

С. Смита и других. Рассмотрению теоретических и практических вопросов развития мирового рынка туристских услуг посвящены работы А.Б. Добровольской, О.А. Любицовой, Р.О. Заблоцкой, Ю.О. Коваленко, Н.Е. Покровского, А.П. Румянцева, Г. Харриса, К. Каца, Т.И. Черняева и др.

Несмотря на большое количество опубликованных работ по международному туризму, многие вопросы все еще остаются полностью не решенными и требуют дополнительного изучения и осмысления. К одному из них относится вопрос мониторинга мирового туристского рынка. Последнее определило цель исследования.

Цель статьи – выявить основные тенденции развития мирового рынка туристских услуг на современном этапе.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что туристский рынок историчен, вовлекает в свою орбиту всё новые территории и требует выявления складывающихся тенденций его развития.

Согласно определению О.А. Любицовой, рынок туристских услуг, или туристский рынок, представляет собой «сферу удовлетворения потребностей населения в услугах, связанных с отдыхом и содержательным проведением досуга в путешествии» [3, с. 36]. И.В. Зорин и В.А. Квартальнов рассматривают туристский рынок как систему мирохозяйственных связей, в которой происходит процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги [2, с. 213]. Его территориальная структура во многом совпадает с географией мирового хозяйства. В ней можно выделить Центр, Периферию и Периферию, находящиеся в постоянной динамике [1, с. 144].

В целом мировой туристский рынок представляет собой совокупность национальных туристских рынков, которые в соответствии с особенностями социально-экономического и исторического развития классифицируются в научной литературе следующим образом:

1) рынки стран, где туризм зародился и получил свое развитие как форма проведения досуга. Это европейские высокоразвитые страны (Великобритания, Швейцария, Франция и др.) и США и Канада, где туризм стал составной частью жизни населения. Они отличаются высоким уровнем развития туристской инфраструктуры, многообразием туристских предложений;

2) рынки стран, где туризм вошёл в стиль жизни населения постепенно в формах, присущих для массового туризма (например, постсоциалистические страны Европы). Здесь деформированная индустрия туризма перестраивается благодаря инвестиционным вливаниям и ориентируется на стандарты мирового уровня;

3) рынки стран, где туризм воспринимается как способ получения дохода, а не как способ проведения свободного времени (развивающиеся страны). Эта группа стран делится на два основных подтипа: а) страны, где развитие туризма базируется на основе использования уникальных природно-рекреационных и историко-культурных ресурсов; б) страны, имеющие благоприятные условия для получения международного капитала (например, островные). В этих странах туристская инфраструктура развивается на основе имеющегося спроса преимущественно в странах первого класса [3, с. 414, 415].

Со второй половины XX в. туристский рынок, по сравнению с другими секторами экономики, имеет самые высокие темпы роста. Изменение ситуации на мировом туристском рынке, в основном, зависит от следующих факторов: политических, демографических, социально-экономических, ресурсно-экологических и социально-психологических [5, с. 53]. При стабильных количественных и качественных показателях последних двух факторов наибольшее значение приобретают первые три. Внутриполитическая стабильность страны, принимающей зарубежных гостей, отсутствие в ней межнациональных конфликтов, демократизация общества способствует расширению международных туристских связей. Наличие межгосударственных и межправительственных соглашений по сотрудничеству в сфере экономики, торговли, научно-технических и культурных взаимосвязей, туризма и обменов также благоприятствует развитию въездного туризма в страну.

Влияние демографических факторов, оказывающих существенное влияние на развитие международного туризма, проявляется в результате роста народонаселения, что увеличивает мировой туристский потенциал и втягивает в туристскую деятельность новые людские ресурсы.

Понижение возраста выхода на пенсию при увеличении продолжительности жизни привело к появлению туристов «третьего возраста».

Все большую роль играет активизация социально-экономических факторов в развитии туризма. Благодаря ускорению современных темпов труда, увеличению продолжительности оплачиваемого отпуска, повышению жизненного уровня и культурного уровня населения, стремлению людей к познанию, ознакомлению с жизнью, культурой и бытом других стран и народов туризм становится не роскошью, а естественной необходимостью. В результате расходы на отдых, связанный с путешествием, быстро переходят в разряд первостепенных. Пополнение бюджета за счёт развития туризма является приоритетным направлением развития экономики во многих странах. Туристский бизнес вызывает интерес у предпринимателей по разным причинам: растущий спрос на туристские услуги, относительно небольшие стартовые инвестиции с минимальным сроком окупаемости затрат и высокий уровень рентабельности.

В результате взаимодействия факторов развития туризма сложилась география международных туристских связей – неотъемлемый элемент мирового туристского рынка. В настоящее время Европа и Северная Америка – это самые крупные регионы мира с центрами формирования туристских потоков. Это связано с высоким уровнем социально-экономического развития стран, высоким уровнем жизни населения, высокой насыщенностью туристской инфраструктуры и стремлением населения отдохнуть в новых местах.

Европа занимает первое место в мире по интенсивности туристских поездок. Причём этот показатель во всех европейских субрегионах выше среднемирового уровня. Распад социалистической системы и образование новых независимых государств на территории Центрально-Восточной Европы и бывшего СССР с огромным туристским потенциалом расширили границы туристского рынка.

Однако более быстрыми темпами в последние годы развиваются молодые туристские регионы – Азиатско-Тихоокеанский (АТР), Ближневосточный и Африканский. Из них только АТР существенно влияет на динамику туризма. Рост туризма коррелирует со структурными сдвигами в расходах населения и находится в прямой зависимости от общей динамики личного потребления.

В межконтинентальных туристских потоках большую долю составляют потоки между Северной Америкой и Европой. А в самих этих макрорегионах внутриконтинентальные туристские поездки преобладают над межконтинентальными и концентрируются в трех приморских зонах: Средиземноморской, Причерноморской и Карибской.

В целом в глобальном масштабе выделяются два способа развития туризма:

- 1) интенсивный, с диверсификацией туристских предложений на мировом и региональном рынках странами-законодателями стандарта туристского обслуживания;
- 2) экстенсивный, с привлечением новых стран, регионов и отдельных их частей с привлекательным туристско-рекреационным потенциалом к мировому туристскому обмену, созданием в них туристской инфраструктуры в соответствии с мировыми стандартами [3, с. 415].

Определяющим признаком рынка является конкуренция. На туристском рынке она проявляется в соперничестве между поставщиками туристского продукта и туристских услуг в борьбе за долю рынка, которое полезно для достижения оптимальности по Парето [2, с. 216]. Организаторы Всемирного экономического форума в Давосе регулярно, начиная с 2007 года, публикуют Индекс конкурентоспособности в туризме, что свидетельствует о важности данной отрасли для мировой экономики в целом. В большинстве стран мира этот показатель стал индикатором ситуации на туристском рынке страны, т. к., во-первых, отражает сильные и слабые стороны развития туризма в стране, во-вторых, позволяет выделить самые важные направления действий государства и бизнеса для улучшения позиций на мировом туристском рынке [7].

Согласно данным Всемирного экономического форума 2011 г., первые три места в минувшем году по конкурентоспособности в туризме заняли Швейцария, Германия и Франция. В первую десятку стран также вошли Австрия, Швеция, Великобритания, США, Канада, Испания и Сингапур [8]. В целом в первой двадцатке рейтинга находятся самые развитые страны мира, со стабильной социально-экономической и политической ситуацией. Украина же заняла 85 место в мире по конкурентоспособности туристской сферы (опустилась на 8 позиций) в списке из 139 стран. В то же время Китай занял 39 место, переместившись с 62 места в 2007 г., вследствие высоких темпов развития туристской инфраструктуры и большим инвестициям в туризм [7].

Благодаря усиливающемуся экономическому соперничеству в области туризма все больше появляется разнообразных туристских продуктов. Например, компания Уолта Диснея постоянно выпускает все новые и новые продукты (фильмы, книги комиксов, компакт-диски и др.). Недавно появились такие необычные предложениями, как бѣдвочинг – поездки для наблюдения за птицами в естественных условиях, кайтинг – путешествие на современном воздушном змее (это один из самых экстремальных видов спорта XXI в.) [11]. Все большую актуальность приобретает организация путешествий в Арктику и Антарктиду, туристских полетов в космос на регулярной основе и т. д. Кроме того, благодаря киберпутешествиям человек, не покидая дома, может получить новые эмоции от посещения стран и регионов мира.

Это еще раз свидетельствует о том, что создавать конкурентоспособный продукт на мировом рынке туризма можно только в результате комплексной работы страны на туризм. В этом случае развитая туриндустрия будет способствовать повышению занятости населения, увеличению национального дохода станет, в конечном счете, движущей силой экономического роста. Особенно это касается развивающихся стран.

В настоящее время доля туризма в мировом ВВП составляет около 2,6-2,8 %. Но в Испании и Португалии вклад туризма в ВВП достигает 10,5-10,7 %, а в Мексике, ЮАР, Египте, Индии – 5,8-8,2 %. Самую высокую долю занятых в туристском секторе (включая и отели) имеют Испания (12,7 %) и Италия (9,7 %) [9].

Эксперты ОЭСР отмечают, что на протяжении 20 лет до начала последнего финансово-экономического кризиса международный туризм развивался быстрее глобальной экономики. В среднем в год число туристских поездок увеличивалось на 4,6 % (в последние пять лет перед кризисом – на 7,1 %). Это примерно на 1/3 быстрее глобального ВВП [9]. Причѣм развивающиеся страны имели более высокие значения темпов роста туристских прибытий.

В докладе ОЭСР «Tourism Trends and Policies» показано, что среди секторов экономики туризм пострадал от кризиса сильнее других [9]. Негативные факторы, связанные с началом экономического кризиса в 2008 г. и вспышкой свиного гриппа в начале 2009 г., повлекли за собой сокращение объѣмов личного потребления, привели и к сокращению туристской активности.

В результате мировой туристский поток уменьшился с 919 млн. чел. в 2008 г. до 880 млн. чел. в 2009 г., т. е. на 4 %. Еще в начале 2008 г. положительный темп прироста количества туристских прибытий по сравнению с соответствующим месяцем предыдущего года колебался от +0,4 % до +10,2 %, но, начиная с середины 2009 г., началось значительное падение этого показателя. В отдельные месяцы оно превысило -10 %. Такая ситуация наблюдалась до января 2010 г., после чего наметилась тенденция увеличения темпов роста (см. рис. 1).

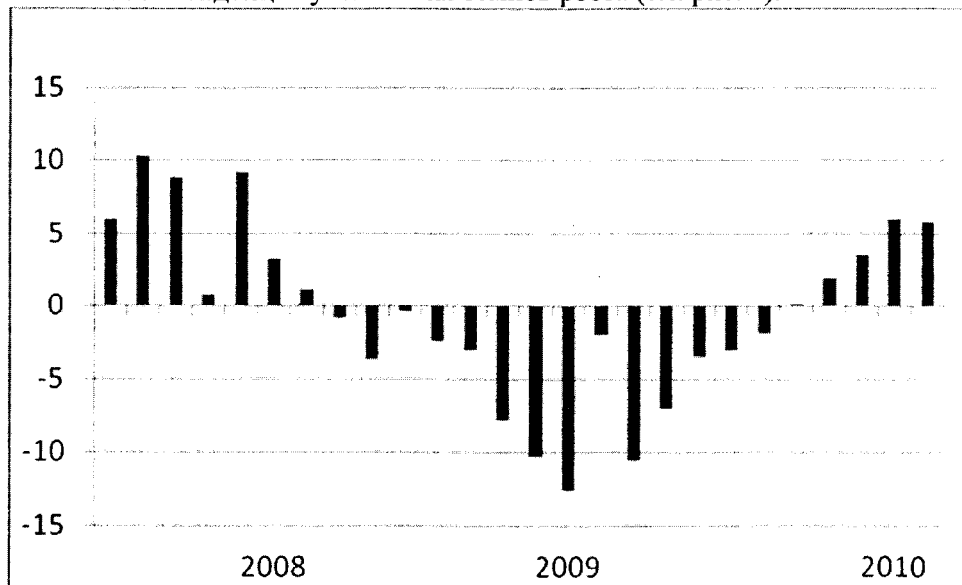


Рис.1. Динамика туристских прибытий ежемесячно в сравнении с соответствующим месяцем предыдущего года, в % [6]

Сокращение количества туристских прибытий отметили все регионы за исключением Африки, где их количество увеличилось на 5 %. По сравнению с результатами прошлых лет осо-

бенно сложной была ситуация в Европе (-6 %). В Северной и Южной Америке поток туристов сократился на 5 %, в АТР – на 2 % [10].

Среди наиболее посещаемых стран мира существенное уменьшение въездного туризма наблюдалось во Франции, США и Испании. И только в Италии, Турции и Малайзии количество туристских прибытий незначительно увеличилось (см. табл. 1).

Таблица 1

Динамика количества туристских прибытий по странам (млн. чел.)

Таблица 1

	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Всего	682	801	846	900	919	880
Франция	77,2	75	77,9	80,9	79,2	74,2
США	51,2	49,2	51	56	57,9	54,9
Испания	46,4	55,9	58	58,7	57,2	52,2
Китай	31,2	46,8	49,9	54,7	53	50,9
Италия	41,2	36,5	41,1	43,7	42,7	43,2
Великобритания	23,2	28	30,7	30,9	30,1	28
Турция	9,6	20,3	18,9	22,2	25	25,5
Германия	19	21,5	23,6	24,4	24,9	24,2
Малайзия	10,2	16,4	17,5	21	22,1	23,6
Мексика	20,6	21,9	21,4	21,4	22,6	21,5

Составлено по материалам: [6].

Спад туристской деятельности наблюдался во всех ее сферах. Больше, чем поездки на отдых, существенно сократились поездки с деловыми целями. Сокращение международных туристских поездок привело к снижению количества авиаперелетов и заполняемости гостиниц (особенно дорогих отелей). По сравнению с другими перевозчиками туристов авиакомпании пострадали больше всех [9].

В настоящее время экономическая неопределенность и высокий курс евро сдерживают желания европейцев и американцев путешествовать. Предпочтения отдыхающих меняются. Европейцы все больше выбирают не слишком дорогие и относительно близкие страны, например, такие как: Египет, Марокко, Турция, Хорватия. Заметно снижается спрос на дорогие курорты, дальние экзотические направления отдыха и возрастает интерес к восточно-европейским странам.

Развитие международного туризма характеризуется постоянным увеличением туристских затрат. Так, за период с 1995 по 2008 гг. они увеличились в 2,3 раза, а за 2000-2008 гг. – в 1,8 раза. Но в 2009 г. туристские затраты из-за кризиса снизились на 10,6 % по сравнению с 2008 г. и составили 852 млрд. американских долларов [12]. Основная их часть приходится на туристов из развитых стран мира.

Международные затраты на туризм в значительной степени зависят от величины туристского потока, о чем свидетельствует рассчитанный коэффициент корреляции ($R = 0,99$). Рост доходов от обслуживания туристов происходит гораздо более быстрыми темпами, нежели рост числа прибытий.

Доходы от международного туризма долгое время концентрировались в США, Канаде и группе европейских стран (Франция, Великобритания, Германия, Италия, Испания, Австрия, Швейцария). Но постепенно азиатские страны начинают завоевывать свои позиции на международном туристском рынке. Так, список стран с самыми высокими доходами от международ-

ного туризма в 2009 г. возглавили США, на втором месте стоит Испания, на третьем – Франция, на четвертом – Италия, а на пятом – Китай.

По расчетам Всемирной туристской организации в ближайшей перспективе туризм во всем мире снова начнет поступательно развиваться, преодолевая последствия финансово-экономического кризиса. Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи предполагает, что восстановление туристских объемов «может наступить раньше и в более значительной степени, чем предполагалось первоначально» [10].

Однако по расчетам ЮНВТО в Европе и Америке послекризисное восстановление туризма будет достаточно вялым: число посещений вырастет на 1-3 % и 2-4 % соответственно. В то же время число поездок в Азию, Африку и на Ближний Восток увеличится в среднем на 4-9 % [9].

В XXI в. пространственная структура международного туризма будет претерпевать дальнейшие изменения. Выполненный нами регрессивный анализ показал, что на ближайшую перспективу АТР по темпам прироста посещений его туристами до 2015 г. будет обходить другие макрорегионы мира.

Согласно прогнозам ЮНВТО, к 2020 г. Европа сохранит доминирующие позиции. Но на второе место выйдет АТР. Америка будет замыкать тройку лидеров. В целом география международного туризма будет определяться факторами привлекательности отдельных стран или регионов.

Итак, туристский рынок представляет собой сложную систему, развивающуюся интенсивно, но неравномерно. В настоящее время он претерпевает существенные изменения из-за повсеместно усиливающейся конкурентной борьбы в современном туристском бизнесе, которая накалена до предела.

Динамика туристских прибытий отражает зависимость туризма, в первую очередь, от политических и экономических факторов. Но, с другой стороны, даже в тяжелые времена люди продолжают путешествовать. Финансово-экономический кризис 2008-2009 гг. сказался на уменьшении туристских потоков и доходов от туризма. С 2010 г. ситуация на туристском рынке стала улучшаться. Меняющиеся точки роста туристских прибытий изменяют среднесрочные и долгосрочные тенденции развития международного туризма. Регионы и страны мира стараются занять свою нишу на мировом туристском рынке, разрабатывая новые туристские продукты. Поэтому всесторонняя и своевременная оценка его тенденций является очень важным фактором для составления экономической и туристской политики государства, в т. ч. и в Украине, которая могла бы извлекать из этого максимальную выгоду. Заинтересованным странам в развитии туризма следует учитывать положительный опыт проведения туристской политики передовыми странами.

Литература:

1. География туризма: / [учебник /кол. авторов / под ред. А.Ю. Александровой]. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.
2. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: Справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 368 с.
3. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). / О.О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
4. Портер Майкл Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
5. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: навч. посіб. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.
6. Tourism Trends and Policies. Organization for economic cooperation and development. – France, 2010.
7. Индекс конкурентоспособности в туризме / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 2011<http://prohotelia.com.ua/2011/03/tourism-competitiveness-index>
8. Китай занял 39-е место по конкурентоспособности в мировом туризме / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.cri.cn/841/2011/03/08/1s373464.htm>
9. Туристы уходят на юг и восток / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slon.ru/articles/320705/>

10. Мировой туристический поток в 2010 году вырастет – WTO / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.transday.ru/news/tour/14289-turisty-v-2010-godu.html>
11. Мировой туристский рынок / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://worldwidetour.ru/content/7/>
12. World Tourism Organization: / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.world-tourism.org/fact/tmt.html>

АНОТАЦІЯ

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Юрченко О.Є., аспірантка

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Стаття присвячена аналізу тенденцій розвитку світового ринку туристських послуг. В статті виділені напрямки розвитку туризму в глобальному масштабі. Розглянута класифікація національних туристських ринків. Показані крупні центри формування туристських потоків і зрушення в їх територіальній організації. Визначено вплив фінансово-економічної кризи на розвиток туризму.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, туристський ринок, туристський потік, туристські прибуття, туристські витрати.

SUMMARY

THE BASIC TENDENCIES OF INTERNATIONAL TOURISM MARKET AT THE PRESENT STAGE

Iurchenko E., graduate student

V.N. Karazin Kharkiv National University

This article is devoted to trends analysis of development of international tourism market. The tendencies of tourism development on a global scale. The classification of national tourism markets is considered. The major centers of formation of tourist flows and displacement in their territorial organization are shown. The influence of financial economic crisis on tourism development.

Key words: tourism, international tourism, tourism market, tourist flow, tourist arrivals, tourist expenses.

Поступила в редколлегию 27.12.2010 г.