Курсовая работа на тему:

Статистический анализ детерминант въездного туризма в России.

Содержание

Введение

ГЛАВА 1. Современное состояние въездного туризма в России

* 1. Туристские зоны федерального значения

1.2 Государственная политика развития въездного туризма

ГЛАВА 2. Детерминанты спроса на въездной туризм

2.1. Эконометрическая модель спроса на въездной туризм

2.2. Эмпирические результаты

Заключение

Литература

Введение

Туризм – одна из важнейших частей современного сектора услуг, которая играет важную роль в глобальной экономике. По данным Всемирной туристской организации (далее ЮНВТО), в 2014 году произошло увеличение общего туризма: количество международных туристов по сравнению с 2013 годом увеличилось на 1,135 млрд людей, объем рынка же достиг 1, 245 млрд, долларов США по всему миру.

 В Российской Федерации вклад туризма и гостеприимства в экономике остается значительно ниже средних значений мира в течении достаточно длительного периода времени. Обеспечение качества и доступности туризма является одной из целей социально-экономического развития в соответствии с «Концепцией долгосрочных социально-экономических развитий Российской Федерации на период до 2020 года» [1]

 В том же документе , основы современной индустрии туризма и отдыха, повышение его конкурентоспособности на международном рынке отмечен как один из главных приоритетов социальной и экономической политики.

 Туристический бизнес в России имеет большой потенциал для развития. Такие формы туризма, как экотуризм, спортивный туризм, эвент-туризм, этнический, а так же некоторые виды экстремального туризма являются многообещающими. Однако присутствуют и недостатки, такие как слаборазвитый туризм и инфраструктура отдыха, транспорт и логистика, уровень обслуживания.

 Низкие по всему миру стандарты препятствуют осуществлению потенциально успешных и выгодных направлений, уменьшают привлекательность внутреннего туризма для иностранных и российских туристов.

 Реализация мегапроектов, которые включают в себя зимние Олимпийские игры в Сочи в 2014 году, Чемпионат мира по футболу 2018 года и ряд других событий, которые могли бы являться одними из механизмов развития туризма и гостеприимства в Российской Федерации. Среди причин, которые негативно повлияли на российский туристический рынок, следует отметить следующие:

1. Ухудшение экономической ситуации и снижение уровня доходов значительной части граждан Российской Федерации.
2. Изменение внутренних правил, определяющих способность выезжать заграницу определенную категорию граждан РФ.
3. Изменения в международной обстановке и увеличение рисков для туристического бизнеса.

Поэтому важно развивать и совершенствовать процедуры исследования рынка туристических услуг в нестабильной экономической ситуации и анализировать факторы, влияющие на исходящие туристские потоки и взаимодействие исходящего и внутреннего туризма.

Цель курсовой работы – выявление методов, связанных с созданием благоприятных условий для популяризации въездного туризма в России.

Для получения результатов по цели курсовой работы были поставлены следующие задачи:

1. Изучить и проанализировать литературу по проблеме работы.
2. Определить трудности, по которым въездной туризм не популярен в России.
3. Провести анализ детерминант спроса на въездной туризм.
4. Выделить методы по популяризации въездного туризма на территории РФ.

Для достижение поставленных задача в работе использовались следующие методы исследования: анализ научной и методической литературы, наблюдение, беседа, тестирование, Опрос.

ГЛАВА 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ.

* 1. Туристские зоны федерального значения.

В каждой стране мира есть свои уникальные туристические ресурсы. В экономическом плане они составляют для страны основу туристической ренты, что делает ту или иную страну более или менее привлекательной для туристов.

Туристическая зона – это определенная территория, которая не имеет четких границ, но обладает общими туристическими ресурсами способными вызывать устойчивый интерес для различных категорий туристов. Например, туристические зоны на побережье Средиземного моря могут быть Французской и Итальянской ривьерой, может быть турецкая Анталия.

В России существует большое количество разнообразных ресурсов: климатические, этнографические, антропогенные и т.д. Эти ресурсы способны удовлетворить вкусы и интересы даже самых требовательных туристов.

В соответствии с методикой, принятой Государственным комитетом по статистике Российской Федерации, имеется 13 туристических зон федерального значения [рис 1]



Рис. 1. Картограмма зон федерального значения в России. (Российский союз туриндустрии)

1. Западная туристская зона федерального значения.

Данная зона представлена Калининградской областью. Калининградская область – самая западная часть России, один из самых красивых и необычных регионов страны. Уже в начале XX века курорты этого региона были очень популярны среди европейской аристократии. В настоящее время Калининградская область славится своими хорошо развитыми культурным, оздоровительным и экологическим туризмом.

Крупнейшими туристическими центрами региона являются город Калининград и Куршская коса. Природа наделила эту землю живописными ландшафтами и уникальными источниками оздоровительного туризма. Основными курортами региона являются города Светлогорск и Зеленоградск, которые были популярны среди российский и европейских туристов около двухсот лет назад. Особенность курортов Калининградской области заключается в ее целебных минеральных источниках и янтарной терапии.

1. Северо-западная туристская зона федерального значения.

Данная зона представлена Ленинградской областью, а в частности городом Санкт-Петербургом.

Отдых, туризм и спорт в Ленинградской области являются самыми развитыми в России. Регион посещают более двух миллионов туристов в год. Рекреационный спрос связан с культурными и историческими памятниками Санкт-Петербурга и ближайшего пригорода.

Культурный потенциал Ленинградской области является частью ее богатой истории. В настоящее время в регионе насчитывается около 4700 объектов культурного наследия – памятники истории, архитектуры, культуры и археологии. Особое значение для истории и культуры имеют монастыри, основанные и построенные в период с 13 по 19 века, ряд из которых функционирует по сей день: Старая Ладога, Большое Успение в Тихвине, Троица и многие другие.

Незабываемое впечатление на туристов производят форты Старой Ладоги, Ивангорода, Копорье, Выборг, Орешек, Корела, Ямгород, а так же многие памятники деревянного зодчества.

Близость региона к Санкт-Петербургу, столице Российской империи на протяжении двухсот лет, привела к созданию великолепных княжеских резиденций, которые имеют неоспоримую архитектурную и историческую ценность.

Со второй половины XIX – начала XX веков пригород Санкт-Петербурга был излюбленными местом для отдыха выдающихся людей науки, культуры и искусства. Петербургская губерния была идеальным местом для объединения творческого одиночества и живого культурного диалога.

Самым ценным природным ресурсом Ленинградской области является система рек и озер, которая охватывает практически весь регион и связывает его как с другими регионами, так и с соседними странами.

1. Центральная туристская зона федерального значения.

Москва и Московская область обладает огромным потенциалом для развития туристической и рекреационной сферы. Благоприятные климатические условия, хорошая экология, местные ландшафты, считающиеся «типично русскими», множество всемирно известных туристических достопримечательностей, развитый медицинский и оздоровительный сектор – все это привлекает туристов со всего мира.

В последние годы в Московской области были построены комфортабельные туристические, спортивные и развлекательные центры с условиями, необходимыми для семейного отдыха. Сочетание уникального рекреационного и туристического потенциала с развитой туристической инфраструктурой делает территорию Московского региона очень привлекательной как для российских, так и для иностранных туристов.

Московская область создает все условия для развития основных видов туризма и отдыха для культурного и образовательного туризма. Отдых и оздоровление в Московском регионе также остаются востребованными.

Основные туристические центры Московской области в основном состоят из древних городов региона.

1. Южно-русская туристская зона федерального значения.

Зона представлена Курскими, Брянскими и другими областями.

Брянск является центром театрального искусства. Истоки постоянного профессионального публичного театра в России лежат еще в начале 18-го века. Сегодня в регионе насчитывается три театра.

Брянские земли были отмечены за выдающуюся отечественную архитектуру, вышивку, резьбу по дереву и изделия по стеклу. Здесь были найдены всемирно известные русские эпические песни (былины).

Город Брянск славится своим региональным драматическим театром им. А.К. Толстого. Ряд музыкальных учебных заведений и учреждений культуры в Брянской области предоставляет отличные возможности для развития молодых талантов.

1. Поволжская туристская зона федерального значения.

Представлена Казанью, Костромой, Нижним Новгородом и др.

В Казани исторические места, такие как древний город Болгар и остров-город Свияжск, пользуются популярностью у гостей республики. С каждым годом число иностранных туристов в Казани растет. «В связи с этим мы должны заботиться о соответствии международных стандартов на всех объектах туристической индустрии. Впечатление от нашего региона зависит от уровня гостеприимства, который гости получают в нашей республике. Работа в этом направлении должна быть организована постоянно» - сказал глава правительства Татарстана Песошин.

Развитие внутреннего туризма является одной из стратегических инициатив президента России Владимира Путина. В России в 2011-2018 гг. реализуется федеральная целевая программа развития внутреннего и въездного туризма.

1. Уральская туристская зона федерального значения.

Зона представлена такими городами как Екатеринбург, Пермь, Челябинск и др.

Екатеринбург – город театров, музеев и многих талантливых людей. Город славится богатой культурной жизнью, что естественно, поскольку история культурной жизни Екатеринбурга восходит к первым годам своего существования.

Процветают такие виды искусства, как скульптура из чугуна, графика и каменная резка. Сотни архитектурных памятников свидетельствую о сложной истории Екатеринбурга. Многие из этих памятников считаются шедеврами мировой архитектуры и градостроительства.

В Екатеринбурге насчитывается более 30 музеев, среди которых: несколько музеев уральских минералов и ювелирных изделий, некоторые художественные галереи, одна из крупнейших коллекций литейных форм Касли (традиционный вид чугунной скульптуры на Урале), знаменитая Шигирская кладовая - Коллекция Шигира, в том числе старейшая деревянная скульптура в мире - сигирский кумир, найденный около Невянска и, по оценкам, был сделан около 9 000 лет назад).

1. Черноморская туристская зона федерального значения.

Самым знаменитым городом данной туристской зоны является город Сочи.

Сочи стал всемирно известным городом в 2007 году, когда городу разрешили провести зимние Олимпийские игры в 2014 году, а так же провести паралимпийские игры. Сейчас же, Сочи готов принимать туристов не только летом, а теперь еще и зимой. В Сочи предлагаются различные экскурсии и возможности для зимнего и летнего отдыха.

В Сочи можно смешивать приключенческие события и спортивные мероприятия с расслабляющим отдыхом и экскурсиями по историческим и культурным достопримечательностям. Помимо экологических путешествий и созерцания таких красот, как 33 водопада и песчаные пляжи региона, в Сочи можно посетить различные исторические памятники с советских времен (Старый железнодорожный вокзал, являющийся всемирно известной частью наследия ЮНЕСКО, старинный летний музей Сталина и т. Д. .), а также изучить местную флору и фауну в дендрариях и аквапарках.

1. Кавказская туристская зона федерального значения.

Зона состоит из таких городов: Железноводск, Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки.

Кавказ - одно из самых любимых мест для российских путешественников. На Кавказе можно найти такое сочетание как прекрасная погода, пейзажи, которые захватывают дух, уникальная флора, древние памятники и минеральные ресурсы.

Кавказские Минеральные Воды расположены в середине 700-километрового перешейка между Черным и Каспийским морями на северных склонах Главного Кавказского хребта, только в 90 км от самой высокой горы в Европе - Эльбрус, двуглавая вершина которой хорошо видна почти на всей территории региона. Занимая территорию, площадь которой составляет 6 000 кв. Км, регион отмечен большими контрастами естественных условий.

В окрестностях Кавказских Минеральных Вод есть много замечательных мест, которые привлекают красотой природы и интересными туристическими маршрутами. Люди тянутся к этим местам из-за близости горных вершин, красивых межгорных долин с утонченной зеленью, свежих альпийских лугов, шумных голубых водопадов, стремительных ясных рек, обилие минеральных источников, чистое, всегда прохладный воздух, насыщенный фитонцидами с терпким запах канифоли и игл.

1. Алтайская туристская зона федерального значения.

Сибирский федеральный округ занимает 30% территории своей страны. Имея более дюжины городов, Сибирь может похвастаться самым глубоким озером в мире - озером Байкал. Сибирь - идеальное место для путешественников, которые хотят встретить нетронутую красоту природы, могучие горы и неисследованные загадки.

Известная своей чрезвычайно суровой зимой, Сибирь может многое предложить. Такие города, как Новосибирск, Томск, Иркутск, Улан-Удэ, Омск и Красноярск, гордятся своими красотами. Новосибирск - не только столица Сибири, но и самый пульсирующий город с процветающими культурными сценами. Томск - это архитектурный рай, абсолютно единственный в своем роде, предлагающий бесконечные эмоции и воспоминания. Иркутск - это не только ворота в озеро Байкал, но и великолепный образец контрастов нового и старого. Улан-Удэ - спокойный буддийский город.

1. Енисейская туристская зона федерального значения.

Зона представлена рекой Енисей и близлежащими к ней городами. Енисей­ская туристская зона, расположенная в Сибири, в бассейне р.Енисей, освоена слабо, хотя является второй по площади– 2572,1тыс.км2– туристской зо­ной РФ. Туристская специализация– спортивно-оздоровительно-позна­вательная. Привлекательна прежде всего широким спектром природных ландшафтов– равнинных и горных (таёжных, степных, полупустынных), многочисленных рек, главная из ни– Ени­сей, по которой организованы кру­изы от Красноярска до Дудинки. Популярны сплавы (на надувных плотах по рекам Мана, Сисим, рафтинг по р.Большой Кемчуг), пешеходные, горные, лыжные и конные маршруты в Саянах. Вблизи г.Красноярск находится все­мирно известный природный заповедник Столбы с причудливой формой ос­танцовых скал. Иностранных туристов привлекают охотничьи и рыболовные туры.

1. Байкальская туристская зона федерального значения.

Как уже ясно из названия, одной из главных достопримечательностей является озеро Байкал.

Рекреационные ресурсы района Байкала и его берегов делятся на несколько типов.

1. Многофункциональный, где сочетаются лечение, спорт, знание местных достопримечательностей. К таким местам озера в первую очередь можно отнести кемпинги санаторно-курортного лечения, отдыха и туризма в регионах Листвянки в Иркутской области, Посольской саладе и Горячинске в Бурятии.

2. Круглогодичные рекреационные, где в любое время года организуются некоторые спа-процедуры, организуются походы на маршрутах средней сложности. Дома отдыха и базы отдыха полного типа в настоящее время распространены в районе Байкальска и Северобайкальска, Энхелука и на мысе Хакусы.

3. Спортивные и фитнес-клубы, где проводятся туристические экскурсии, но в основном только летом. Такие рекреационные комплексы сейчас многочисленны.

4. Охраняемые территории (заповедники), где организация отдыха и туризма ограничена установленными правилами и которые можно посещать только с разрешения. К таким рекреациям в значительной степени относятся Баргузинский, Байкальский и Байкало-Ленский заповедники, Прибайкальский и Забайкальский национальные парки, некоторые заповедники и т. Д.

Каждый из этих рекреационных ресурсов может влиять на здоровье и благополучие человека как индивидуально, так и в сочетании различными способами.

1. Дальневосточная туристская зона федерального значения.

Зона представлена следующими городами: Владивосток, Хабаровск, Усурийск (самые популярные для туризма города).

Владивосток - один из самых живописных и привлекательных городов России. Идея его как пустынного, покрытого ледяным военным форпостом в конце света, давно ушла в небытие. Сегодня это современный город, привлекающий внимание путешественников со всего мира своей уникальной природой, прекрасными пейзажами, свободными военно-историческими памятниками и уникальным оттенком морского романса.

Владивосток - особый город. Основанный на стыке суши и моря, Европы и Азии, он поразительно отличается от большинства городов России. Прежде всего, он отличается уникальным географическим расположением и особым рельефом.

Самая популярная туристская зона — Центральная, в которой расположена Москва и города «Золотого кольца». Из общего числа туристов, посетивших этот регион в 2009 году, около 28% были иностранными гражданами. В Северо-Западной зоне, включающей Санкт-Петербург, доля иностранных туристов в том же 2009 году составила 36%. Визиты иностранцев в Поволжский регион, третий в рейтинге предпочтений, составили лишь 11% всех визитов. Уральский и Алтайский являются четвертым и пятым регионами по рейтингу предпочтений и принимают у себя в основном иностранцев, хотя и в меньшем количестве. Поездки иностранных гостей в эти регионы составляют 69% и 67% от общего числа всех визитов соответственно.

* 1. Государственная политика развития въездного туризма

Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой. Документы международных конференций по туризму указывают, что «Туризм должен планироваться государственными властями, а также местной администрацией и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе» [2]. Сегодня невозможно обойтись без единого национального механизма, обеспечивающего координацию туристской политики на общегосударственном региональном уровнях.

Всемирная туристская организация (ВТО) играет активную роль в решении вопросов внутренней и международной политики, связанных с индустрией туризма в Росии. Управление содействует разработке политики, которая стимулирует рост поездок и туризма в Российскую Федерацию.

Всемирная туристская организация (ВТО):

* Способствует росту экспорта поездок в Россию через двусторонние соглашения со странами, имеющими стратегическое значение.
* Представляет интересы России в сфере туризма в межправительственных организациях.
* Служит Секретариатом межведомственного совета по туристской политике, гарантируя, что интересы страны в области туризма рассматриваются в процессе принятия решений в федеральных округах.

В 2014 году Россия зарегистрировала около 324 миллионов международных прибытий. Это на 5% больше международных посетителей, чем в 2013 году от общего количества людей, посещающих Россию для отдыха.

Визиты страны для деловых целей увеличились на 8%. В то же время наблюдается значительное снижение выездного туризма из России.

В туризме непосредственно занято около 5090 человек, работающих в гостиницах, туристических агентствах и в услугах бронирования.

По оценкам, прямо или косвенно поддерживают 39 миллионов рабочих мест общей занятости, при этом экспорт туризма оценивается в 7354 млрд 35% от общего объема экспорта и инвестиции составят 369 млрд руб, что является 27% от общего объема инвестиций [4](ВТО)

Федеральная служба государственной статистики (Росстат) и Федеральное агентство по туризму (ростуризм) работает в направлении производства вспомогательного счета туризма для России. Мероприятия, отнесенные к категории туризма, были утверждены Министерством культуры в 2014 году и будут использованы в пилотных расчетах по вкладу туризма в экономику.

Ответственность за туризм несет Министерство культуры, которое занимается законами и правилами общей политики. Оперативная деятельность находится в ведении Федерального Агентства по туризму (ростуризм).

Ростуризм выполняет ряд функций, включая глобальное и внутреннее маркетинговое образование и учебные данные, анализ, сопровождение бизнеса и различных управленческих и надзорных мероприятий.

Региональный подход к туризму имеет решающее значение в Российской Федерации из-за ее огромных размеров, а также обильных природных, социальных и экономических ресурсов на ее территории.

Наибольшие областные администрации имеют местные Министерства, ведомства, комитеты и ведомства с обязанностями по делам туризма. Федеральные органы - Министерства и Федеральное агентство по туризму-координирует и сотрудничает с региональным агентством по туризму

Основная проблема туризма в России-улучшение качества и конкурентоспособности туристского продукта на внутреннем и мировом рынках.

Решение этой проблемы может быть найдено при помощи федеральной программы " Развитие Внутреннего и въездного Туризма в Российской Федерации 2011-18, который определяет три ключевые задачи: развитие туристско-рекреационных продуктов, совершенствование качества услуг и продвижение туристических продуктов на международном и внутреннем рынках

Более конкретные цели и действия содержатся в государственной программе «Российская Федерация развитие культуры и туризма 2013-200», общая цель этой программы заключается в реализации потенциала Российской культуры как духовно-нравственная основа личности и общества,

Приоритетные направления деятельности Федерального агентства по туризму:

А) Установление приоритетных направлений развития туризма, в том числе: Крым, Сочи, Северный Кавказ, Арктика, озеро Байкал, Алтайский край, Поволжье и Дальний Восток,

Б) Совершенствование профессиональной подготовки, включая повышение качества преподавания и обучения

В) Совершенствование формулировки туристических предложений в соответствии с интересами потребителей, и совершенствование коммуникационных технологий

Г) Улучшение идентификации целевых рынков.

Д) Решение проблемы ценовой конкурентоспособности, требующей межведомственного сотрудничества.

Е) Создание комплексной системы обеспечения безопасности туристов.

Новая маркетинговая стратегия туризма для Российской Федерации включает в себя открытие Национальных туристических офисов (НТО) за рубежом и флагманской туристической информация, офисы которых находятся в транспортных узлах, в частности это аэропорты Москвы, Санкт-Петербурга и Сочи.

Государственная программа направлена ​​на повышение стратегической роли культуры как моральной и духовной основы личностного развития и социальной сплоченности, а также развитие туризма с целью внедрения россиян в культурное и экологическое наследие мира.

Достижение вышеупомянутых целей будет включать достижение трех целей:

- сохранение культурного и исторического наследия и обеспечение доступности предметов культурной ценности и возможность участия людей в культурной жизни, открывая тем самым творчество народа;

- повышение качества и доступности услуг в сфере внутреннего и международного туризма;

- создание благоприятных условий для устойчивого развития культуры и туризма.

Ожидается, что в соответствии со Стратегией инновационного развития Российской Федерации до 2020 года такие инициативы, как обновление Политехнического музея в Москве, строительство центров культурного развития в небольших городах и создание сайтов для музеев и библиотек, будут способствовать научно-исследовательской и инновационной деятельности и представить школьникам последние исследования и технологические разработки в рамках подпрограммы «Наследие».

Государственная программа охватывает развитие культуры и туризма в России до 2020 года и делится на три этапа:

- первый этап: 2013-2014 годы;

- второй этап: 2015-2018 годы;

- третий этап: 2019-2020 годы.

Ожидается, что реализация государственной программы даст следующие результаты:

- укрепление единого культурного пространства России и духовного единства русского многонационального населения;

- акцент на ключевой роли общественной культурной политики играет в воспитании широкого мышления, общественного сознания, определении поведенческих норм и объединении нации через гражданский патриотизм и межэтническое согласие;

- переход отрасли на инновационный путь развития, превращение культуры и туризма в наиболее развитую и привлекательную социальную деятельность, в том числе путем активного внедрения ИТ-решений;

- улучшение государственного управления и упорядочение расходов в результате создания механизмов противодействия связанные с угрозами национальной безопасности путем совместной работы с профессиональными профсоюзами и организациями гражданского общества;

- обеспечение равного доступа к культурному наследию и художественному образованию для граждан Российской Федерации независимо от их уровня дохода, места жительства и социального положения;

- разработка и реализация ряда инициатив по содействию культурному развитию в небольших городах и деревнях, создание соответствующей культурной среды для удовлетворения растущих индивидуальных и социальных потребностей, повышения качества, разнообразия и эффективности культурных услуг и туризма;

- улучшение связанных с культурой услуг и развлекательных возможностей, укрепление материально-технической базы отрасли, развитие низового творчества;

- предоставление каждому гражданину доступа к национальным и международным объектам культурного наследия путем создания публичных онлайновых библиотек и предоставления ресурсов музеев и театра в Интернете;

- существенное увеличение социальных пособий для работников культуры, а также финансовая поддержка художественных групп и социально значимых проектов;

- увеличение взгляда на Россию как страну с большой культурой и яркой и гостеприимной индустрией туризма.

Эффективность государственной программы будет оцениваться на основе следующих показателей:

- количество посещений учреждений культуры по сравнению с 2010 годом;

- доля объектов культурного наследия в удовлетворительном состоянии по сравнению с общим количеством объектов федерального, регионального и муниципального культурного наследия;

- увеличение числа культурных и образовательных инициатив, проводимых учреждениями культуры в учебных заведениях по сравнению с 2012 годом;

- увеличение числа лауреатов международных конкурсов и фестивалей, связанных с культурой, по сравнению с 2012 годом;

- увеличение числа людей, размещенных в гостиницах и гостевых домах, по сравнению с 2012 годом.

В соответствии с директивой Министерству культуры в сотрудничестве с Федеральной службой государственной статистики, Министерством экономического развития и заинтересованными федеральными органами исполнительной власти было поручено создать систему мониторинга показателей (показателей) по государственной программе что потребует сбора официальных статистических данных и внесения поправок в Федеральный план статистики.

Перспективы развития туризма во многом зависят от политической стабильности в мире. Туризм может развиваться только в мирной обстановке. Целью политики развития туризма на ближайшие годы является создание современного конкурентоспособного туристического комплекса, который удовлетворяет потребности как российских, так и иностранных граждан в туристических услугах, а также создает условия для устойчивого развития туризма в России.

ГЛАВА 2. ДЕТЕРМИНАНТЫ СПРОСА НА ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ.

2.1. Эконометрическая модель спроса на въездной туризм

Современный мировой туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности многих государств и регионов мира. Путешествие уже не просто удовольствие или роскошь, но стала неотъемлемой частью современной жизни, связанной с удовлетворением духовных, интеллектуальных и эстетических потребностей, восстановление и развитие физической прочности, поддержание требуемого уровня активности.

Туризм играет важную роль в решении социальных вопросов, стимулирует создание дополнительных рабочих мест, обеспечение занятости и улучшение качества жизни населения, особенно важно это во время экономического кризиса.

Туризм, прямо или косвенно, имеет более 30 отраслей. Для его успешного развития требуется качественная инфраструктура, включая дороги, мосты, гостиницы, питание. Все это дает возможность решать сложные региональные проблемы, создавать множество рабочих мест и преодолевать неоднородности экономического пространства.

Развитие туризма является одной из приоритетных программ

правительства Республики Казахстан, поскольку туризм

и путешествие является ведущим экспортером: гости напрямую участвующих в процессе ввоза иностранной валюты в экономику страны. Тем не менее, туристический спрос подвержен резким сезонным колебаниям, в зависимости от

географического региона, изменений на рынке, политических, социальных, экономических, демографических, психологических и других факторов.

В этой связи важно определить основные детерминанты международного туристского потока, которые значительно определяют спрос на въездной туризм.

В большинстве исследований, связанных с туризмом, основное внимание уделяется изучению влияния факторов дохода и цены на спрос, который ведет к некоторым неожиданным результатам в значениях эластичности или к неточным прогнозам. Чтобы улучшить эти результаты, разрабатывается динамическая модель, которая оценивается по панельным данным.

Изменение притока туризма обусловлено многими факторами - от экономических и политически, социальных, природных и технологических. Ряд исследований которые были проведены по этой теме в течение последних 20 лет, преимущественно были по таким экономическим факторам, как доход, относительные цены и

обменные курсы. Однако это неэкономические переменные, например, привлекательность страны, влияние войн и риск терроризма не следует упускать из виду.

Влияние теории потребителей очевидно при оценке пояснительной

переменной, выбранной в качестве возможных детерминант туристического спроса в доступной эмпирической литературе. Эта теория утверждает, что уровень потребления зависит от дохода потребителя, цене конкретного товара, цене его заменителей и дополнений и других переменных, которые могут повлиять на спрос.

 Часто используемые переменные:

1. Доход

Доход (что означает доход в стране происхождения туристов) играет важную роль роль, когда дело доходит до путешествия. Он содержит название наиболее часто используемых переменных в обзоре ста исследований в области туризма, проведенных Lim (1997), согласно которым он был использован в общей сложности в 84 исследованиях . Даже в течение последнего десятилетия доходы по-прежнему выбирались многими исследователями как существенный детерминант туристического спроса. В отличие от этого единства, они каждый раз выражали свой доход несколько иначе.

Известно, что участие в международном туризме требует денег. Один

должен совершить значительные расходы на транспорт, чтобы добраться до желаемого назначения и, конечно, заплатить за место для проживания. Однако не все проявляют интерес к изучению зарубежных стран. Говоря о рекреационных путешествиях - не нужно тратить на них деньги. Вот почему это имеет смысл использовать дискреционный доход (т. е. сумму дохода, которая остается после того, как мы оплачиваем все необходимые расходы) в качестве определяющего фактора туристического спроса. Однако, это очень субъективный вопрос, и было бы очень сложно правильно измерить эту сумму (Lim, 1997). Вот почему использование реальных, одноразовых или личных доходов, если таковой имеется, защищается многими исследователями. Это

также можно применять в виде доходов на душу населения, такие как ВВП и ВНД.

Причина, по которой предпочитают ВВП для определения уровня дохода трех выбранных стран происхождения - это большая часть людей, которые отправляются в командировки в различные страны

Как показал Крауч [13] в 1994 году, который также считал, что доход является самой важной объясняющей переменной, считается, что участие в международных поездках очень дорого и роскошно (эластичность дохода составляет от одного до двух).

Появился Смераль [14] и пришел к такому же выводу и прогнозировал, что туризм будет постепенно терять свой роскошный статус, потому что некоторые из потребителей достигнут своей насыщенности в уровне путешествий (в целом или в определенную страну), ибо эти направления станут менее привлекательными для них, чем раньше. Поэтому с ростом спроса на туризм спрос будет, но с небольшой скоростью, так как тенденция насыщения потребителей станет более очевидной.

1. Цена

Цена приступает к получению второго дохода при выборе возможных значимых детерминант туристического спроса.

 Цены на туризм состоят из двух основных частей - транспортные расходы и стоимость проживания в пункте назначения (Martin

и Witt, 1987). Сумма денег, потраченная на местныепоездки учитывается как часть стоимости проживания в пункте назначения. Некоторые исследователи даже разделили цены на туризм более чем на две части, добавив (Blake and Cortes-Jimenez, 2007) и другие расходы, такие как путешествие страхование и альтернативные издержки на время поездки [12]

Что касается стоимости международных перевозок, не так много исследователей включили эту объясняющую переменную в свои исследования. Масштабы данных и трудность определения фактической цены, уплачиваемой туристами, часто обескураживает и не позволяет исследователям включить транспортные расходы в их модели спроса на туризм. Вопрос об измерении фактической цены туристами хорошо иллюстрируется на примере ценовой практики авиакомпаний by Lim (1997). Проблема возникает, когда существуют два разных типа тарифов, взимаемые авиакомпаниями за их регулярные рейсы - неограниченный / обычный тариф и специальный тариф. Разница между ними заключается в следующем: нормальный тариф не имеет какие-либо ограничения, они стоят одинаково, если они покупаются заранее или в последнюю минуту, нет штрафов за отмену, и он доступен как для бизнеса, так и для

эконом-класс. В то время как специальные тарифы необходимо покупать заранее и часто со скидкой; однако количество мест ограничено и доступно только в эконом классе, и в случае отмены или изменения есть дополнительные штрафы, которые добавляются к общей цене в конце.

Трудность измерения фактической затраченной суммы сохраняется со вторым компонентом цен на туризм - стоимость проживания в пункте назначения. Однако это было доказано Morley (1994), что индексы потребительских цен (аббревиатура CPI будет использоваться с этого момента) являются разумным прокси для цен на туризм

в пункте назначения, поскольку они очень внимательно отслеживают туристические цены. Более того, с тем чтобы отразить различия в курсах валют между валютами стран происхождения и страны назначения, скорректированный CPI можно использовать формулу соотношения:

RPit = (CP Iit/CP Ijt)ERit

где RPit - относительная цена в пункте назначения i в периоде t; CP Iit является потребителем индекса цен в стране назначения i в периоде t, CP Ijt - это потребительская цена, индекс в стране происхождения j в периоде t, ERit - это индекс цены страны происхожденияв валюте страны назначения i в период t (Lim, 1997).

Можно также выразить последний член ERit как ERjt / ERit, где ERit

и ERjt - обменные курсы между валютой страны назначения

и доллар США и между валютой страны происхождения и США

доллар, соответственно (Akt¨urk и K¨u¸c¨uk¨ozmen, 2006; Song, et al., 2010).

Теперь возникает вопрос, почему большинство моделей спроса на туризм

использовали эту формулу и что именно она охватывает? Сравнительные цены в соответствии с формулой отражаются затраты, связанные с туристической деятельностью в стране назначения по сравнению с страной происхождения (Блейк

и Cortes-Jimenez, 2007). Другими словами, относительные цены включают замену между внутренним туризмом и международными поездками (Мервар, 2007).

Если они увеличиваются, это означает, что для туристов из страны j каждая покупка в пункт назначения i становится относительно более дорогой. Рост RPIT может произойти из-за более высокой инфляции в i по сравнению с j или когда в пункте назначения i валюта становится дороже с точки зрения валюты j сначала (Lim 1997).

Что квалифицируется как альтернативное место назначения? Проще говоря, это выбирается на основе культурного и географического сходства с пунктом назначения под руководством туриста. Например, Song et al. (2010) обозначил материк Китай, Южная Корея, Сингапур, Таиланд и Тайвань - альтернативными направлениями для Гонконга. Заменную цену можно рассчитать, используя следующую формулу, где запасные цены определяются как средневзвешенный показатель цены на туризм в выбранном альтернативном месте назначения:

Pst = X j=1,....,n (CP Ijt/EXjt)wijt

где j = 1 ,. , , , n - адресатов, выбранных как альтернативные; как уже упоминалось выше CP Ijt / EXjt является возможной мерой туристических цен в пункте назначения J; wijt - доля международных прибытий туристов в пункт назначения j, т. е. T Aijt / = X j=1,....,n T Aijt. T Aijt - количество туристов, прибывающих из страны i к месту назначения j в момент времени t (Song et al., 2003).

Если включить модель спроса на туризм, ожидается, что переменная Pst

оказывает положительное влияние на спрос туризма, что имеет смысл, поскольку чем выше цены на туризм в месте назначения j, тем больше туристов будет

посещать и тратить деньги на пункт назначения i (Блейк и Кортес-Хименес, 2007).

1. Обменные курсы

Как определено выше, переменная обменного курса может быть введена в туристический спрос моделей в составе формулы соотношения CPI с корректировкой обменного курса, где это известно как «реальные обменные курсы» (Rosensweig, 1986).

Однако некоторые исследователи решили использовать обменные курсы отдельно от относительных цен. Артус [10] утверждает, что, принимая их путешествие, туристы гораздо лучше знают об изменениях в обмене чем об изменение относительных цен. Согласно его теории, туристы обычно путешествуют за границу ежегодно и в основном летом. Он далее предполагает, что все, что они тратят за границу, финансируется за счет годового бюджета. Как относительный обменный курс, так и относительные цены на услуги туристических услуг суммы их расходов учитываются, когда решая, ехать ли за границу или выбирать бюджетный вариант и исследовать их родину. В связи с тем, что курсы валют публикуются ежедневно (в газетах, вечерних новостях и т. д.), туристы имеют гораздо более точное знание значений обменных курсов.

Информация об изменении цены, как правило, неизвестны заранее, поэтому единственный показатель для туристов - это то, что они помнят в последний раз какое они посетили место назначения.

Обменные курсы меняются со временем и поэтому постоянно влияют на

количество туристов, посещающих определенную страну. Колебания в обмене и тарифы могут повлиять на решения туристов несколькими способами. Изменение может быть либо благоприятным, либо неблагоприятным. Геракис [11] определил воздействие

вызванных изменений обменных курсов в пользу туристов и что он заставляет их тратить больше на вещи, которые они будут покупать в любом случае, покупать дополнительные товары, и, кроме того, такое изменение привлекает новых туристов.

Обратные эффекты, вызванные неблагоприятным изменением в обменных курсах были представлены The Economist Intelligence Unit (1975), где считается что люди склонны путешествовать меньше за границей, менять свое конечное место назначения, тратить меньше на товары и услуги получателя и оставаться на короткий период времени. Кроме того, они откладывают поездку, используют другой тип транспорта, и те, кто путешествуют по бизнесу, начинают тратить меньше.

Frechtling (1996) классифицирует возможные детерминанты как силовые, привлекательные и отталкаивающие факторы.

Факторами толчка являются характеристики населения рынков происхождения туристов, содействие путешествию: размер населения, динамика ВВП или доходов, конечно, распределение возраста и образования, время отдыха, структура семьи.

Привлекательные факторы - факторы рынка туристического назначения: наличие друзей или родственники, климат и погода, коммерческие, социальные и культурные связи, кетинговые программы, каналы распространения, особые случаи, привычки.

Отталкивающие факторы включают переменные, которые ограничивают

место назначения и место происхождения: цены, действия конкурентов, объем поставки, расстояние, время передвижения, пограничный контроль, война, терроризм, преступность, катастрофы, физические барьеры.

Классическая экономическая теория предполагает, что основные детерминанты спроса являются доходы туриста, стоимость товаров и услуг относительно стоимости заменителей.

Как признал Крауч [13], существует три типа определений обменного курса, используемых в туризме.

a) Единица валюты страны происхождения на единицу валюты назначения.

 б) Единица валюты страны происхождения в единицах взвешенной единицы валют в зарубежных странах.

c) Взвешенные единицы валют альтернативных направлений на единицу валюты местного назначения.

Использование каждого определения зависит от того, интересует ли исследователя в определении влияния обменных курсов на потоки туризма между парами стран или туристических отправлений в большее число либо альтернативных, либо всех

стран.

Главным образом определения а) и б) можно найти по туристическому спросу исследования.

Интерпретация изменений в отношениях, определяемых этими двумя определениями, следующим образом. Если отношение a) увеличивается, оно происходит из-за валюты страны происхождения и девальвации в отношении валюты получателя. Это означает, что

товары и услуги становятся более дорогими для туристов, а также происходит снижение спроса на туризм. Crouch (1993) добавляет, что изменение этого отношения может возникать, если в момент девальвации валюты происхождения в отношении в других валютах наблюдается меньшее снижение стоимости валюты местного значения . Далее он объясняет, что причина такого рода изменений в

соотношение а) может оказать положительное влияние на спрос на туризм. Те же рассуждения может применяться к случаю нескольких пунктов назначения в б).

Для построения эконометрической модели спроса на въездной туризм в России, мы использовали данные о числе иностранных туристов, прибывающих из 16 главных (не включая страны СНГ) стран- источников въездного туризма (i = 1,...,16 ), перечисленных в начале раздела 3. Набор данных соответствует ежегодному прибытию за 10-летний период с 2000 по 2009 гг. (t = 2000, ,2009 … ). Следовательно, имеется полный групповой набор данных со 160 наблюдениями. Функция спроса на въездной туризм имеет вид: , , -1 ( ,,, , , , ) Q f Q I P PX PA PT D ij t ij t it jt it ijt ijt kt = , (1) Qijt — количество прибывших туристов из страны i (на душу населения в этой стране) в туристский центр j в t -ом году ; Q ij t, -1 — лаговая переменная, показывающая привязанность к туристскому центру; it I — доход на душу населения в стране происхождения i в t -ом году; Pjt — цена проживания в туристском центре j в t -ом году; PX it — стоимость единицы валюты в рублях для страны происхождения i в t -ом году; PAijt — стоимость авиаперелета из страны происхождения i в туристский центр j в t -ом году; PT ijt — стоимость переезда на наземном и водном транспорте из страны происхождения i в туристский центр j в t -ом году; D 04 и D 08 — фиктивные переменные, отражающие теракты 2004 года в России и начало мирового финансового кризиса в 2008 году.

2.2. Эмпирические результаты исследований

Количество прибытий международных туристов на территорию Российской Федерации с 2005 по 2014 год колебался до спада в 2009 году, когда он достиг минимального уровня, который составил 2 100 000 международных туристов в год. С 2010 года наблюдается устойчивый рост и повторное снижение приезда в 2013 году. Эти колебания можно объяснить тем, что международный туризм считается подверженным изменениям из-за политических и экономических факторов [3]

Рост в основном вызван туристами из Азии, в то время как почти во вс странах Европы и в Северной Америке наблюдается отрицательная тенденция. В первой половине 2015 года наибольшее число туристов приехали из Китая (204,5 тыс.) и Германии (128,6 тыс.). Третье место, со значительным разрывом, занято Турцией (69 тысяч), за которой следуют США (63,7 тыс.). Израиль закрывает пятерку с 50,5 тыс. Человек. В первую десятку также входит Великобританию, Южная Корея, Франция, Италия и Финляндия.

Десятки изменений произошли в верхней части списка, однако, в целом список традиционных лидеров не изменился.

Наибольший рост продемонстрировал Иран с увеличением на 100%. В абсолютных цифрах, поток туристов из этой страны в Россию низкий (5,6 тыс.), но это одна из немногих страны, которая организуют чартерные рейсы в Россию. Второе место в динамике роста занимает Китай (51,6%), третье - Индия (50,7%), затем Таиланд (44,3%), Южная Корея (27,3%), Израиль (23,2%) и Турция (17,3%) - все страны Востока и Азии.

В период с 2011 по 2015 год число португальских путешественников в России не уменьшилось.

Считается, что замедление в российской экономике является самым важным фактором, который влияет на развитие туристического сектора в стране в ближайшем будущем.

Отток международных финансовых инвестиций, который начался в конце 2013 года, уже имел последствия в сфере туризма: например, некоторые международные гостиничные сети отменили или отложили ранее объявленные планы расширения на российском рынке (Ernst & Young, 2014).

Снижение стоимости российской валюты по отношению к евро и доллару, начавшееся в начало 2014 года, повлияло на российскую экономику - летом того же года количество крупных российских туроператоров стали банкротами. Эти компании не смогли урегулировать свои дела, поэтому более 10 тысяч туристов остались за границей. Это приводит к снижению доверия потребителей к туроператорам [4]

Вместе с сокращением располагаемых доходов потребителей это вызвало застой в индустрии путешествий и туризма в России.

Федеральная программа «Развитие внутреннего и въездного туризма на 2011-2018 годы» нацелена на увеличение числа внутренних поездок на 150%. [5]

Несмотря на все проблемы, стоящие перед российской экономикой, туризм и путешествия в стране все еще ожидают позитивного выступления: точно так же, как и с Олимпийскими играми в Сочи, которые привлекали миллионы посетителей со всего мира, так же теперь ожидается и с 2018 'FIFA Football World Cup.

В связи с приостановлением авиационной связи и продажей туров в самые популярные места отдыха для российских туристов, Турцию и Египет, туроператоры стремятся переориентировать туристов на другие направления, а государственные органы предпринимают попытки привлечь граждан к поездкам по России.

Согласно World Travel Monitor, при выборе люди стали больше полагаться на социальные сети, такие как группы в социальных сетях, интернет-порталы о туризме (личные блоги и форумы). Поэтому респондентов искали в социальных группах сеть «ВКонтакте», которые посвящены отдыху в Турции и Египте.

Критерии отбора были следующими:

1) название группы должно включать следующие ключевые слова: «Турция», / «Египет», «туризм» / «поездка» / «отдых»;

2) в сообществе должно быть не менее 1000 человек;

3) публикации в группе должны быть релевантными: последняя публикация должно быть, по крайней мере, датирована 2018 годом.

Было отобрано 5 групп, посвященных туризму в Турции, и 5 групп – в Египет. С помощью ресурсного центра «Центр социологии и Интернет - исследований"146, были выделены основные социально-демографические характеристики людей в этих сообществах. Участие в группе не гарантирует, что человек хотя бы раз в жизни отправился в Турцию или Египет, но вероятность этого высока.

Таким образом, в 10 группах, посвященных туризму в Турции и Египте, около 80 459 участников. После того, как фильтр установлен на удаленные профили, а также для тех, кто не живет в России, то насчитывается 45 078 участников. Такое значительное сокращение означает, что существует большое количество "удаленных" профилей, созданных для популяризации групп.

Из тех, кто указал свой пол в своем личном профиле, оказалось, что в группах насчитывается 25 120 мужчины и 19 127 женщины. Соотношение можно рассматривать примерно равным, это указывает на то, что интерес к странам проявляют представителей обоих полов.

Были определены следующие возрастные категории:

1) моложе 18 лет;

2) от 19 до 35 лет;

3) от 36 до 60 лет;

4) старше 60 лет.

В результате, самые популярные группы используются молодыми людьми от 19 до 35 лет (рис. 1). Действительно, это самая мобильная часть общества, кроме того, они являются активными участниками социальных сетей.

Как уже говорилось в подглаве 2.1 доход – это главная детерминанта спроса на въездной туризм в России. Эластичность спроса по доходу больше единицы, т.е спрос является эластичным по доходу, что может нам говорить о том, что поездка в Россию является дорогим удовольствием для иностранных туристов. По мере роста дохода самих туристов и при неизмененных ценах на путешествия спрос на туры в Россию постепенно будет возрастать. Можно предположить, что число туристов из заграницы, а так же, доход от туризма, все таки зависят от экономической ситуации в стране. Для туристских центров в России эластичность по доходу очень сильно различается. Так, для таких федеральных зон как Центральная, Западная эластичность является самой высокой и составляет 2.3 и 1.9. А наименее доходными зонами являются Алтайская, Байкальская и Дальневосточная (эластичность равна 1.21, 1.6, 1.35)

Объяснить данные результаты можно тем, что расстояние между зонами достаточно большое и туристам легче добраться сначала до Москвы, чем сразу же лететь в Екатеринбург или какие-либо другие сибирские города.

Изменение дохода приводит к сдвигам в структуре туристского спроса. Если человек работает на высокооплачиваемой работе, то он посвящает ей все свое время и у него не остается моментов для отдыха, поэтому он выбирает непродолжительный тур и приезжает в самые популярные зоны, т.е. Центральную.

А если человек имеет средний уровень дохода, то времени для отдыха у него слегка больше и он может позволить себе отправиться в один из сибирских городов и сходить там, например, на рыбалку и отдохнуть.

Цены на проживания в том или ином городе Российской Федерации для иностранных туристов так же зависит от туристкой зоны, в которую хочет попасть человек. Стоимость проживания, а так же перелета и питания является определяющим фактором, поэтому снижение стоимости, например, проживания будет способствовать притоку иностранных туристов на территорию страны.

Важным фактором, вызывающим изменение эластичности спроса по цене являются временные рамки, в пределах которых принимается решение о поездке. Эластичность выше в долгосрочном плане, чем на коротких интервалах. С течением времени потребители могут найти большее количество заменителей для поездки, цена на которую растет, постепенно изменяются их вкусы, привычки и привязанности. Долгосрочная эластичность туристского спроса (–1.15) может быть отражением наличия многочисленных альтернатив поездки в Россию. Так как стоимость проживания в туристских центрах России достаточно высока и не уступает ценам в альтернативных местах, то чтобы поддержать конкурентоспособность поездок в Россию, необходимая стратегия должна состоять в том, чтобы улучшить качество предоставляемых услуг. Наиболее эластичен спрос по цене проживания в туристских центрах с непродолжительной поездкой, спрос на дальние путешествия менее чувствителен к изменению цен, чем на ближние расстояния.

Примером не большой чувствительности спроса по цене проживания может служить город Санкт-Петербург. Во время белых ночей, почти все отели в городе имеют 100% заполняемость, несмотря на постоянное увеличения цены за проживание.

Обменный курс. Коэффициент перед данной переменной значим на 1%-ном уровне для всех туристских зон, кроме Дальневосточной, и имеет ожидаемый положительный знак. Он более значим, чем другие ценовые показатели, ведь на практике люди могут быть более осведомлены об обменных курсах, чем об относительной цене проживания, как в стране происхождения, так и в стране пребывания. На достаточно коротком промежутке времени (до года) туристский спрос может оказаться весьма неэластичными. Однако, если учесть, что для осуществления значимых количественных сдвигов необходимо время, то в долгосрочной перспективе (свыше года) спрос может стать более эластичными. В результате практически для всех туристских зон краткосрочная эластичность туристского спроса значительно ниже долгосрочной. Краткосрочная эластичность спроса для России равна 0.67, что подтверждает гипотезу о том, что в связи с существенным ослаблением рубля стоимость туров в Россию для ино- странных туристов из большинства развитых стран заметно снижается, и тем самым увеличивается въездной туризм. Долгосрочная эластичность, как и ожидалось, значительно выше и равна 1.12. Наиболее чувствителен спрос в Западной туристской зоне (0.73). Возможным объяснением этого факта может быть то, что основными странами – поставщиками туристов в эту зону являются Европейские страны. А за последние 10 лет большинство из них перешли на единую валюту – евро, которая с каждым годом только укреплялась, делая стоимость туров в Россию для иностранных туристов более доступной и способствуя тем самым увеличению спроса на въездной туризм в России. Для Дальневосточной туристской зоны данная переменная, напротив, оказалась незначимой. Причиной этого может быть то, что почти 80% иностранных туристов в этой зоне приезжают из Китая и Японии, валютные курсы которых относительно рубля последние 10 лет были достаточно стабильными, т.е. динамика обменного курса японской йены и китайского юаня не влияла на поток туристов из этих стран.

Туризм в России очень чувствителен к ценам на проживание в туристских зонах. Так как стоимость проживания в России достаточно высока и не уступает ценам в альтернативных местах, то, чтобы поддержать конкурентоспособность поездок в Россию, необходимо улучшить качество предоставляемых услуг. Наиболее эластичен спрос по цене проживания в туристских центрах с непродолжительной поездкой, спрос на дальние путешествия менее чувствителен к изменению цен, чем на ближние расстояния.

Заключение

 На сегодняшний день туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики, на который приходится 9% ВВП. Рост туристического потока составляет 3,3% в год, и к 2030 году число международных туристов, по прогнозам Всемирной туристской организации ЮНВТО, достигнет 1,8 млрд. Человек.

 За последние два с половиной года российский туристический рынок, который развивался прежде всего в качестве выходного рынка, серьезно изменился: на фоне снижения числа туристических поездок за границу внутренний и въездной туризм продолжает расти. По данным ЮНВТО, Российская Федерация впервые вошла в десятку наиболее посещаемых туристами туристов.

 Благоприятная ситуация для реализации туристского потенциала Российской Федерации сформировалась под влиянием комплекса факторов, в том числе изменений обменных курсов и повышения уровня террористической угрозы во многих странах (Россия считается одно из самых безопасных мест для отдыха и путешествий), а также работу по продвижению отечественных и зарубежных рынков российских туристических предложений.

 В то же время создание пакетных туров в России, в том числе полеты, трансфер, проживание, питание и экскурсионные программы, в 2015 году - впервые в новейшей истории российской туристической индустрии - конкурентоспособный отечественный туристический продукт является одним из самые важные стимулы для роста въездного и выездного туризма в нашей стране. , Такие туры - это не только удобный, но и выгодный вариант путешествия в России, который позволяет сэкономить от 30 до 50% стоимости по сравнению с самостоятельной поездкой. В 2016 году доля туристических пакетов в России в общей структуре продаж основных туроператоров достигла 40%.

 Количество туристических поездок по России растет за последние 3 года: в 2014 году он вырос на 30%, в 2015 году - на 18%, в 2016 году - на 15%. Однако рост внутреннего туризма не бесконечен и имеет объективные ограничения. В этой связи задачей национального значения является привлечение туристов из-за рубежа.

 Развитие въездного туризма является одним из перспективных путей решения задачи, поставленной Президентом Владимиром Путиным в увеличении доли не первичного экспорта в общем объеме экспорта страны.

 Особое внимание уделяется продвижению национального туристического продукта на мировой туристический рынок и повышению осведомленности иностранных граждан о возможностях отдыха и путешествий в России.

 Создан маркетинговый центр «Национальный визит России» и ведется работа по развертыванию сети национальных туристических агентств Visit Russia за рубежом для проведения рекламных акций для иностранных туристических компаний и средств массовой информации. Внутренний туристический продукт представлен в рамках крупнейших международных туристических выставок.

 Учитывая высокую важность привлечения туристов из-за рубежа для увеличения доли несетевого экспорта, Ростуризм инициировал разработку и реализацию государственного проекта развития въездного туризма, который был поддержан Министерством иностранных дел России Федерация.

 «Деятельность Ростуризма по увеличению входящего потока туристов осуществляется в таких ключевых областях, как создание условий для комфортного и безопасного перемещения иностранных граждан в Россию, повышения осведомленности иностранных аудиторий о туристических возможностях нашей страны и продвижении национального туристического продукта на международном туристическом рынке. Развитие въездного туризма отвечает интересам наших граждан. Средства, которые привлекают иностранные туристы, инвестируются в развитие инфраструктуры, повышение качества туристических продуктов и уровень туристических услуг на территории Российской Федерации, благодаря чему россияне получают новые возможности для комфортного путешествия по родной стране », - говорит Олег Сафонов, руководитель Федерального агентства по туризму.

В курсовой работе были поставлены следующие задачи:

1. Изучить и проанализировать литературу по проблеме работы.
2. Определить трудности, по которым въездной туризм не популярен в России.
3. Провести анализ детерминант спроса на въездной туризм.
4. Выделить методы по популяризации въездного туризма на территории РФ.

Данные задачи были выполнены при выполнении работы. Вся изученная литература была внесены в список литературы в конце всей работы. В работе были выявлены трудности, по которым въездной туризм не так сильно популярен в России. Рассмотрены методы по популяризации въездного туризма на территорию РФ.

В заключение, въездной туризм это сильный вклад в сегодняшнюю экономику.

Литература

1. Всемирная туристская организация. www.unwto.org.
2. Всемирный совет путешествий и туризма (World Travel & Tourism Council). www.wttc.org.
3. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» (2009). Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации.
4. Российский Союз Туриндустрии. www.rustourunion.ru.
5. Федеральная служба государственной статистики РФ. www.gks.ru.
6. Центральный банк Российской Федерации (ЦБ РФ). www.cbr.ru.
7. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1196 № 132-ФЗ (последняя редакция).
8. Андреева Ю.Ю. Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. - №4. – с. 47-53.
9. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Издательский дом «Герда», 2000. – 192 с.
10. Зорин И.В. Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
11. Е.Л. Писаревский. «Основы туризма»
12. Ратникова Т. А. (2005). Анализ панельных данных в пакете STATA. М., ГУ–ВШЭ.
13. Croes R. R., Vanegas M. (2005). An econometric study of tourist arrivals in Aruba and its implications. Tourism Management, 26 (6), 879–890.
14. Frechtling D. C. (1996). Practical tourism forecasting. Butterworth–Heinneman, Oxford.
15. Li G., Song H., Witt S. F. (2005). Recent development in econometric modeling and forecasting. Journal of Travel Research, 44 (1), 82–99.
16. Lim C. (1997). An econometric classification and review of international tourism demand models. Tourism Economics, 3, 69–81. Song H., Witt S. F. (2000). Tourism demand modeling and forecasting: Modern econometric approaches. Amsterdam: Pergamon.
17. Witt S. F., Martin C. A. (1987). Econometric models for forecasting international tourism demand. Journal of Travel Research, 25 (3), 23–30.
18. Witt S. F., Song H., Louvieris P. (2003). Statistical testing in forecasting model selection. Journal of Travel Research, 42, 151–158.