

робочих нарадах конференціях, круглих столах презентаціях тренінгах з метою оцінки кон'юнктури ринку залучення інноваційних технологій та інвестицій підвищення кваліфікації персоналу тощо

Аналіз результатів участі турфірми в роботі виставки (реєстрація та оцінка нових контактів та контрактів, комунікація з новими клієнтами і потенційними партнерами, порівняльні оцінки конкурентоспроможності власного турпродукту, підготовка звіту та аналітичної записки за підсумками роботи тощо)

Література: 1 Александрова Н, Сорокина Е, Филоненко И *Выставочный менеджмент технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций Учебное пособие РНВШУ АНХ для программ профессиональной переподготовки и МВА – Ростов н/Дону Изд-во «Экспертное бюро-Т» – 2-е изд, 2003 – 212 с, 2 Анализ результатов участия туристского предприятия в выставочно-ярмарочных мероприятиях // Дурович А П Маркетинговые исследования в туризме Уч пособие – СПб Питер, 2008 – 384 с [С 375-379], 3 Выставки и ярмарки // Дурович А П Маркетинг в туризме Уч пособие – Минск Новое знание, 2001 – 496 с [С 437-464], 4 Выставочная деятельность предприятий социально-культурной сферы и туризма // Морозова Н С, Морозов М А Реклама в социально-культурном сервисе и туризме Учебник для студ высш учеб заведений – М ИЦ «Академия», 2003 – 336 с [С 144-180], 5 Критсотакис Я Г Торговые выставки и ярмарки Техника участия и коммуникации – М Ось-89, 1997 – 224 с, 6 Петелин В Г Менеджер предприятия по рекламе и выставкам – М Ось-98, 2001 – 208 с, 7 Петелин В Г Основы менеджмента выставочной деятельности – М Юнити, 2005 – 447 с, 8 Смирнов І Г Виставковий маркетинг у туризмі український та міжнародний досвід // www.rusnauka.com /3_SDN_2010/ Economics /58311 doc.html, 9 Стровский Л Е и др Основы выставочно-ярмарочной деятельности – М ЮНИТИ-ДАНА, 2005 – 288 с*

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ

Богомазова И. В.

ГОУ ВПО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»
ассистент кафедры туризма и социально-культурного сервиса
г Белгород Россия

Развитие международного туризма являясь мощным фактором
социально-экономического развития страны и выступая в качестве

динамично розвиваючихся сфер в міжнародній торгівлі послугами, пов'язано з постійним збільшенням туристських потоків, що стимулює приток іноземної валюти, активізує платіжний баланс приймаючого регіону забезпечує зайнятість населення і розширення міжличностних контактів

Обладей високим мультиплікативним ефектом, туристська індустрія надає значительне вплив на сопряженні сектори економіки транспорт, зв'язь, сільське господарство, торгівля На розвиток міжнародного туризму надають вплив економічні і соціальні фактори, до яких можна віднести зростання доходів громадян, спрощення паспортно-візових формальностей і послаблення обмежень на вивіз валюти, розширення обсягу ділових поїздок і поїздок з пізнавальними цілями, вдосконалення транспортного обслуговування і підвищення рівня надаваних послуг, зростання тривалості відпусток і можливість ділення її на дві частини, розвиток міждержавних зв'язей і культурних обмінів і т.п.

До настання світового фінансово-економічного кризи туризм займав за оборотом послуг і валютними надходженнями відповідно перше і друге місце, являючись однією з найбільш високодоходних і динамічно розвиваючихся сфер За даними Всесвітньої ради з туризму і подорожами, в 2007 році частка туризму в світовому ВВП становила 3,6%, з урахуванням мультиплікативного ефекту (сопутуючих галузей) – 10,4% в Австрії 8,6% і 15% доходи, в Іспанії 6,8% і 18,2%, во Франції – 4,1% і 10,9%, в Великобританії 3,4% і 9,1%, в Канаді – 3,4% і 11%

Регулювання міжнародної туристської індустрії здійснюється туристськими організаціями, представляючими державні інтереси і содействующі розвитку світового туризму Їх сфера діяльності пов'язана з створенням міжнародних правових регламентів вивченням проблем туризму, розробкою рекомендацій по сталому розвитку туризму

Міжнародний туризм впливає на рішення більшості соціально-економічних проблем збереження пам'яток культурно-історичної спадщини, підвищення благополуччя населення збереження і захист природних об'єктів і т.п., розвиток нових туристських напрямків виступає як диверсифікація структури економіки для більшості розвиваючихся країн (Куба Ямайка)

Тем не менше міжнародний ринок туристсько-рекреаційних послуг і статистика туристських потоків дуже нерівномірна на стані яких впливає рівень соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів UNWTO виділяє в світі шість туристських макрорегіонів – Європейський, Американський Азіатсько-Тихоокеанський Африканський, Південно-Азіатський, Близько-Східний

Оценка туристских потоков, характеризует наибольшее развитие туристского рынка в западноевропейских странах, доля которого в структуре мирового рынка туризма составляет выше 70% и около 60% валютных поступлений, примерно 20% приходится на Америку менее 10% - на Азию, Африку и Австралию. Для 2009 года, как для 2008 года характерны отрицательные международные показатели туристских прибытий фактически во все регионы, за исключением Африканского. В соответствии с исследованием Всемирной туристской организации (UNWTO) «Туризм – панорама 2020» прогнозируется в 2010 году количество туристских прибытий более 1 млрд человек, а в 2020 – 1,56 млрд человек.

Оценка состояния и тенденций развития туристской индустрии на международном уровне свидетельствует, что наиболее перспективными направлениями являются культурно-познавательный туризм, активные и специализированные виды туризма, деловой туризм.

Особое значение в развитии мировой туристской индустрии отводится формированию предпочтений туристов в направлении сельского туризма. Данная тенденция связана с усилением мер по охране окружающей среды и решению вопросов «устойчивого» развития туризма. Повышенное внимание к проблемам экологии обеспечивает необходимость появления новых индивидуальных и массовых туристских продуктов.

Для мировой туристской индустрии характерно создание и развитие туристско-рекреационных кластеров (на побережьях, для горнолыжного туризма), свойственных для развитых стран, представляющие интегрированные группы предприятий, организаций и учреждений, функционирующих в туризме. Созданию межстрановых туристских кластеров способствует территориальная близость, отсутствие административных барьеров и упрощение паспортно-визовых формальностей, международное сотрудничество в сфере экономической и финансовой политики, общая транспортная инфраструктура а также единство культурного и исторического развития.

Рост международного рынка туристско-рекреационных услуг оказывает влияние на укрупнение, углубление бизнеса, характеризуется процессами концентрации производства, использованием новых технологий. Формирование сетей представляет собой форму транснационального капитала, обеспечивая единые стандарты обслуживания, узнаваемость туристского продукта независимо от места его потребления. Для создания глобальных гостиничных цепей («Holiday Inn», «Hilton Hotels», «Marriott») корпоративные группы сливаются, заключают стратегические альянсы, подписывают франшизные контракты и контракты на управление.

Велико значение туризма для рынка рабочей силы. Так как, индустрия туризма является крупнейшей по числу занятых рабочих мест в большинстве стран, обеспечивая работой свыше 100 млн человек.

Научно-техническое развитие обеспечило совершенствование автоматизированных средств бронирования, что в свою очередь позволяет делать поездки более краткими с разнообразными маршрутами и менее дорогостоящими. Политика ЕС «открытое небо» направлена на корректировку возможностей с целью предоставления европейским пассажирам существенно сниженных цен и большего выбора надежных авиакомпаний.

Таким образом, оценка состояния и перспектив развития позволила выявить основные тенденции, характерные для международного рынка туристско-рекреационных услуг, среди которых диверсификация туристского продукта, разработка новых туристских направлений, деление отпуска на две части, регионализм, характеризующий производство туристских услуг с наименьшими затратами в месте их потребления; развитие авиационных перевозок доступного уровня для широкого круга потребителей, снижение доли туристских путешествий на длительные расстояния, рост потребления услуг отдыха туристами «третьего» возраста в экономически развитых странах, усиление мер по защите окружающей среды, обеспечивает предпосылки для создания новых туристских продуктов и развития новых видов туризма (экологический туризм, сельский туризм), проникновение в туристический бизнес транспортных, торговых, банковских, промышленных, страховых компаний, выступающих в качестве туроператора, развитие массового и индивидуального видов туризма, процесс глобализации, который сопровождается созданием и развитием крупных транснациональных компаний, способствующих единству стандартов туристского обслуживания международного туризма, реклама туристских возможностей, направленная на увеличение внутренних и иностранных туристских потоков, с целью обеспечения роста поступлений в экономику страны.

Литература: 1 Александрова, А. Ю. *Международный туризм [Текст] учеб пособие для вузов / А. Ю. Александрова – М. Аспект Пресс, 2006 – 464 с.*, 2 Созиева, З. И. *Формирование и развитие туристско-рекреационных кластеров региона (зарубежный опыт) [Текст] / З. И. Созиева // Региональная экономика: теория и практика – 2009 - № 25 (118) – С. 65 – 70.*, 3 *Современное состояние и тенденции развития туризма в мире [Текст] // Туризм: право и экономика – 2008 - № 2 (25) – С. 15 – 19.*