 206,6 млн. чел. соответственно. Наименьшее значение в общей структуре международных туристских прибытий приходится на Ближний Восток – 49,1, 52,4, 57,0, 55,6, 58,3 млн. чел. соответственно и Африку – 54,7, 54,9, 53,5, 57,6, 62,1 млн. чел. соответственно.

Анализ тенденций развития международного туризма позволяет – идентифицировать те страны и регионы, где международный туризм возрастает, и те, где он снижается; объяснить причины больших различий в географическом распределении туристских потоков и доходов от туризма; идентифицировать страны, где международный туризм имеет большой потенциал для превращения в важный элемент экономического развития. Основными государствами мирового рынка туристско–рекреационных услуг, наиболее популярными по международным туристским прибытиям в 2013–2017 гг. являются Франция, США, Испания, Китай, Италия, Турция, Германия, Великобритания, Россия, Мексика. На лидирующее положение указанных стран оказал влияние ряд факторов – выгодность географического положения и природно–климатические условия, определяющие длительность туристского сезона; имеющиеся памятники истории, архитектуры, обуславливающие широту культурно–исторического наследия; высокий уровень сервиса и качества обслуживания; взаимодействие местного населения, предприятий малого бизнеса с туристами, основанное на знании иностранных языков, осуществлении рекламы туристских возможностей; проведение мероприятий по государственной поддержке сферы туризма. Таким образом, оценка туристских потоков характеризуется ростом международного туризма, что будет и далее способствовать глобальному экономическому восстановлению. К числу районообразующих факторов в международном туризме относятся следующие – основные особенности географического положения с точки зрения туризма (положение по отношению к туристским рынкам и принимающим регионам, положение по отношению к нестабильным в

политическом плане районам и «горячим точкам планеты», взаимоотношения с сопредельными странами, а также теми государствами, по территории которых проходят используемые основной массой туристов коммуникации, и другое); характер природы, уровень комфортности климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования; насыщенность территории природными и культурно–историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма; степень привлекательности природных и культурно–исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры; уровень доступности района с точки зрения существующих коммуникаций; уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой; общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия; уровень развития туристской инфраструктуры (оснащенность территории средствами размещения, транспортом, средствами связи, предприятиями питания, торговли и другое); уровень сервиса и квалификация обслуживающего туристов персонала; емкость территории для приема туристов; стабильность внутривластной ситуации; уровень безопасности для туристов с точки зрения криминогенной ситуации; уровень безопасности для туристов с точки зрения экологической ситуации; уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для создания и дальнейшего развития индустрии туризма и гостеприимства; территория с точки зрения ее места на туристском рынке, то есть объем туристских потоков, посещающих данный район, и предпосылки для формирования таких потоков в будущем; структура зарубежной туристской клиентуры, приезжающей в район; основные особенности туризма в данном районе (ритмы сезонности, продолжительность, преобладающие виды туризма, основные цели посещения и другое); отношение властей и местных туристских органов к проблемам туризма; экономическая роль туризма для данного района (размер поступлений в бюджет от туризма, расходы на развитие туристской инфраструктуры, место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязь с этими отраслями, влияние туризма на занятость местного населения, общий экономический эффект от туризма); перспективы развития туризма в данном районе. Значение всех этих факторов в формировании туристских районов неодинаково. Действие этих факторов проявляется в самых разнообразных комбинациях.

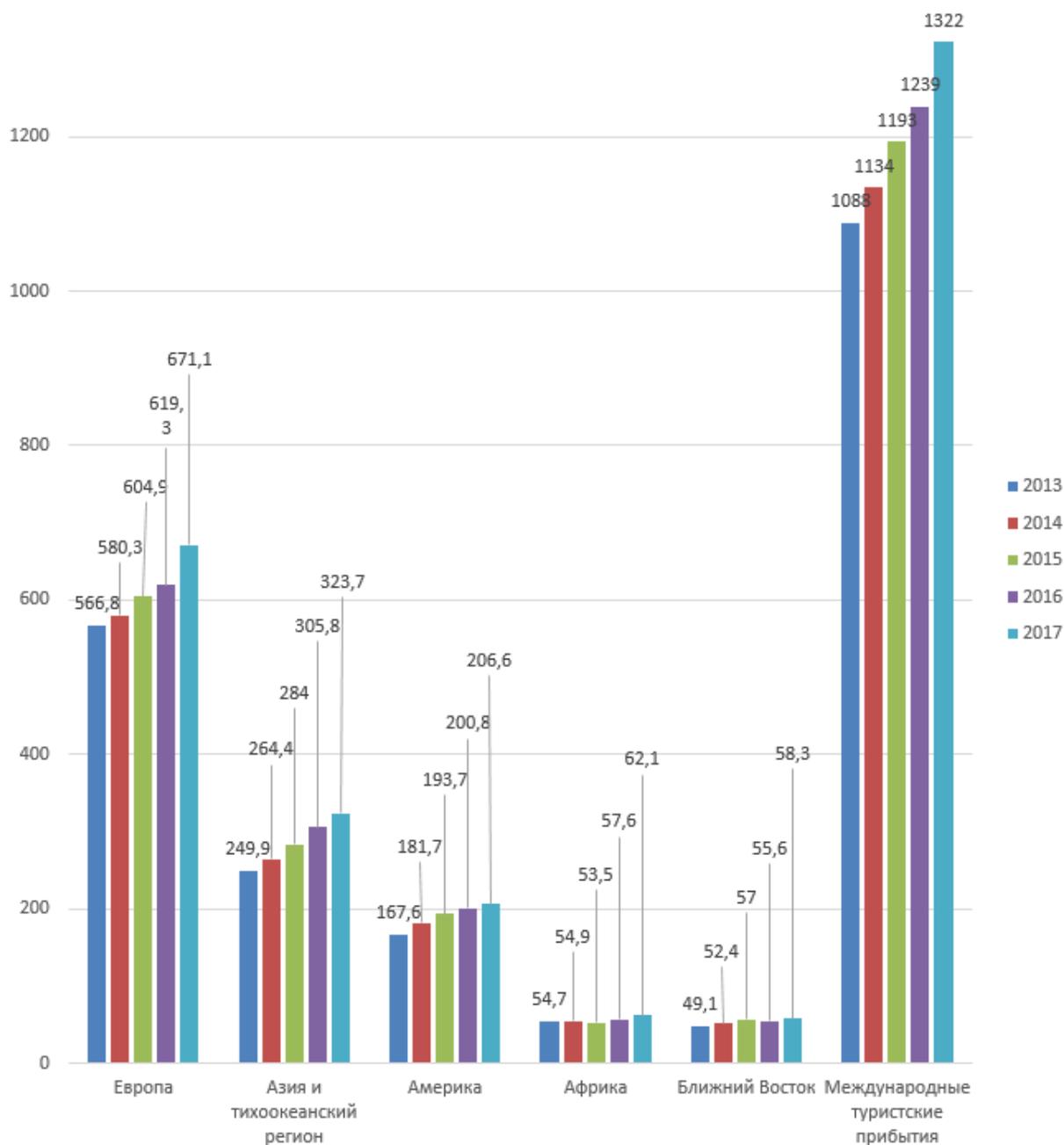


Рисунок 2.1 – Анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [59].

Далее проведем анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов.

Таблица 2.2 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	492,1	509,3	449,8	449,4	447,5
Северная Европа	74,8	81,3	77,4	76,7	75,4
Западная Европа	167,1	171,1	145,7	145,2	144,8
Центрально–Восточная Европа	60,7	57,7	50,4	52,6	54,1
Южно–Средиземноморская Европа	189,5	199,2	176,2	174,9	173,2
Азия и тихоокеанский регион	360,3	377,4	355,0	370,6	386,0
Северо–Восточная Азия	184,9	198,1	167,1	169,2	172,4
Юго–Восточная Азия	107,8	107,5	108,6	116,2	121,8
Океания	42,9	44,7	47,7	51,3	55,6
Южная Азия	24,7	27,2	31,6	33,8	36,2
Америка	264,2	273,9	306,0	313,1	321,7
Северная Америка	204,5	210,9	239,7	243,6	247,5
Карибы	24,5	27,1	28,5	30,2	31,9
Центральная Америка	9,4	10,2	11,4	12,1	13,8
Южная Америка	24,9	25,7	26,3	27,2	28,5
Африка	35,5	36,4	32,6	33,6	34,6
Северная Африка	10,2	10,6	8,9	9,0	9,2
Африка южной Сахары	25,3	25,8	23,7	24,6	25,4
Ближний Восток	45,2	49,2	58,7	58,0	58,3
Международные туристские доходы	1197	1246	1202	1225	1248

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [59].

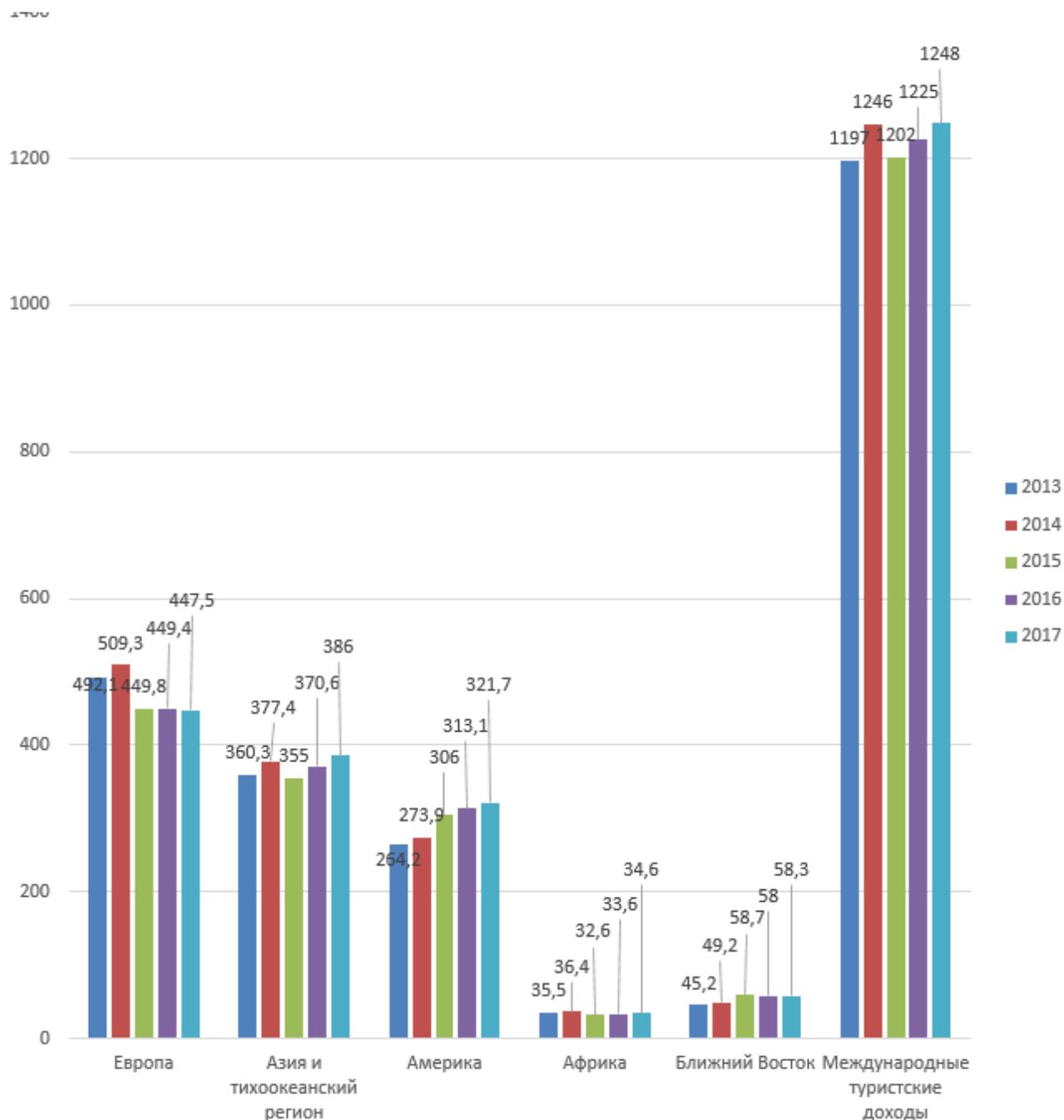


Рисунок 2.2 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [59].

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика доходов, полученных от иностранных туристов – 1197, 1246, 1202, 1225, 1248 млрд. долл. США соответственно. Наибольшее значение в общей структуре доходов, полученных от иностранных туристов приходится на Европу – 492,1, 509,3, 449,8, 449,4, 447,5 млрд. долл. США соответственно, Азию и тихоокеанский

регион и Америку – 360,3, 377,4, 355,0, 370,6, 386,0 млрд. долл. США соответственно и 264,2, 273,9, 306,0, 313,1, 321,7 млрд. долл. США соответственно. Наименьшее значение в общей структуре доходов, полученных от иностранных туристов приходится на Африку – 35,5, 36,4, 32,6, 33,6, 34,6 млрд. долл. США соответственно и Ближний Восток – 45,2, 49,2, 58,7, 58,0, 58,3 млрд. долл. США соответственно.

Тенденциями развития международных туристических услуг за период 2013–2017 гг. являются – доминирование рынка покупателя, туристические компании работают в условиях перманентной международной конкуренции, что приводит к понижению нормы прибыли; трансграничный характер рынка туристических услуг, рост числа крупных транснациональных корпораций, слияний и поглощений туристических предприятий; расширение сферы влияния и деятельности так называемых «крупных игроков» на рынке туристических услуг (диверсифицированных туроператоров, авиакомпаний, гостиничных сетей); снижение роли посредников, особенно турагентов, производители все чаще пытаются выходить непосредственно на потребителей; поиск турагентами новых способов ведения бизнеса под угрозой устранения с рынка (например, комплексное обслуживание крупных компаний, создание собственных пакетов, поиск рыночных ниш, агрессивный маркетинг и другое); в рынок туристических услуг входят компании, до этого с туризмом никак не связанные (торговые предприятия, осуществляющие реализацию продукции при посредничестве почты); возникновение совершенно новых компаний–туроператоров, являющихся результатом развития электронных систем бронирования; либерализация воздушного транспорта, возрастание конкуренции между европейскими, азиатскими и американскими авиакомпаниями; появление стратегических альянсов и слияний; снижение значения чартерных перевозок; появление дешевых, так называемых дисконтных авиакомпаний; акцент на качественной стороне развития рынка туристических услуг; полный анализ явлений, связанных с развитием рынка туристических услуг, одновременный и равноправный учет всех факторов (экономических, социальных, культурных, природных, образовательных и другое); нарастающая либерализация международных перемещений, все больше стран становятся открытыми для международного туризма (либерализация визовых режимов, унификация платежных систем и другое); рост значения безопасности туристов в свете возросших масштабов преступности, социальных патологий и терроризма, которые являются побочным эффектом либерализации визовых режимов и пограничного контроля; стандартизация туристических продуктов, унификация туристического законодательства и правовых механизмов позволяющие идентифицировать связь качества предоставляемых услуг и их цены; большее

разнообразие туристических продуктов, их адаптация к меняющимся вкусам все более требовательных клиентов (в том числе с подготовкой их по специальному заказу); рост значения активных видов отдыха, связанных со спортом, культурой и образованием, в рамках предложения, ориентированного на отпускных туристов; снижение значения цены, а также ориентация на новые ценности как решающий фактор при покупке, рост значения дополнительных услуг часто предоставляемых бесплатно или по сниженной цене при покупке основного пакета услуг; рост значения маркетинговой деятельности, универсальность применения различных форм агрессивного маркетинга, направленного на конкретные, отобранные заранее рыночные сегменты; гибкость и мобильность деятельности туристических компаний, которые вынуждены учитывать спонтанность решений потребителей и принятие ими решений в последний момент; множество приложений и универсальность использования компьютерных систем бронирования как при создании турпродукта, так и при распространении туристической информации; использование новейших средств передачи и хранения туристической информации и рекламы; защита наиболее ценных территорий и туристических достопримечательностей, создание буферных зон, запрет на инвестиции; возрастание спроса на высококвалифицированные кадры для сферы туризма, свободное перемещение рабочей силы и развитие туристического образования на всех уровнях.

Таким образом, можно сделать вывод, что динамичное развитие и преобразования, в равной степени относящиеся как к спросу, так и к предложению туристических услуг, свидетельствуют о переходе к качественно новому этапу развития международного туризма, который отдельные исследователи обозначают как туристификацию глобального общества. Однако следует учитывать и те трудности и препятствия, с которыми может столкнуться в своем развитии международный туризм.

Обобщенные результаты анализа динамики и тенденций развития международных туристических услуг, а также предпосылок формирования практических рекомендаций по повышению привлекательности рынка туристических услуг представлены в виде матрицы *SWOT* – анализа.

Таблица 2.3 – *SWOT*–анализ формирования привлекательности международных туристических услуг

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – высокая доля рынка в мире и по регионам; – заинтересованность населения в развитии въездного и внутреннего туризма; 	<ul style="list-style-type: none"> – неравномерность распределения природного потенциала, климатические условия определяют сезонность туристических услуг;

<ul style="list-style-type: none"> – постоянная разработка и внедрение новых услуг; – увеличение качества услуг с каждым годом; – высокая информатизация всех участников мирового рынка туристических услуг, которая является результатом динамического развития информационно–коммуникационных систем; – наличие богатого природно–ресурсного потенциала и особо охраняемых природных территорий; – наличие богатого историко–культурного наследия; – наличие концептуальной основы для развития туристской индустрии страны; – развивающиеся экономические и культурные международные связи; – наличие информационно–туристских центров; – богатые традиции гостеприимства, опыт в приеме и обслуживании туристов; – наличие благоприятных условий для развития различных видов туризма; – научный и образовательный потенциал для подготовки достаточного количества специалистов; – благоприятная экологическая ситуация; – стабильная социально–экономическая обстановка; – регионализм, характеризующий производство туристских услуг с наименьшими затратами в месте их потребления; – поляризация туристских 	<ul style="list-style-type: none"> – практически невозможное регулирование ввоза и вывоза услуг; – высокая цена туристического продукта на национальном и международном рынках; – сужение специализации, индивидуализация предоставления услуг, повышение требований к качеству как последствия возрастающей конкуренции; – недостаток стимулирующих факторов для развития въездного и внутреннего туризма; – недостаток квалифицированных специалистов в туристической индустрии; – неблагоприятные демографические процессы; – неизвестность области, недостаток маркетинговых мероприятий; – территориальные диспропорции в развитии туристской индустрии; – неблагоприятная экологическая ситуация; – нестабильная социально–экономическая обстановка.
---	--

<p>предпочтений – развитие массового и индивидуального видов туризма;</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие новых форм транснационализации, в частности вертикальной, чем свидетельствуют факты проникновения в туристический бизнес транспортных, банковских, страховых, рекламных, торговых, промышленных компаний; – процесс диверсификации, подтверждаемый стойкой тенденцией предоставления наряду с туристическими услугами продукции и услуг смежных отраслей и усилением взаимосвязей рынка туристских услуг с другими рынками; – кооперация малых и средних розничных туристических предприятий, которая обусловлена необходимостью объединения для выработки общей политики в условиях жесткой конкуренции с крупными турфирмами. 	
<p>Возможности</p>	<p>Угрозы</p>
<ul style="list-style-type: none"> – постоянно растущий спрос на данном рынке и появление новых клиентов; – рост экономического потенциала за счет развития рынка услуг; – возможность диверсификации туристского продукта; – постоянные разработки и возможность для развития разнообразных видов туризма; – возможность развития туристической инфраструктуры за счет привлечения инвестиций; – высокая способность мировой инфраструктуры, что позволяет быстро внедрять новые 	<ul style="list-style-type: none"> – появление на рынке новых услуг; – повышение требований рынка по качеству услуг; – изменение характера спроса на различные виды услуг; – спад деловой активности в связи с ухудшением экономической ситуации в стране и в мире; – усиление конкуренции в соперничестве за инвестиционные ресурсы; – наличие альтернативных способов использования территорий, пригодных для развития туризма; – неустойчивость спроса на рынке туристских услуг в результате

<p>технологические и производственные решения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – улучшение качества услуг во всех секторах экономики; – ослабление позиций рынка товаров и расцвет эпохи рынка услуг в мире; – возможность быстрого развития с началом экономического роста и восстановлением уровня спроса на мировом рынке услуг в целом; – наличие устойчивого спроса на посещение объектов исторического и культурного наследия; – постоянно растущий уровень доступа потенциальных потребителей туристских услуг к информационным средствам и уровень компьютерной грамотности; – повышение производительности входящих в кластер фирм и отраслей – увеличение инновационного потенциала, создание новых инновационных бизнес–проектов; – разработка новых туристских маршрутов и туристских проектов, в том числе всесезонных; – расширение спектра предлагаемых услуг, улучшение качества обслуживания и безопасности туристов. 	<p>влияния сезонности и других факторов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – несовершенство законодательства по вопросам регулирования туристской деятельности; – значительные трудности привлечения квалифицированных специалистов и персонала в сферу туризма; – разрушение памятников истории и культуры вследствие недостаточности мер по их сохранению; – невысокое качество и однообразие турпродукта.
--	---

Примечание – Источник: собственная разработка

Результаты *SWOT* – анализа являются основой для определения стратегических направлений развития международных туристических услуг и совершенствования поддержки туризма.

2.2 Анализ динамики и тенденций развития международной туристской индустрии в Китайской Народной Республике

Международный туризм выступает одним из наиболее динамично развивающихся направлений мировой торговли услугами. С каждым годом возрастает число международных туристских прибытий, а вместе с ними доходы от индустрии туризма. Международный туризм обеспечивает население рабочими местами, государство налоговыми поступлениями, а также повышает благосостояние всех стран, участвующих в процессе создания, продвижении и реализации туристских услуг.

Развитие международного туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Китайской Народной Республики. Китайская Народная Республика является одной из привлекательных стран в сфере международного туризма, обладает самым большим туристическим ресурсом и рядом конкурентообразующих факторов – природно-ресурсный фактор; историко-культурный фактор; социально-экономический фактор; психолого-этнический фактор. Можно выделить несколько этапов развития туризма в Китайской Народной Республике на рубеже веков, постепенного становления и увеличения его роли как специфической сферы национальной экономики. Далее представим классификацию основных этапов становления современного туристического рынка Китайской Народной Республики – первый период (1978–1985 гг.) характерен ранней экономической реформой после «культурной революции»; второй период (1986–1991 гг.) характерен растущей модернизацией Китая и ростом экономики; третий период (1992–1998 гг.) проходил под влиянием политики правительства, направленной на строительство «социалистической рыночной экономики с китайской спецификой»; четвертый период (с 2000 г. – по настоящее время) развития туристического комплекса.

Анализ динамики и тенденций развития международной туристской индустрии в Китайской Народной Республике проведем по следующим направлениям:

- анализ динамики и тенденций развития въездного туризма;
- анализ динамики и тенденций развития выездного туризма.

Далее проведем анализ динамики и тенденций развития въездного туризма. Международный въездной туризм будет предметом более детального изучения. Становление китайских въездных потоков прошло несколько этапов, охватывая все более широкое географическое пространство – первый этап начался в 1978 г. – резкое увеличение числа прибытий, быстрый рост

международного туризма; второй этап начался в 1990 г. – бурное увеличение прибытий в основном за счет посетителей из Сянган, Аомыня; третий этап начался в 1999 г. – рост численности туристов, увеличение географии мест посещения иностранными туристами отдельных регионов Китая.

Численность туристов представляет общее количество прибытий туристов из-за рубежа и включает следующие категории иностранных гостей, на которые в Китайской Народной Республике подразделяют приезжих в соответствии с этническими и национальными критериями – соотечественники из Сянган, Аомыня и Тайваня; китайцы, проживающие постоянно за рубежом – лица с китайскими паспортами, проживающие в странах или регионах за пределами Китая, кроме Тайваня, Сянган, Аомыня; иностранные туристы: посетители с паспортами других стран, помимо Тайваня, Сянган, Аомыня, в эту группу входят, в том числе многочисленные этнические китайцы, которые являются гражданами других стран.

Таблица 2.4 – Анализ динамики и тенденций развития въездного туризма Китайской Народной Республики за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	13,4	12,4	12,4	12,9	14,1
Азия и тихоокеанский регион	35,7	36,2	36,7	38,4	39,7
Америка	5,8	6,0	6,5	6,8	7,1
Африка	0,5	0,9	1,1	1,1	1,3
Ближний Восток	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Международные туристские прибытия	55,7	55,6	56,9	59,3	62,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика въездного туризма Китайской Народной Республики – 55,7, 55,6, 56,9, 59,3, 62,5 млн. чел. соответственно. Наибольшее значение в общей структуре въездного туризма приходится на Азию и тихоокеанский регион – 35,7, 36,2, 36,7, 38,4, 39,7 млн. чел. соответственно, Европу и Америку – 13,4, 12,4, 12,4, 12,9, 14,1 млн. чел. соответственно и 5,8, 6,0, 6,5, 6,8, 7,1 млн. чел. соответственно. Наименьшее значение в общей структуре въездного туризма приходится на Ближний Восток – 0,3, 0,2, 0,2, 0,2, 0,2 млн. чел. соответственно и Африку – 0,5, 0,9, 1,1, 1,1, 1,3 млн. чел. соответственно.

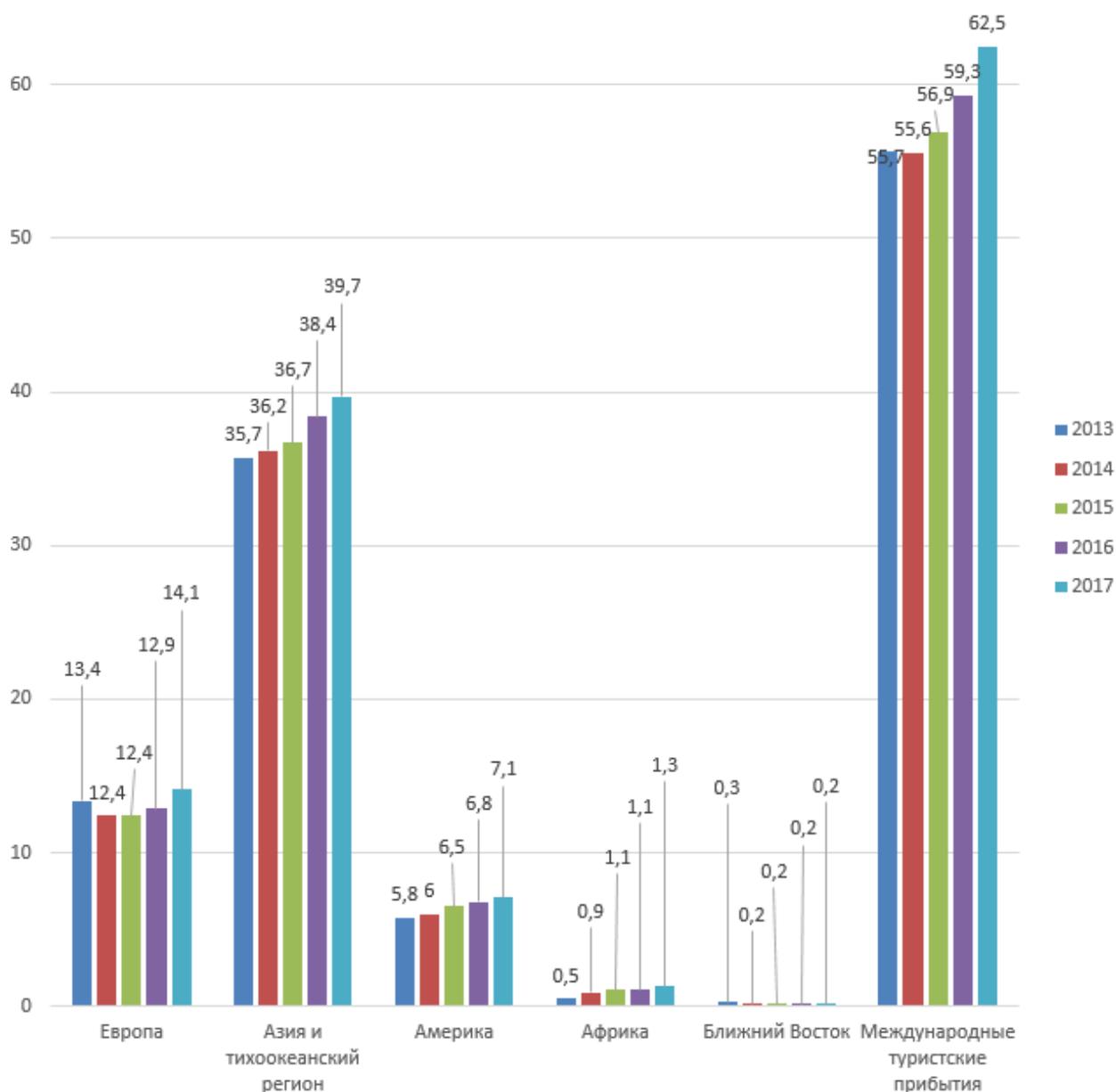


Рисунок 2.3 – Анализ динамики и тенденций развития въездного туризма Китайской Народной Республики за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

Важно отметить сотрудничество по линии туризма на государственном уровне – проведение взаимных годов туризма с соответствующими мероприятиями. Китай становится более открытым и с каждым годом упрощаются визовые и пограничные формальности, в связи с этим растет доля независимых путешественников, совершающих индивидуальные поездки. В первую десятку городов, принимавших большинство туристов из-за рубежа в течение последних десятилетий, входили Гуанчжоу, Пекин, Шанхай, Гуйлинь, Ханчжоу, Сиань, Сучжоу, Нанкин, Сямэнь и Куньминь. Соотечественники

концентрируются в тех регионах, где они имеют этнические связи. Среди них: Гуандун (Сянган и Аомынь.) и Фуцзянь (Тайвань). В отличие от них китайские эмигранты, как правило, распространяются по всей стране. Иностранные туристы имеют тенденцию преобладать в таких городах, как Пекин и Шанхай. Хотя доля иностранных туристов в провинции Гуандун также высока, в этой провинции они представляют собой незначительную часть международных туристов, а соотечественники полностью преобладают. В более отдаленных районах, таких как Внутренняя Монголия, провинции Ляонин, Хэйлунцзян и Синьцзян, число иностранных туристов увеличивается. Концентрация въездного туризма вдоль побережья Китая является результатом благоприятных условий, как со стороны спроса, так и предложения. Такие факторы, как большие международные деловые связи на побережье; прочные семейные связи с китайскими эмигрантами и соотечественниками в прибрежных провинциях; преобладание международных портов, а также расположение многих основных туристических достопримечательностей могут объяснить существующую структуру туризма. С каждым годом увеличивается численность туристов, посещающих все регионы. Провинция Гуандун лидирует среди всех других провинций и автономных районов.

Таблица 2.5 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от въездного туризма за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	11,6	9,2	9,4	9,3	9,6
Азия и тихоокеанский регион	34,9	30,3	30,9	30,5	31
Америка	4,8	4,2	4,4	4,3	4,5
Африка	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3
Ближний Восток	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Международные туристские доходы	51,7	44,0	45,0	44,4	45,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

Туристическая активность находится в прямо пропорциональной зависимости не только от мировых доходов, уровень которых повышается, но и уровня образования потенциальных потребителей. В последнее время стала наблюдаться активизация туристического спроса среди населения с невысоким уровнем доходов и образования.

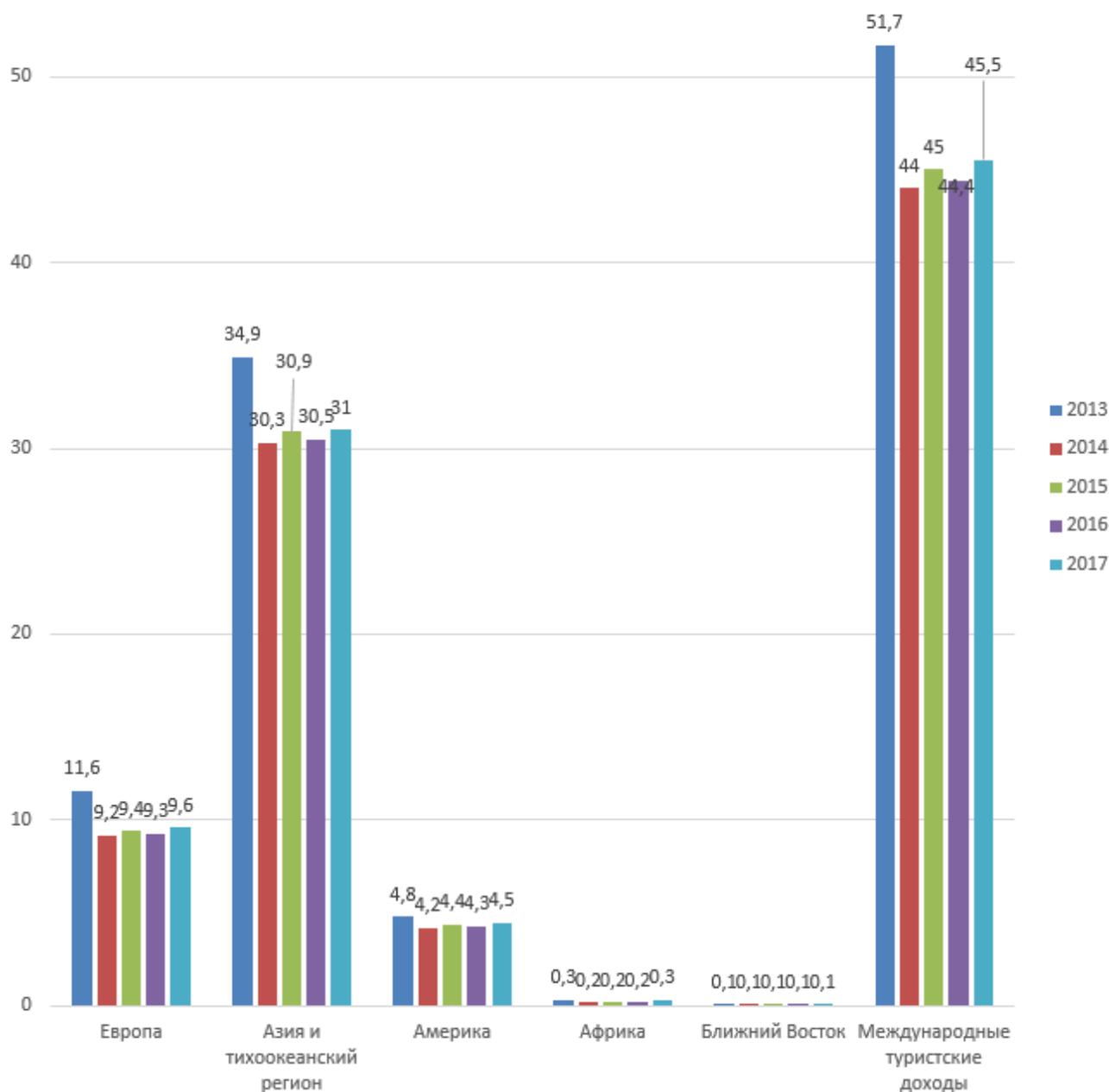


Рисунок 2.4 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от въездного туризма за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

Современный международный туризм становится высокотехнологичным сектором Китайской Народной Республики, и на его развитие оказывают большое влияние новые тенденции, среди которых особое место занимают доходы, полученные от въездного туризма.

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика доходов, полученных от въездного туризма – 51,7, 44,0, 45,0, 44,4, 45,5 млрд. долл. США

соответственно. Наибольшее значение в общей структуре доходов, полученных от иностранных туристов приходится на Азию и тихоокеанский регион – 34,9, 30,3, 30,9, 30,5, 31 млрд. долл. США соответственно, Европу и Америку – 11,6, 9,2, 9,4, 9,3, 9,6 млрд. долл. США соответственно и 4,8, 4,2, 4,4, 4,3, 4,5 млрд. долл. США соответственно. Наименьшее значение в общей структуре доходов, полученных от иностранных туристов приходится на Ближний Восток – 0,1, 0,1, 0,1, 0,1, 0,1 млрд. долл. США соответственно и Африку – 0,3, 0,2, 0,2, 0,2, 0,3 млрд. долл. США соответственно.

Далее проведем анализ динамики и тенденций развития выездного туризма. Рост на рынке выездного туризма из Китайской Народной Республики привлекает большое внимание на мировой арене. Китай стал важным поставщиком туристов для многих стран Европы, Азии и тихоокеанского региона, Америки, Африки и Ближнего Востока. Становление выездных потоков Китайской Народной Республики прошло несколько этапов, охватывая все более широкое географическое пространство – первый этап начался в 1983 г. – правительство разрешило ограниченное количество организованных туров в Сянган, а затем и Аомынь; второй этап начался в 1990 г. – подписан ряд двусторонних соглашений, развитие приграничного обмена с сопредельными странами туристы и возможность отдыхать самостоятельно; третий этап начался в 2005 г. – изменение официальной позиции в отношении выездного туризма, туризм признан важным фактором экономического роста в Китайской Народной Республике. Выездной туризм стал популяризатором национальной культуры и языка, способом влияния на экономику стран, важным элементом внешнеполитического взаимодействия на мировом уровне. Важно отметить сотрудничество по линии туризма на государственном уровне, а также проведение взаимных годов туризма с соответствующими мероприятиями.

Таблица 2.6 – Анализ динамики и тенденций развития выездного туризма Китайской Народной Республики за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	29,8	34,5	39,2	41,9	48,2
Азия и тихоокеанский регион	53,0	63,3	68,9	73,8	75,5
Америка	10,7	12,7	12,5	11,5	12,5
Африка	3,6	4,4	5,6	6,1	6,7
Ближний Восток	1,1	1,7	1,8	1,7	1,9
Международные туристские выбытия	98,2	116,6	127,9	135,1	144,8

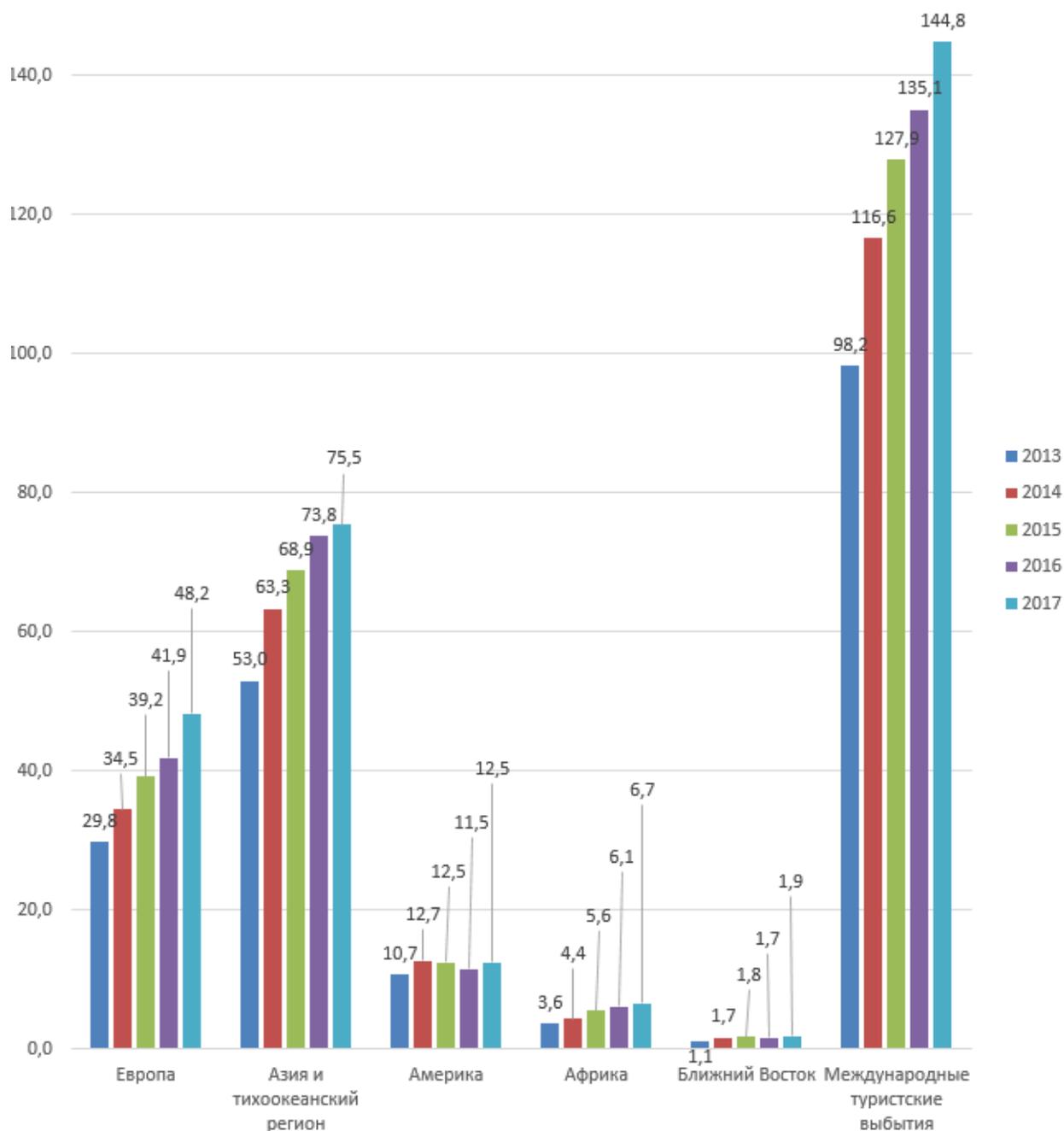


Рисунок 2.5 – Анализ динамики и тенденций развития выездного туризма Китайской Народной Республики за период 2013–2017 гг., млн. чел.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика выездного туризма Китайской Народной Республики – 98,2, 116,6, 127,9, 135,1, 144,8 млн. чел. соответственно. Наибольшее значение в общей структуре выездного туризма приходится на Азию и тихоокеанский регион – 53,0, 63,3, 68,9, 73,8, 75,5 млн. чел. соответственно, Европу и Америку – 29,8, 34,5, 39,2, 41,9, 48,2 млн. чел. соответственно и 10,7, 12,7, 12,5, 11,5, 12,5 млн. чел. соответственно.

Наименьшее значение в общей структуре выездного туризма приходится на Ближний Восток – 1,1, 1,7, 1,8, 1,7, 1,9 млн. чел. соответственно и Африку – 3,6, 4,4, 5,6, 6,1, 6,7 млн. чел. соответственно.

Самыми популярными туристическими направлениями являются – Южная Корея, Таиланд, США и Япония. Помимо специальных административных районов, основной туристический поток из Китайской Народной Республики направлен в Восточную и Юго–Восточную Азию, что связано с географической близостью, наличием экономических и культурных связей. За рассматриваемый период отмечен рост визитов во все наиболее популярные страны, большинство из которых находится в Азиатско–Тихоокеанском регионе. Что касается других стран, то доля Америки и Европы снижалась, несмотря на увеличение абсолютных показателей. Возможно, сокращение обусловлено ростом количества поездок в страны Африки.

Основные европейские страны, которые выбирают китайские туристы – это Франция, Англия, Германия и Италия. Европа является одним из главных направлений официальных и деловых визитов; возможности для частных поездок используются не в полной мере. Соединенные Штаты также всегда оставались самым желанным направлением для китайских туристов, несмотря на сложность оформления выездных документов и получения американской визы. Туристы могли путешествовать по таким причинам, как бизнес, конференции, образование и обучение, наука, культурный обмен и спортивные состязания.

Таблица 2.7 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от выездного туризма за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Европа	39,0	67,2	76,6	81,0	96,4
Азия и тихоокеанский регион	69,4	123,4	134,5	142,6	151,0
Америка	14,0	24,8	24,4	22,3	25,0
Африка	4,8	8,6	10,9	11,9	13,4
Ближний Восток	1,4	3,3	3,5	3,3	3,9
Международные туристские расходы	128,6	227,3	249,8	261,1	289,6

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

На основании данных, представленных в таблице можно сделать вывод, что за период 2013–2017 гг. наблюдается положительная динамика

международных туристских расходов – 128,6, 227,3, 249,8, 261,1, 289,6 млрд. долл. США соответственно. Наибольшее значение в общей структуре расходов китайских туристов приходится на Азию и тихоокеанский регион – 69,4, 123,4, 134,5, 142,6, 151,0 млрд. долл. США соответственно, Европу и Америку – 39,0, 67,2, 76,6, 81,0, 96,4 млрд. долл. США соответственно и 14,0, 24,8, 24,4, 22,3, 25,0 млрд. долл. США соответственно. Наименьшее значение в общей структуре расходов приходится на Ближний Восток – 1,4, 3,3, 3,5, 3,3, 3,9 млрд. долл. США соответственно и Африку – 4,8, 8,6, 10,9, 11,9, 13,4 млрд. долл. США соответственно.

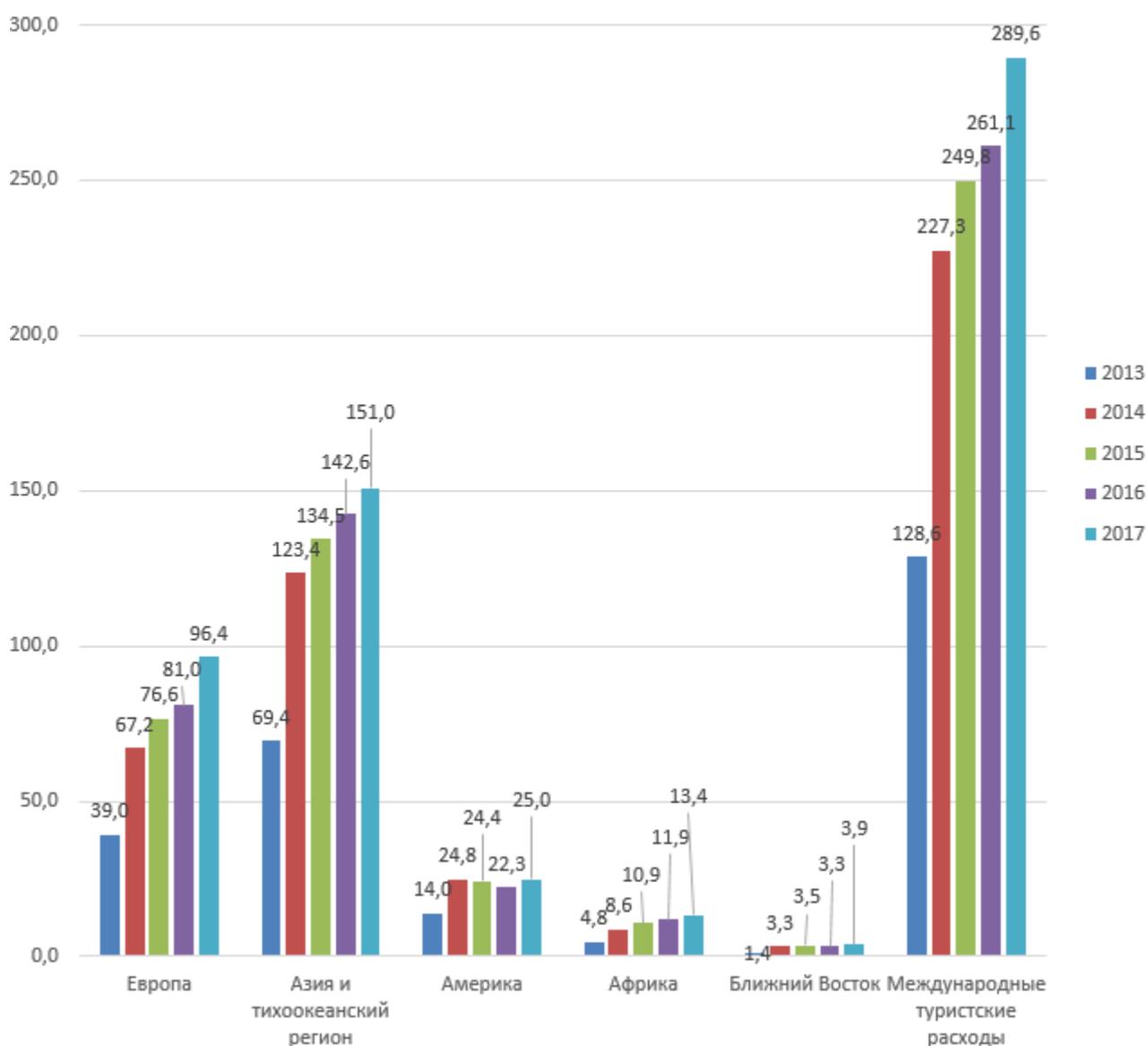


Рисунок 2.6 – Анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от въездного туризма за период 2013–2017 гг., млрд. долл. США
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [60].

Таким образом, в Китайской Народной Республике имеется ряд объективных конкурентообразующих факторов, и эффективное использование имеющегося потенциала позволит активно развивать международный туризм. В процессе формирования государственной политики по обеспечению конкурентоспособности международной туристской индустрии Китайской Народной Республики необходимо развивать перспективные виды туризма, а также следует принять меры по сохранению исторического наследия страны и способствовать созданию новых туристических маршрутов, на основе создания государственных программ по облагораживанию курортов, предоставления налоговых льгот компаниям, готовым инвестировать в восстановление и модернизацию курортных объектов, развития системы поддержки субъектов малого предпринимательства, обеспечения взаимовыгодного международного сотрудничества.

Обобщенные результаты оценки международной туристской индустрии Китайской Народной Республики, а также предпосылки формирования практических рекомендаций по повышению привлекательности рынка туристических услуг представлены в виде матрицы *SWOT* – анализа.

Таблица 2.8 – *SWOT*-анализ формирования привлекательности рынка туристических услуг Китайской Народной Республики

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – наличие уникальных памятников истории и культуры (ряд городов являются музеями под открытым небом); – выгодное экономико–географическое положение; – высокая транспортная доступность; – наличие культурно–исторического наследия; – наличие народных промыслов; – наличие качественной продовольственной продукции; – популярность традиционной китайской медицины; – развитая нормативно–правовая база; – полный спектр предлагаемых туристских продуктов, возможных на территории; – наличие на территории 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточный уровень квалификации кадров в сфере туризма; – нехватка гостиничных номеров при проведении массовых мероприятий, выставок и другое; – недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры для привлечения иностранных туристов; – недостаточное развитие объектов индустрии развлечений; – недостаточный уровень развития инфраструктуры придорожного сервиса; – постоянно ухудшающаяся экологическая обстановка; – неудовлетворительное состояние дорожной сети (недостаток дорог с твердым покрытием);

<p>экологически чистых природным зон;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие желания и возможностей у бизнеса заниматься различными видами деятельности, связанными с туризмом; – опыт проведения ярмарок, выставок, фестивалей; – наличие на территории известного на международном уровне бренда; – высокий научно–образовательный потенциал. 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие четкого позиционирования туробъектов области, недостаточное рекламно–информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках; – низкий уровень благоустройства исторического ядра области и мест отдыха.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – повышение производительности входящих в кластер фирм и отраслей; – увеличение инновационного потенциала, создание новых инновационных бизнес–проектов; – включение туристских объектов в каталоги туристических агентств других стран; – получение государственной поддержки на реализацию инвестиционных проектов в рамках туристского кластера; – увеличение объемов продаж брендовой и сувенирной продукции; – разработка новых туристских маршрутов и туристских проектов, в том числе всесезонных; – расширение спектра предлагаемых услуг, улучшение качества обслуживания и безопасности туристов. 	<ul style="list-style-type: none"> – потеря туристического рынка из–за низкого уровня туристского сервиса; – конкуренция со стороны других туристических центров Китайской Народной Республики, а также ближнего и дальнего зарубежья; – разрушение памятников истории и культуры вследствие недостаточности мер по их сохранению; – отставание в подготовке управленческих, научных кадров и менеджеров к работе в новых экономических условиях; – потеря туристского рынка из–за низкого уровня туристского сервиса; – недостаток собственных финансовых средств и инвестиционных ресурсов; – невысокое качество и однообразие турпродукта.

Примечание – Источник: собственная разработка

Результаты *SWOT* – анализа являются основой для определения стратегических направлений развития рынка туристических услуг Китайской Народной Республики и совершенствования государственной поддержки туризма. Создание условий для развития сферы туризма Китайской Народной Республики в настоящее время требует активного проведения государственной

политики, важнейшей составляющей которой является деятельность по совершенствованию регулирования указанной сферы. Это обуславливает необходимость создания системы управления туристским потенциалом на государственном уровне, формирования туристской политики за счет разработки и реализации концепций, целевых программ развития сферы туризма.

В результате написания второй главы данной работы можно сделать следующие выводы.

В современном мире туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Международный туристский рынок выступает в качестве мощного фактора социально-экономического развития страны, обеспечивая стимулирование притоков иностранных поступлений, повышение роста занятости населения, его благосостояния и расширение межличностных контактов. Для проведения изучения рынка международного туризма – его состояния, проблем и перспектив развития – необходим анализ туристских потоков, который является весьма неравномерным. Анализ динамики и тенденций развития международных туристических услуг был проведен по следующим направлениям – анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий; анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов. На формирование мирового туристического рынка оказывают влияние природно-климатические, психолого-эстетические, историко-культурные, политические и социально-экономические факторы. Тенденциями развития международных туристических услуг за период 2013–2017 гг. являются – доминирование рынка покупателя, туристические компании работают в условиях перманентной международной конкуренции, что приводит к понижению нормы прибыли; трансграничный характер рынка туристических услуг, рост числа крупных транснациональных корпораций, слияний и поглощений туристических предприятий; расширение сферы влияния и деятельности так называемых «крупных игроков» на рынке туристических услуг (диверсифицированных туроператоров, авиакомпаний, гостиничных сетей); снижение роли посредников, особенно турагентов, производители все чаще пытаются выходить непосредственно на потребителей; поиск турагентами новых способов ведения бизнеса под угрозой устранения с рынка (например, комплексное обслуживание крупных компаний, создание собственных пакетов, поиск рыночных ниш, агрессивный маркетинг и другое); в рынок туристических услуг входят компании, до этого с туризмом никак не связанные (торговые предприятия, осуществляющие реализацию продукции при посредничестве почты); возникновение совершенно новых компаний–

туроператоров, являющихся результатом развития электронных систем бронирования; либерализация воздушного транспорта, возрастание конкуренции между европейскими, азиатскими и американскими авиакомпаниями; появление стратегических альянсов и слияний; и другие. Развитие международного туризма является одним из приоритетных направлений социально–экономического развития Китайской Народной Республики. Анализ динамики и тенденций развития международной туристской индустрии в Китайской Народной Республике был проведен по следующим направлениям – анализ динамики и тенденций развития въездного туризма; анализ динамики и тенденций развития выездного туризма. Таким образом, в Китайской Народной Республике имеется ряд объективных конкурентообразующих факторов, и эффективное использование имеющегося потенциала позволит активно развивать международный туризм. Создание условий для развития сферы туризма Китайской Народной Республики в настоящее время требует активного проведения государственной политики, важнейшей составляющей которой является деятельность по совершенствованию регулирования указанной сферы.

ГЛАВА 3

Направления совершенствования и перспективы развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики

3.1 Направления совершенствования развития международных туристических услуг

Анализ экономической роли международных туристических услуг на основе национальных статистических и фактологических данных, а также результатов исследований международных организаций позволил определить факторы, сдерживающие развитие международных туристических услуг – отсутствие комплексного взгляда на страну и отдельные ее регионы как на туристическую зону; действующий порядок выдачи виз, сложность процедуры их оформления гражданам иностранных государств; недостаточный уровень развития инфраструктуры придорожного сервиса – отсутствие комплексных мест отдыха, стоянок для автомобилей и автобусов, игровых площадок для детей, небольших магазинов сувенирной продукции, надлежащего обслуживания, несоблюдение санитарно–гигиенических требований и многое другие; дефицит необходимой для зарубежных туристов информации на иностранных языках; не проработанность нормативно–правовой базы; неадекватное поведение и злоупотребления в отношении иностранных туристов со стороны сотрудников милиции, таможни и пограничников; скудность рынка сувениров и продукции народных промыслов; несоответствие уровня подготовки и профессионализма кадров, обслуживающих туристов, современным требованиям; отсутствие связи между туристскими дестинациями, и как следствие, невозможность формирования комбинированных турпакетов, рассчитанных на длительный отдых.

Основываясь на полученных результатах и анализе факторов, сдерживающих развитие международных туристических услуг, становится очевидным, что дальнейшие пути развития международного туризма должны включать в себя, как ориентацию на внутренний, так и на внешние рынки.

Направлениями совершенствования развития международных туристических услуг должны стать – совершенствование стратегии развития туризма (туристская политика; планирование туризма как национального, так и иностранного, в том числе с учетом особенностей региона; связь отрасли туризма с национальной экономикой; оценка перспектив развития);

совершенствование политики материально–технического и кадрового обеспечения (развитие и диверсификация туристского продукта и обслуживания; взаимосвязь с транспортным обеспечением; политика капиталовложения в туризм; введение классификаций и стандартов обслуживания на уровне международных; использование новых технологий; управление и организация работы административных служб и отдельных предприятий); совершенствование маркетинговой деятельности или разработка туристских проектов (учет и развитие сезонности и географии туризма; разработка программ по маркетингу и реклама; проведение социологических исследований; подготовка многоцелевых комбинированных программ и туристских проектов, в том числе с учетом экологических факторов); совершенствование обучения и профессиональной подготовки кадров (обмен опытом на уровне правительственных служб; техническая помощь при обучении кадров массовых профессий; специальная подготовка кадров исходя из национальных программ и особенностей туризма; организация учебных центров в отдельных странах); совершенствование организации статистической деятельности туристических услуг (обмен опытом и специалистами на всех уровнях; обучение сбору, анализу и распространению статистических данных о туризме; подготовка методологии и программ для организации национальных статистических служб; помощь в проведении опросов и их обработке); повышение роли и функций правительственных служб (помощь в формировании национальных туристских администраций с точки зрения правового обеспечения, структурных связей с другими службами, административного функционирования; организация центров документации, архивов и библиотек; компьютеризация; проведение учебно–воспитательной работы); упрощение туристского обмена и формальностей (подготовка соответствующих договоров и соглашений; определение и согласование законодательного порядка и статуса, в том числе при возникновении чрезвычайных обстоятельств (эпидемия, стихия и другое); повышение инновационной активности во всех сферах привлечения и обслуживания международных туристов и реализацию новейших мировых достижений и опыта, совершенствование всех компонентов инфраструктуры (выпуск новых видов туристского продукта; использование новой техники и технологии, туристских ресурсов, изменения в организации сервиса и потребления; новый маркетинг и менеджмент; выявление новых рынков); повышение уровня экологизации (уменьшение нагрузки на окружающую среду; увеличение вклада в ее защиту; распространение соответствующих ценностей); совершенствование специальной поддержки государства (предоставление налоговых, кредитных, земельных, тарифных льгот; бюджетное финансирование инфраструктурных и образовательных проектов и другие).

Реализация представленных направлений предполагает активизацию государственной политики в сфере туризма, осуществление дополнительного стимулирования предприятий отрасли при соблюдении условий рыночной конкуренции, использование методов стимулирования туристического сектора, известных из мировой практики.

3.2 Направления совершенствования развития сферы международного туризма в Китайской Народной Республике

На основании проведенного анализа динамики и тенденций развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики можно определить, что проблемами, сдерживающими развитие туристических услуг в Китайской Народной Республике являются – недостаточно развитая туристская инфраструктура в большинстве регионов страны, малое количество средств коллективного размещения экономичной и средней ценовой категории с современным уровнем комфорта; неразвитость транспортной инфраструктуры (низкое качество дорог и уровень придорожного обслуживания, неудовлетворительное состояние аэропортов и железнодорожных вокзалов и другое); низкое качество и пропускная способность автомобильных дорог, транспортного хозяйства и других объектов транспортной инфраструктуры; дефицит и высокая степень износа транспортных средств, используемых для перевозки туристов (современных туристских автобусов, круизных судов, самолетов и других транспортных средств); устаревшая и недостаточно эффективно используемая ресурсная база в сфере санаторно–курортного, оздоровительного и медицинского туризма (пансионаты и санатории), острая нехватка учреждений детско–юношеского туризма; плохое экологическое состояние и засоренность прибрежных зон водоемов и природных территорий в местах активного развития туризма, в том числе самодеятельного; невыгодные экономические условия для привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру, отсутствие готовых инвестиционных площадок и типовых инвестиционных проектов; недостаточная предпринимательская активность населения в сфере туризма; негативный опыт серии банкротств крупных туроператоров и высокие потребительские риски; высокая стоимость туристского продукта, в первую очередь транспортного обслуживания, существенно снижающая конкурентоспособность внутреннего и въездного туризма; высокая сезонная цикличность спроса на большинство туристских программ, большая продолжительность «низкого сезона» в регионах

традиционного пляжного туризма, высокие средние постоянные издержки туристских предприятий; несопоставимый размер емкости отельной базы традиционных курортов пляжного отдыха, допустимой рекреационной нагрузки и пропускной способности пляжей и других объектов туристской инфраструктуры; недостаточный уровень практических навыков у выпускников программ профессиональной подготовки в сфере туризма; традиционность подходов к формированию туристских программ, низкое разнообразие ассортимента туров, способных удовлетворить динамичный и взыскательный спрос современного потребителя; отсутствие клиентоориентированной политики управления учреждениями культуры, необходимость модернизации их услуг; недостаточное продвижение туристского продукта; низкая осведомленность о туристских возможностях Китайской Народной Республики и ее провинциях, разрозненность информационных ресурсов в сфере туризма и отсутствие единой системы информационной поддержки внутреннего и въездного туризма; негативный имидж туристского продукта, низкая заинтересованность в приобретении туров по провинциям Китайской Народной Республики.

Для совершенствования международной туристской индустрии Китайской Народной Республики в качестве приоритетов деятельности можно выделить следующие аспекты – устойчивость туризма с точки зрения обеспечения потребностей охраны окружающей среды, социально–экономического и культурного развития; рыночные тенденции и прогнозы на краткосрочный, среднесрочный и перспективный периоды; управление туристическими направлениями (дестинациями) и методы маркетинга, включая использование новых информационно–коммуникационных технологий, разработку точек ориентира; аспекты качества, безопасности и защиты в туризме; частые угрозы, которым подвергается туризм, вынуждают заниматься решением этих проблем, которые все в большей степени беспокоят членов и широкую общественность; экономический аспект туризма, включая его вклад в создание валового внутреннего продукта посредством использования методологии сателлитных счетов в туризме как на национальном, так и местном уровнях, а также вклад туризма в обеспечение занятости и поддержание платежного баланса; международный туризм имеет большее значение для экономического роста и создания рабочих мест; занятость в туризме, учитывая высокую трудоемкость деятельности туристских предприятий и уделяемое правительствами приоритетное внимание вопросу создания рабочих мест; управление в туризме, включая различные уровни государственных административных органов и их отношения с частным сектором и другими участниками туристского процесса как на уровне национальных, так и местных туристических направлений.

Направлениями совершенствования развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики должны стать:

– повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта на внутреннем и мировом рынках – формирование стратегического географического каркаса, основанного на приоритетных видах туризма, в рамках которых будут реализовываться туристские укрупненные инвестиционные проекты международного и уровня в зависимости от действующих центров притяжения туристов; создание и модернизация туристских объектов; капитальное строительство, реконструкция и модернизация обеспечивающей инфраструктуры создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости; обеспечение высокого качества туристских услуг; совершенствование профессионального образования в сфере туризма; создание и поддержание эффективного уровня конкуренции в отрасли; применение современных маркетинговых инструментов для формирования предложения туристских услуг в соответствии с потребностями реальной и целевой аудитории покупателей; проработку возможных вариантов снижения цен на внутренние перевозки в пределах страны; создание и развитие систем бронирования туристских услуг на внутреннем рынке; введение классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи; повышение качества туристских услуг; внедрение единой системы классификации объектов туристской индустрии, включающий гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, разработка процедуру оценки качества услуги и присвоения категории, а также механизма периодической переоценки и повышения или снижения уже присвоенной категории; обеспечение широкого ассортимента предлагаемых на рынке туристских программ и периодическое их обновление; разработка и внедрение плана мероприятий по созданию благоприятных условий для развития конкуренции в сфере туристской деятельности; проведение активных действий по изменению действующей системы налогообложения, создание условий для формирования конкуренции на рынке внутренних пассажирских перевозок, разработка мер по созданию и развитию транспортных компаний, способных предложить сниженные цены; разработка мероприятий по созданию и развитию систем бронирования туристских услуг на внутреннем рынке; разработка, внедрение и распространение новой концепции интерактивной экспозиции с применением элементов игровых технологий, приемов визуализации, ролевых методов вовлечения посетителя в процесс познания; ориентация на индивидуального туриста, принимающего решение о поездке (экскурсии) без предварительной подготовки с использованием услуг туристских компаний или полностью самостоятельно, предусматривающая информационную поддержку процесса

выбора, заказа и потребления туристской услуги; решение проблемы транспортной доступности объектов туризма, включая организацию подъездных путей и парковочных мест для туристских автобусов и личного транспорта индивидуальных туристов; обновление туристских программ, регулярное внесение разнообразия в традиционные туристские маршруты для стимулирования повторных визитов; разработка системы экономических механизмов, обеспечивающих снижение отпускной стоимости туристских продуктов и услуг в том числе за счет снижения транспортной составляющей в стоимости туристских продуктов;

– совершенствование маркетинга туристических услуг – разработка централизованного подхода к проведению маркетинговых исследований в сфере туризма и предоставление информации участникам туристского рынка; организация и координация деятельности по сбору и анализу информации о состоянии туристского рынка, характеристиках потребительского спроса, возможностях сегментирования рынка, выявление основных тенденций рынка и осуществление сбора и анализа данных о состоянии отрасли; внедрение практики активной маркетинговой деятельности субъектов туристской деятельности, включающей исследование рынка, анализ реальной и целевой потребительской аудитории, определение товарной политики и продвижение услуг на рынок, включая рекламу и деятельность по связям с общественностью, посредством объединения маркетинговых усилий всех объектов на базе национального туристского портала и внедрения единой информационной системы по учету и анализу количества и характеристик посетителей, дающей возможность онлайн-бронирования и онлайн-продажи билетов; проведение обучения работников и других предприятий, относящихся к объектам туристского показа, инновационным методам работы, маркетинговой деятельности и приемам составления интерактивных программ для туристов; разработка механизмов по продвижению туристских продуктов и услуг внутри страны и за рубежом;

– совершенствование государственной поддержки туризма и создание благоприятных условий для развития туристской индустрии – реализация государственно-частных партнерств, государственные программы развития туризма, концессионные соглашения, особые экономические зоны и туристские кластеры, инновационная туристская деятельность; предоставление субсидий кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным по льготной ставке инвесторам для реализации инвестиционных проектов по созданию и развитию туристских кластеров, прочих инвестиционных проектов, необходимых для устойчивого развития кластеров, а также выданным для приобретения технических средств, обеспечивающих функционирование туристских кластеров; предоставление

субсидий туроператорам, обеспечивающим туристский поток в кластеры приоритетных видов туризма, на компенсацию части затрат в рамках договора о реализации туристского продукта в сфере туризма, в том числе в целях снижения стоимости туристических пакетов в низкий сезон и для социально уязвимых категорий граждан; грантовая поддержка общественных и предпринимательских инициатив, направленных на создание и развитие объектов туристской инфраструктуры кластеров, на внедрение в управление отраслью лучших мировых практик и улучшение институциональной среды в туристской отрасли, на стимулирование применения новых технологий, в том числе информационных технологий, экологически устойчивых методов организации туристской деятельности, технологических стандартов для безбарьерного туризма для всех категорий граждан, включая маломобильных; поддержка развития туризма в моногородах и в депрессивных регионах, развитие туризма в регионах компактного проживания коренных малочисленных народов; поддержка социального туризма, в том числе выделение бюджетных ассигнований на субсидирование воздушных перевозок, а также на иные социально значимые услуги в сфере туризма; развитие и поддержка приоритетных видов туризма (культурно–познавательный, экологический, круизный, сельскохозяйственный); поощрение достижений в туризме (правительственные, ведомственные, региональные и местные премии);

– совершенствование развития туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды – формирование комфортной информационной туристской среды (разработка единого подхода к информационной работе с туристами; разработка, внедрение и развитие единой унифицированной системы туристской навигации; создание туристских информационных центров в необходимом количестве и развитие их деятельность путем разработки стандартов и повышения качества обслуживания, межрегиональной кооперации работы таких центров); совершенствование анализа результатов реализации пилотных инвестиционных проектов по созданию туристских кластеров, разработка системы мер по решению проблем, препятствующих реализации кластерного подхода, обеспечение распространения опыта успешной реализации кластерного подхода при создании объектов туристской инфраструктуры; совершенствование государственно–частного партнерства как наиболее перспективного способа объединения усилий органов государственной власти и частного бизнеса с целью создания объектов туристской инфраструктуры; создание банка информационных материалов по туристским ресурсам и обеспечение доступа к нему потенциальных туристов, централизация усилий по продвижению туристских ресурсов путем расширения функционального

содержания национального туристского портала в информационно–телекоммуникационной сети Интернет; развитие транспортной инфраструктуры, обустройства дорог и дорожной инфраструктуры, организации движения туристских автобусов в условиях высокой загрузки автодорог, обустройства стоянок в зонах повышенного туристского интереса; развитие пляжной инфраструктуры и обеспечения экологической чистоты и безопасности пляжей и акваторий; стимулирование предпринимательской активности в сегменте малого и среднего бизнеса; создание средств размещения требуемого уровня качества и эффективного источника формирования стандартов обслуживания, являющихся визитной карточкой; разработка мер по развитию туристской инфраструктуры за счет стимулирования предпринимательской инициативы населения малых городов, поселков городского типа и сельских населенных пунктов;

– совершенствование качества и безопасности туризма – создание системы управления рисками в туризме, особенно в условиях чрезвычайных (кризисных) ситуаций природного, техногенного, экологического и социального характера; совершенствование системы информирования об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания; создание системы сбора, анализа и обобщения статистики несчастных случаев в туристской индустрии; совершенствование регламента взаимодействия органов власти в целях безопасности туризма; создание специализированных подразделений правоохранительных органов по обеспечению безопасности туристов; техническое регулирование (разработка национальных стандартов, стандартов организаций в сфере туризма), технические регламенты, затрагивающие вопросы деятельности организаций туристской индустрии; развитие систем классификаций объектов туристской индустрии; развитие человеческих ресурсов в сфере туризма, образование и научные исследования, квалификационные требования к должностям туристской индустрии, формирование центров сертификации персонала организаций туристской индустрии;

– повышение эффективности системы управления и статистического учета в сфере туризма – повышение эффективности сотрудничества при организации туристской деятельности; достижение согласованности и координации планов развития смежных отраслей, обеспечивающих создание условий для развития туризма; разработка планов развития туризма (возможность реализации продукции местного производства или личных подсобных хозяйств; развитие транспортной, социальной инфраструктуры, культурных и досуговых учреждений; уважение к национальным и культурным традициям местного населения; сохранение и восстановление традиционных ремесел и промыслов; участие местных жителей в принятии решений по

вопросам строительства туристской инфраструктуры в регионе; повышение квалификации; возможность реализации предпринимательской инициативы; повышение культурного и экономического значения региона в масштабах страны и мира); получение экономической выгоды от развития туристской деятельности через создание новых рабочих мест и оказание преференций при приеме на работу, закупка продуктов питания, сувенирной и другой продукции местного производства; обеспечение участия в управлении развитием туристской деятельности путем совладения туристскими предприятиями на правах пайщиков, вкладчиков, акционеров; налаживание обратной связи, выяснение их отношения к туристской деятельности в регионе, коррекция планов развития туризма в соответствии с обоснованными претензиями и замечаниями населения, обеспечение права местных общин отказать в строительстве инфраструктуры туризма на их территории; обеспечение повышения уровня жизни населения благодаря развитию туристской инфраструктуры за счет транспорта, пользования предприятиями сферы обслуживания, предоставления льгот местным жителям на туристские услуги, обеспечение возможности ведения традиционных форм хозяйства и народных промыслов; повышение информативности статистики туризма и приближения ее к международным стандартам (обеспечение перехода пограничной статистики, осуществляющей формирование официальной статистической информации о числе граждан, выехавших за границу, и иностранных граждан, въехавших в страну, на классификацию целей поездки в соответствии с Международными рекомендациями по статистике туризма; организация проведения выборочных статистических обследований постояльцев коллективных средств размещения, посетителей туристских объектов, пограничное обследование иностранных туристов по разработанной методике);

– совершенствование механизма регуляции финансовых расчетов между участниками туристского рынка – повышение прозрачности финансовых расчетов между предприятиями отрасли и поставщиками туристских услуг; повышение платежной дисциплины взаиморасчетов между заказчиками и поставщиками туристских услуг; наличие актуальной информации о туристских компаниях, которым грозит банкротство, для принятия своевременных мер по их финансовому оздоровлению и перспективного планирования состояния компенсационного фонда; консолидация средств для развития видов туризма, приоритетных для рынка туризма; эффективное целевое использование средств бюджета, а также средств внебюджетных источников в соответствии с установленными приоритетами для достижения целевых индикаторов развития туризма; недопустимость дублирования мероприятий и перекрестного финансирования мероприятий в других действующих государственных программах;

– совершенствование кадрового, научного и учебно–методического обеспечения в сфере туризма – обеспечение качественного обслуживания в туристической индустрии; формирование современного эффективного и конкурентоспособного туристского рынка с профессиональными управленческими и педагогическими кадрами; подготовка кадров в соответствии с приоритетными направлениями развития туризма; переподготовка, повышение квалификации кадров, получение последиplomного образования; формирование кадрового, научного и учебно–методического обеспечения туризма; внедрение в туристическую деятельность передового отечественного и зарубежного опыта, участие научно–педагогических кадров и специалистов туристической индустрии в международной деятельности; привлечение к научным исследованиям компетентных специалистов в сфере туризма, кадров высшей научной квалификации; разработка экскурсий, туров, туристических маршрутов с активными способами передвижения с использованием современных технических средств; открытие специализаций по специальностям в сфере туризма и гостеприимства (магистратура) высшего образования; разработка в регионах страны маршрутов по культурно–познавательному, экологическому и другим видам туризма, с активными способами передвижения; содействие развитию инновационного процесса в туристском комплексе, стимулирование внедрения инноваций в технологические процессы создания и продвижения туристского продукта; организация научных исследований в сфере туризма путем частичного бюджетного финансирования наиболее значимых исследовательских туристских проектов, содействие интеграции национальных исследовательских структур в международные программы, проведение научно–практических конференций и семинаров, создание научного периодического издания по туристской проблематике; развитие методического и программного обеспечения отраслевой системы подготовки и повышения квалификации специалистов индустрии туризма, в том числе технологического обеспечения развития туристской отрасли, посредством научно–методического, научно–практического и кадрового обеспечения деятельности по реализации приоритетов развития туризма на основе образовательных и научных учреждений отрасли; создание информационно–аналитической базы (специализированной электронной научно–практической библиотеки), включающей материалы нормативно–правового, статистического программного, научного, учебно–методического, рекламно–информационного, коммерческого характера; охрана и восстановление национального природного и историко–культурного наследия путем соблюдения научно обоснованных норм емкости рекреационно–туристских территорий, увеличения туристской привлекательности национальных природных и культурных

достопримечательностей за счет целенаправленной пропаганды и использования «информационно–мифологических» ресурсов туризма; оптимальное использование естественных преимуществ рекреационно–географического положения страны, ее отдельных провинций и центров за счет проведения эффективной транзитной политики, активизации приграничного туристского обмена с соседними странами; дальнейшее обеспечение безопасности иностранных посетителей за счет системы профилактических мероприятий и усиленного контроля органов внутренних дел над состоянием правопорядка в районах объектов туристского посещения; принятие правовых норм по упрощению визового, таможенного и пограничного режимов для иностранных туристов;

– разработка мероприятий по стимулированию использования ресурсосберегающих и экотехнологий на предприятиях туристской инфраструктуры – неограниченно долгое, неистощительное использование туристских ресурсов без потери их качества; обеспечение сохранения природного, социального и культурного разнообразия; тщательное планирование, комплексный подход, интеграция туризма в планы регионального развития; поддержка экономики страны, участие местного населения в развитии туризма и получение финансовых и прочих преимуществ от этой деятельности; реализация просветительской и образовательной функции туризма, повышение уровня культуры и сознательности в обществе, экологической ответственности и патриотизма; координация, кооперация и развитие сотрудничества между всеми участниками рынка туристских услуг; сокращение чрезмерных затрат природных и энергетических ресурсов.

В результате написания третьей главы данной работы можно сделать следующие выводы.

Поскольку туризм вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально–экономического развития и социальной стабильности, эта отрасль важна для развития малых форм бизнеса и микропредприятий, создания рабочих мест, а также способствует самозанятости населения, то необходимо определить направления совершенствования развития международных туристических услуг и развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Направлениями совершенствования развития международных туристических услуг должны стать – совершенствование стратегии развития туризма; совершенствование политики материально–технического и кадрового обеспечения; совершенствование маркетинговой деятельности или разработка туристских проектов; совершенствование обучения и профессиональной подготовки кадров; совершенствование организации статистической деятельности туристических услуг; повышение роли и функций

правительственных служб; упрощение туристского обмена и формальностей; повышение инновационной активности во всех сферах привлечения и обслуживания международных туристов и реализацию новейших мировых достижений и опыта, совершенствование всех компонентов инфраструктуры; повышение уровня экологизации; совершенствование специальной поддержки государства.

Направлениями совершенствования развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики должны стать – повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта на внутреннем и мировом рынках; совершенствование маркетинга туристических услуг; совершенствование государственной поддержки туризма и создание благоприятных условий для развития туристской индустрии; совершенствование развития туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды; совершенствование качества и безопасности туризма; повышение эффективности системы управления и статистического учета в сфере туризма; совершенствование механизма регуляции финансовых расчетов между участниками туристского рынка; совершенствование кадрового, научного и учебно–методического обеспечения в сфере туризма; разработка мероприятий по стимулированию использования ресурсосберегающих и экотехнологий на предприятиях туристской инфраструктуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате написания данной работы можно сделать следующие выводы.

Одной из перспективных отраслей экономики сегодня признают туризм во всех его формах и видах. Туризм – совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью. В истории развития туризма различают четыре этапа – первый этап – предыстория туризма; второй этап – элитарный туризм; третий этап – начало становления специализированного туризма; четвертый этап – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление по – числу участников путешествия; региону отдыха; рынку; способу организации; цели; возрасту; способам передвижения; основным используемым природным ресурсам; характеру территории; источникам финансирования; способу размещения туристов; дальности поездки; продолжительности путешествия; интенсивности туристских потоков. Являясь сложной социально–экономической системой, туризм подвергается влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в каждый момент времени может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия, поэтому их учет необходим для организации эффективной туристской деятельности. Значение туризма проявляется в следующих его перспективных и важных составляющих – политическое; воспитательное; культурное; общественное; биологическое; экономическое. В настоящее время, сущность туризма раскрывается и другими определениями и категориями, которые вошли как в научный оборот, так и в широкий обиход: тур; турист; туристский продукт; туристский потенциал; туристская индустрия; туристские ресурсы; туристская политика. Организационными формами туризма являются международный и внутренний туризм. Международный туризм – существенная составляющая инновационного развития любой страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль экономики, источник валютных поступлений и средство для обеспечения занятости. Международный туризм – реализация комплекса туристических услуг на территории страны, в которой их потребитель является иностранным гражданином, причем получение указанных услуг является основным целевым назначением пребывания потребителя в целевой стране, где

он не ведет к оплачиваемой деятельности. Международный туризм можно классифицировать следующим образом – выездной туризм; въездной туризм. Формы международного туризма находят отражение в разделении туристических внешнеторговых операций на импортные и экспортные. Для повышения эффективности туристской деятельности необходима целостная система управления, отвечающая современным и перспективным требованиям динамичного развития.

В современном мире туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Международный туристский рынок выступает в качестве мощного фактора социально–экономического развития страны, обеспечивая стимулирование притоков иностранных поступлений, повышение роста занятости населения, его благосостояния и расширение межличностных контактов. Для проведения изучения рынка международного туризма – его состояния, проблем и перспектив развития – необходим анализ туристских потоков, который является весьма неравномерным. Анализ динамики и тенденций развития международных туристических услуг был проведен по следующим направлениям – анализ динамики и тенденций развития международных туристских прибытий; анализ динамики и тенденций развития доходов, полученных от иностранных туристов. На формирование мирового туристического рынка оказывают влияние природно–климатические, психолого–эстетические, историко–культурные, политические и социально–экономические факторы. Тенденциями развития международных туристических услуг за период 2013–2017 гг. являются – доминирование рынка покупателя, туристические компании работают в условиях перманентной международной конкуренции, что приводит к понижению нормы прибыли; трансграничный характер рынка туристических услуг, рост числа крупных транснациональных корпораций, слияний и поглощений туристических предприятий; расширение сферы влияния и деятельности так называемых «крупных игроков» на рынке туристических услуг (диверсифицированных туроператоров, авиакомпаний, гостиничных сетей); снижение роли посредников, особенно турагентов, производители все чаще пытаются выходить непосредственно на потребителей; поиск турагентами новых способов ведения бизнеса под угрозой устранения с рынка (например, комплексное обслуживание крупных компаний, создание собственных пакетов, поиск рыночных ниш, агрессивный маркетинг и другое); в рынок туристических услуг входят компании, до этого с туризмом никак не связанные (торговые предприятия, осуществляющие реализацию продукции при посредничестве почты); возникновение совершенно новых компаний–туроператоров, являющихся результатом развития электронных систем

бронирования; либерализация воздушного транспорта, возрастание конкуренции между европейскими, азиатскими и американскими авиакомпаниями; появление стратегических альянсов и слияний; и другие. Развитие международного туризма является одним из приоритетных направлений социально–экономического развития Китайской Народной Республики. Анализ динамики и тенденций развития международной туристской индустрии в Китайской Народной Республике был проведен по следующим направлениям – анализ динамики и тенденций развития въездного туризма; анализ динамики и тенденций развития выездного туризма. Таким образом, в Китайской Народной Республике имеется ряд объективных конкурентообразующих факторов, и эффективное использование имеющегося потенциала позволит активно развивать международный туризм. Создание условий для развития сферы туризма Китайской Народной Республики в настоящее время требует активного проведения государственной политики, важнейшей составляющей которой является деятельность по совершенствованию регулирования указанной сферы.

Поскольку туризм вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально–экономического развития и социальной стабильности, эта отрасль важна для развития малых форм бизнеса и микропредприятий, создания рабочих мест, а также способствует самозанятости населения, то необходимо определить направления совершенствования развития международных туристических услуг и развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики.

Направлениями совершенствования развития международных туристических услуг должны стать – совершенствование стратегии развития туризма; совершенствование политики материально–технического и кадрового обеспечения; совершенствование маркетинговой деятельности или разработка туристских проектов; совершенствование обучения и профессиональной подготовки кадров; совершенствование организации статистической деятельности туристических услуг; повышение роли и функций правительственных служб; упрощение туристского обмена и формальностей; повышение инновационной активности во всех сферах привлечения и обслуживания международных туристов и реализацию новейших мировых достижений и опыта, совершенствование всех компонентов инфраструктуры; повышение уровня экологизации; совершенствование специальной поддержки государства.

Направлениями совершенствования развития международной туристской индустрии Китайской Народной Республики должны стать – повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта на внутреннем и мировом рынках; совершенствование маркетинга туристических услуг;

совершенствование государственной поддержки туризма и создание благоприятных условий для развития туристской индустрии; совершенствование развития туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды; совершенствование качества и безопасности туризма; повышение эффективности системы управления и статистического учета в сфере туризма; совершенствование механизма регуляции финансовых расчетов между участниками туристского рынка; совершенствование кадрового, научного и учебно–методического обеспечения в сфере туризма; разработка мероприятий по стимулированию использования ресурсосберегающих и экотехнологий на предприятиях туристской инфраструктуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Александрова, А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект пресс, 2014. – 463 с.
- 2 Аринович, И.С. Туристско–экскурсионный бизнес / И.С. Аринович. – Мн., БГПУ, 2016. – 346 с.
- 3 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – М.: Гардарики, 2016. – 242 с.
- 4 Балабанов И.Т. Экономика туризма / И.И. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Кнорус, 2016. –176 с.
- 5 Баумгартен, Л.В. Стандартизация и сертификация в туризме / Л.В. Баумгартен. – М.: Кнорус, 2012. – 352 с.
- 6 Бгатов, А.П. Туристские формальности / А. П. Бгатов, Т. В. Бойко, М. В. Зубрева. – М.: Академия, 2017. – 296 с.
- 7 Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Невский Фонд: Герда, 2013. – 576 с.
- 8 Бирюков, П.Н. Правовое регулирование туристской деятельности / П.Н. Бирюков. – М.: Юристъ, 2009. – 319 с.
- 9 Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П. Орловская. – СПб: Бизнес–пресса, 2014. – 320 с.
- 10 Богданов, Е.М. Экономика отрасли туризм / Е.М. Богданов, Е.М. Богомолова. – М.: Инфра–М, 2014. – 320 с.
- 11 Боголюбов, В. С. Экономика туризма / В.С. Боголюбов, В.Д. Орловская. – М.: Академия, 2013. – 192 с.
- 12 Борисов, К.Г. Международный туризм и право / К.Г. Борисов. – М.: Изд–во «НИМП», 2016. – 342 с.
- 13 Бутко, И.И. Туристический бизнес / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 432 с.
- 14 Вавилова, Е.В. Основы международного туризма / Е.В. Вавилова. – М.: Гардарики, 2015. – 157 с.
- 15 Вахмистров, В.П. Правовое обеспечение туризма / В.П. Вахмистров, С.И. Вахмистрова. – СПб.: Изд–во Михайлова В.А., 2015. – 288 с.
- 16 Веселова, Н.Ю. Организация туристской деятельности / Н.Ю. Веселова. – М.: Дашков и К, 2014. – 256 с.
- 17 Воронкова, Л.П. Туризм, гостеприимство, сервис / Л.П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 367 с.

- 18 Голова, О.Б. Менеджмент туризма / О.Б. Голова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 224 с.
- 19 Горбылева З.М. Экономика туризма / З.М. Горбылева. – Мн.: БГЭУ, 2016. – 354 с.
- 20 Грицкевич, В.П. История туризма в древности / В.П. Грицкевич. – СПб.: Невский фонд: Герда, 2015. – 326 с.
- 21 Гуляев, В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 304 с.
- 22 Дадалко, В.А. Мировая экономика / В.А. Дадалко. – Мн.: Ураджай, Интерпрессервис, 2015. – 592 с.
- 23 Долженко, Г.П. Экскурсионное дело / Г. П. Долженко. – М.: Аспект пресс, 2014. – 271 с.
- 24 Донских, С.В. Событийный туризм / С.В. Донских. – Мн.: РИПО, 2014. – 112 с.
- 25 Драчева, Е.Л. Экономика и организация туризма: международный туризм / Е.Л. Драчева. – М.: Кнорус, 2009. – 565 с.
- 26 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2012. – 496 с.
- 27 Дурович, А.П. Организация туризма / А.П. Дурович, Г.А. Бондаренко, Т.М. Сергеева. – Мн.: Новое знание, 2015. – 640 с.
- 28 Дурович, А.П. Продвижение туристского продукта на рынок / А.П. Дурович. – Мн.: БГЭУ, 2016. – 186 с.
- 29 Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика. 2014. – 453 с.
- 30 Енджейчик, И.А. Современный туристский бизнес / И.А. Енджейчик. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 144 с.
- 31 Жулевич, Е.В. Организация туризма / Е.В. Жулевич, А.С. Копанев. – Мн.: БГЭУ, 2009. – 153 с.
- 32 Игнатъева, И.Ф. Организация туристской деятельности / И.Ф. Игнатъева. – СПб.: Питер, 2015. – 462 с.
- 33 Изотова, М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме / М.А. Изотова. – М.: Асвета, 2016. – 224 с.
- 34 Ильина, Е.Н. Основы туристской деятельности / Е.Н. Ильина. – М.: Советский спорт, 2012. – 473 с.
- 35 Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма / Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое знание, 2015. – 396 с.
- 36 Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 670 с.
- 37 Квартальнов, В.А. Иностраный туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 227 с.

- 38 Копанев, А.С. Туроперейтинг / А.С. Копанев. – Мн.: БГЭУ, 2016. – 128с.
- 39 Корженевич, С. В. Организация дополнительного образования в туризме (краеведение, музееведение, спортивный туризм) / С.В. Корженевич. – Мн.: РИПО, 2014. – 195 с.
- 40 Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности / А. Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2016. – 288 с.
- 41 Кусков, А.С. Основы туризма / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КНОРУС, 2016. – 392 с.
- 42 Локотко, А.И. Историко–культурные регионы Беларуси / А.И. Локотко. – Мн.: ЕГУ, 2012. – 227 с.
- 43 Лукичева, Л.И. Менеджмент туризма: Экономика туризма / Л.И. Лукичева. – М: Финансы и статистика, 2014. – 434 с.
- 44 Маринин, М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 144 с.
- 45 Можяева, Н.П. Организация туристской индустрии и география туризма / Н.П. Можяева, Г.С. Рыбачек. – М.: Форум; Инфра–М, 2014. – 336 с.
- 46 Папирян, Г.А. Маркетинг в туризме / Г.А. Папирян. – М: Финансы и статистика, 2013. – 359 с
- 47 Пирожник, И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания / И.И. Пирожник. – Мн.: Университетское, 2004. – 215 с.
- 48 Потаева, Г.Р. Основы экскурсоведения / Г.Р. Потаева, Т.А. Федорцова. – Мн.: БГУ, 2016. – 158 с.
- 49 Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес / Е.П. Пузакова. – М.: Приор: Приоритет, 2011. – 235 с.
- 50 Сенин, В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 397 с.
- 51 Скобкин, С.С. Менеджмент в туризме / С.С. Скобкин. – М: КНОРУС, 2017. – 447 с.
- 52 Соколова, М.В. История туризма / М. В. Соколова. – М.: Академия, 2017. – 350 с.
- 53 Тарасенок, А.И. Маркетинг туристических дестинаций / А.И. Тарасенок. – Мн.: БГЭУ, 2011. – 199 с.
- 54 Чудновский, А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник / А.Д. Чудновский. – М: Кнорус, 2017. – 320 с.
- 55 Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 455 с.
- 56 Шимова, О.С. Основы устойчивого туризма / О.С. Шимова. – Мн.: БГЭУ, 2016. – 209 с.

57 Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова. – М.: Юнити, 2013. – 373 с.

58 Система КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: – Дата доступа: 20.02.2019.

59 Всемирная туристская организация при ООН (ЮНВТО) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/> – Дата доступа: 20.02.2019.

60 Национальное статистическое бюро Китайской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/english/> – Дата доступа: 20.02.2019.