

УДК 379.85

Факторы конкурентоспособности туристических организаций

Го Сяоюй

магистрант, направление «Экономика»

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Россия, Владивосток

Научный руководитель: Титова Наталья Юрьевна

***Аннотация.** Актуальность статьи обусловлена необходимостью развития индустрии туризма как одной из наиболее привлекательных инвестиционных составляющих развития региона в стратегической перспективе. Цель статьи заключается в определении ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность туристических организаций. В связи с уникальным экономико-географическим положением Приморского края представляется вывод о том, что перспективным направлением регионального туристского комплекса является экотуризм.*

***Ключевые слова:** конкурентоспособность, туристическая организация, индустрия туризма, факторы конкурентоспособности, экотуризм.*

Factors of competitiveness of tourism organizations

The relevance of the article is due to the need to develop the tourism industry as one of the most attractive investment components of the regional development in a strategic perspective. The purpose of the article is to identify key factors that influence the competitiveness of tourism organizations. In connection with the unique economic and-geographical position of the Primorsky Territory, the conclusion is that ecotourism is a promising direction of the regional tourist complex.

***Keywords:** competitiveness, tourism organization, tourism industry, competitiveness factors, ecotourism.*

С преобразованием путей социально-экономического развития, туризм стал важной отраслью во многих регионах с низким потреблением энергии, низким уровнем загрязнения и сильной поглощающей способностью занятости, но имеет широкие перспективы и огромный рынок. С экономической точки зрения, конкурентоспособность туристических организаций может значительно повысить ценность местной туристической экономики, улучшить не-материальные ценности, такие как региональное и административное влияние, и создать доход для инвесторов и резидентов. В настоящее время многие страны стремятся к развитию индустрии туризма, в частности, некоторые регионы со слабым экономическим развитием и хорошими экологическими условиями превратили туризм в местную ведущую отрасль. В целях повышения конкурентоспособности индустрии туризма, прежде всего необходимо понять основные факторы, влияющие на конкурентоспособность туризма и предпринимательской среды.

Существует множество факторов, влияющих на конкурентоспособность торговли туристическими услугами, потому что сама индустрия туризма охватывает широкий спектр факторов. Вся система производительности туризма представляет собой комплексный организм, который взаимосвязан и взаимозависимым с промышленными секторами, такими как транспорт, общественное питание, проживание, магазины, развлечения и туристические агентства. Как показано на рисунке 1.4, в этом разделе будет измеряться влияние организации индустрии туризма, экологических факторов, факторов инфраструктуры и услуг на конкурентоспособность торговли туристическими услугами в основном с точки зрения решающих и релевантных факторов.

В первую очередь к данным факторам следует отнести факторы окружающей среды. Факторы среды могут ограничить степень и масштаб развития туризма. В основном они отражены в двух аспектах. С одной стороны, внутренняя среда вместе с туристическими ресурсами обеспечивает основу для производства туристических продуктов, сама среда также яв-

ляется туристическим притяжением; многие загрязняющие вещества, образующиеся в результате туристической деятельности, попадают во внутреннюю среду, изменяя ее внутреннюю форму и тем самым снижая привлекательность. Чрезмерное использование экологических преимуществ для привлечения туристов независимо от их пропускной способности является основной причиной разрушения туристической среды. С другой стороны, внешняя среда, такая как финансирование, земля, налогообложение и другие политические факторы, будут ограничивать степень развития туризма; война, неблагоприятная экономическая ситуация, особо опасные инфекционные заболевания и т. д., будут влиять на пассажирский поток. Разумный выбор местоположения может лучше использовать уникальные экологические ресурсы региона для повышения конкурентоспособности и развития собственной экономики. Преимущество местоположения заключается в том, что благоприятный инвестиционный климат Приморья отличается от преимуществ других регионов. Например, более удобна транспортировка грузов, массово осуществляются пассажирские перевозки воздушным и железнодорожным транспортом, край имеет особую национальную культуру и т.д. [10].



Рисунок 1.4 – Структура факторов, влияющих на конкурентоспособность индустрии туризма

В настоящее время большинство стран придерживаются следующего отношения к социальной культуре туризма: с точки зрения защиты окружающей среды индустрия туризма уделяет больше внимания благоустройству и поддержанию среды туристических ресурсов во время его планирования и развития. Что касается расширения рынка туристов среднего и пожилого возраста, то туристическая организация стремится разрабатывать туристические продукты, подходящие для среднего и пожилого возраста, такие как санаторное лечение. А с точки зрения увеличения индивидуального спроса, в настоящее время туристы предъявляют более высокие притязания к туризму. Эта ситуация содействует совершенствованию инновационного механизма туристического обслуживания. Из-за ускорения темпов жизни людей, растущее давление на жизнь и работу люди стремятся испытать свободу природы, что способствует развитию экотуризма для проектов в области природы, отдыха и развлечений.

За 2017 год экологический туризм занял 25% от туристического мирового рынка. В мире зафиксировано 1,3 млрд международных прибытий туристов, которые обеспечили примерно 10% мирового ВВП. «Согласно исследованию американского сайта путешествий TripAdvisor, ежегодно 30% от общего числа туристов в мире являются экотуристами. Кроме того, 70% туристов заявляют, что в следующем году они собираются выбирать более безопасный с экологической точки зрения вид туризма», - сказал директор программы по сохранению биоразнообразия WWF России Дмитрий Горшков. Во-вторых, сюда относятся факторы объектов. Факторы объектов включают инфраструктуру, торговые объекты, развлекательные объекты и т. д., например, транспорт, связь, информационную сеть и другую инфраструктуру, его плавность развития влияет на конкурентоспособность отрасли. Среди них особенно важны факторы дорожного движения. Туристический транспорт является предпосылкой для удовлетворения спроса на туризм, что является жизненной силой развития туризма, что также является важным источником доходов от туризма. Туристические ресурсы полагаются на посещения туристов для получения преимуществ, без надежной туристической транспортной системы туристическим организациям невозможно развить экономику туризма широкомасштабно и долгосрочно. Туристические ресурсы обладают большим потенциалом и не могут быть реализованы без быстрого и удобного транспорта.

Роль инфраструктуры очень важна и во многих случаях даже важнее, чем сами туристические ресурсы. Приемные объекты тесно связаны с временем пребывания туристов, а развлекательные и торговые объекты часто определяют уровень потребления туристов. Это, таким образом, влияет на экономические выгоды пункта назначения [11].

Туризм является трудоемкой отраслью сферы услуг. Однако в условиях все более жесткой конкуренции на рынке и применении высоких технологий в туризме на рынке предъявляются более высокие требования к качеству подготовки сотрудников. Несмотря на многочисленные факторы, влияющие на сравнительные преимущества страны в торговле туристическими услугами, фактор человеческого капитала имеет решающее значение для развития современного туризма. В связи с появлением новых технологий, новых потребителей, новых моделей управления, новых факторов окружающей среды и т. д. и с сочетаниями промышленного капитала и финансового капитала, и капитала знаний, рынок туризма все более диверсифицированной, туристическая бизнес-модель претерпела огромные изменения, а конкуренция в сфере туризма стала более разнообразной. Это неизбежно требует более высокого качества и совершенной структуры знаний специалистов туристических компаний. Поэтому, и качество обслуживания клиентов в них, и общественное отношение в туристических районах напрямую повлияет на оценку туристами туристической организации. Все это оказывает определенное влияние на конкурентоспособность туристических организаций.

Таким образом, местоположение, среда, объекты и услуги не являются прямыми конкурентными факторами, но все они являются важной частью индустрии туризма. Эти связанные факторы поддерживают привлечение туристических ресурсов и усиливают туристический спрос, который является важной основой для развития туризма.

В настоящее время одной из общемировых тенденций является развитие туризма в глобальном масштабе. Например, четвертый Восточный Экономический Форум состоялся в

сентябре 2018 года во Владивостоке. В форуме приняли участие Россия, Китай, Индия, Южная Корея, Япония, а также некоторые страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Европы. Цель конференции заключалась в расширении открытости Дальневосточного Федерального Округа России для привлечения иностранных инвестиций. Проведение этой конференции положило начало открытости туристической индустрии для внешнего мира. Вливание иностранного капитала ускорит процесс интеграции туристического рынка в России, и за рубежом оно будет способствовать дальнейшей интеграции с международным рынком, международными правилами и международными стандартами. Индустрия туризма во Владивостоке получит повышенный спрос в мировом туризме, международный статус, а пространство для участия в разработке и применении международных правил и стандартов расширится.

-
1. Liang Z. Analysis of Internal and External Environmental Factors in the Development of Travel Agencies / Zhang Liang // Economic & Trade Update Sum. – 2017. - № 7. - P. 136 -137.
 2. Jing Z. An Empirical Analysis of the Factors Affecting the Competitiveness of China's Tourism Service Trade: Competitiveness / Zhou Jing // International trade issues. - 2018. - № 4. - P. 71-75.