

В.А. Ганский

Белорусский государственный экономический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В статье рассмотрены особенности и основные тенденции, присущие развитию глобального туристического рынка на современном этапе.

Ключевые слова: мировой рынок, туристические услуги, современные тенденции развития.

У статті розглянуті особливості та основні тенденції, притаманні розвитку глобального туристичного ринку на сучасному етапі.

Ключові слова: світовий ринок, туристичні послуги, сучасні тенденції розвитку.

The article describes the features and main trends inherent in the development of the global tourist market at present.

Key words: world markets, tourist services, modern trends.

Одной из характерных черт современного туризма является его массовость. Массовый характер туризм приобрел в послевоенные годы. Из предмета роскоши он стал потребностью для большинства населения многих стран мира. Массовый спрос на туристические услуги породил массовое туристическое производство. Формируется крепкая туристическая индустрия со своими институтами, своим продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством. К факторам, которые вызывали бурное развитие туризма в последние годы, можно отнести: рост общественного богатства и доходов населения; сокращение рабочего времени и увеличение свободного; расширение использования транспорта в туризме; развитие средств коммуникации и информационных технологий; сдвиги в структуре духовных ценностей и др.

Развитие мирового рынка туристических услуг происходит в соответствии с общемировыми тенденциями развития мирового хозяйства – транснационализации и глобализации. Глобализация в туристической отрасли проявляется в двух основных формах: росте количества туристических направлений и увеличении дальности поездок. В условиях глобализации и регионализации мировой экономики можно выделить такие тенденции развития рынка туристических услуг:

1. Высокий динамизм. За последние 20 лет среднегодовые темпы прироста количества иностранных туристов составляют более 5%, валютных поступлений – свыше 10%. Количество иностранных туристов к 2020 году должно вырасти до 1,578 млрд. чел. [1]. В Осакской декларации Тысячелетия высказывается уверенность, что „туризм вновь проявит свою стойкость перед международными кризисами и вскоре вновь возобновит свои темпы роста”, а в „ближайших два десятилетия продлит свой значительный рост, способствуя повышению диверсификации продуктов и усилению состоятельности”, темпы его развитию будут превышать 4% в год [2].

2. Развитие новых форм транснационализации. Наряду с традиционной горизонтальной интеграцией, которая происходит путем слияния, поглощения, открытия филиалов, франчайзинга, все большее распространение приобретает вертикальная, когда в единое целое объединяются туроператоры, гостиницы, транспортные предприятия и даже заведения торговли, банки, страховые компании и др. Фактически происходит проникновение в туристический бизнес транспортных, банковских, страховых, рекламных, торговых, промышленных компаний.

3. Последующая монополизация рынка. Например, три наиболее крупных туроператора Германии контролируют 70% рынка. Почти половину туристических рынков Франции и Великобритании контролируют соответственно три и четыре ведущих туроператора [3, с. 54-56]. Концентрация рынка и господство отдельных регионов может сузить возможности выбора и ослабит конкуренцию. Свободная и справедливая конкуренция, при которой отсутствуют ограничения на входение на рынок, дает потребителям наилучшую гарантию соответствия цены качеству [2].

4. Диверсификация. Мощные туристические предприятия наряду с предоставлением туристических услуг все больше в круг свои интересов включают смежные производства и услуги.

5. Кооперация малых и средних розничных туристических предприятий. В условиях вытеснения малых и средних фирм с мирового рынка туристических услуг они вынуждены объединяться с целью выработки общей политики и улучшения условий сотрудничества с мощными туроператорами. Малые и средние предприятия представляют собой хребет туристической индустрии, и их следует поощрять и поддерживать, защищать от недобросовестной конкуренции [2].

6. Информатизация мирового рынка туристических услуг. Информационные технологии приносят в туризм резкие изменения, особенно в области маркетинга, дифференциации и специализации турпродуктов [4, с. 233]. С развитием новых форм и средств связи, электронной торговли, происходит формирование единого информационного пространства, открываются возможности покупать-продавать туристические продукты одновременно в разных регионах мира. Вследствие этого возникает такое явление, как взаимозависимость цены на турпродукт во всем мире. В перспективе будет сформирован единый виртуальный туристический рынок. К этому следует добавить развитие компьютерных систем бронирования [5, с. 112].

7. Сужение специализации, индивидуализация предоставления туристических услуг, повышение требований к их качеству как последствия возрастающей конкуренции на мировом рынке. В настоящее время большинство гостиниц со стандартным набором услуг уступают конкурентам, использующим узкоспециализированные центры для конференций, бизнес-клубы, специализированные рестораны, экзотичные бары и т.п. Происходит изменение форм организации услуг, в частности растет доля индивидуальных туров. В то же время происходит переориентация на краткосрочные, но частые поездки.

8. Усиление государственной поддержки туризма. Иностраный туризм является важной составляющей поступлений валюты в страну, поэтому большинство государств проводят политику максимального содействия развитию отрасли путем льготного налогообложения, государственного кредитования и субсидирования инфраструктуры и т.п. При этом рентабельность туризма, какой бы значительной она не была, не может представлять собой единственный критерий определения государственного содействия. Право на отпуск, возможность для граждан ознакомиться с тем, что их окружает, усиление их национального сознания и та солидарность, которая связывает их с согражданами, чувство принадлежности к определенной культуре являются важными причинами поощрения участия в национальном и международном туризме [6].

9. Усиление взаимосвязей мирового рынка туристических услуг с другими рынками – недвижимости, рабочей силы, капитала, инноваций. Например, на грани рынков туристических услуг и недвижимости возникла новая форма размещения туристов – тайм-шер (англ. timeshare, «разделение времени»). Это не размещение в гостинице, но и не продажа недвижимости, а что-то среднее между ними –

приобретение недвижимости, собственность на которую ограничена во времени. Если во времена становления этим бизнесом занимались преимущественно малые предприниматели, то в настоящее время он является сферой интересов крупных корпораций. Мировыми лидерами по продаже тайм-шер являются компании Record Condominium International (RCI) и Interval International (II).

Мировому хозяйству на этапе глобализации присущ ступенчатый перелив капитала: от стран Центра к странам Полупериферии и Периферии. Именно эта черта обуславливает характер инвестиционных процессов в отрасли и влияет на развитие национальных рынков и деятельность рыночных структур, которые обеспечивают туристическое потребление. Ступенчатому ходу капитала в мировом хозяйстве соответствует многоступенчатый туристический обмен, связанный с уровнем социально-экономического развития и уровнем цен на турпродукт.

В международном туристическом процессе преобладают потоки из стран с высоким уровнем экономического развития в страны со средним уровнем экономического развития (при других неизменных компонентах); и из стран со средним уровнем развития – в страны низшего уровня развития. Это обусловлено низким уровнем цен и стоимости жизни, которые действуют в странах более низкой ступени и привлекают потенциальных туристов ценами турпродукта. Действие этого фактора ограничено возможностями туристической страны более низкой ступени по созданию комфортных и безопасных условий проведения досуга и соблюдения соответствующего уровня жизни, который был бы не хуже, чем в стране постоянного проживания туристов. Вот почему на мировом рынке туристических услуг не наблюдается значительного потока из стран с высоким уровнем жизни в страны с самым низким уровнем.

Региональное распределение международных туристических потоков в главных чертах сложилось давно. С начала массовых туристических обменов на мировом рынке туризма заметно выделяется Европа. Вторую позицию долгие годы крепко удерживает Америка. Европа и Северная Америка являются ключевыми туристическими регионами мира. На них приходится 4/5 всех прибытий. Новые туристические регионы – Азиатско-тихоокеанский, Ближневосточный и Африканский – также развиваются быстро. Однако они менее устойчивы к влиянию политических и экономических факторов. Периоды ускоренного роста туризма в них сменяются стагнацией и спадами. За прошлые десятилетия наиболее динамичным был Азиатско-тихоокеанский регион, в котором темпы роста числа прибытий в 9 раз опережали среднемировые. Африканский континент и Ближний Восток, посещаемость которых увеличивается сравнительно быстро, при низком абсолютном значении показателя прибытий влияют на мировую динамику туризма. Неравномерность темпов роста международного туризма в территориальном разрезе привела к изменению его региональной структуры в 1990-х годах по сравнению с 1950-1970 гг. Доля Европы и Америки снизилась при одновременном повышении удельного веса Азиатско-тихоокеанского региона и некоторой стабилизации положения других регионов мира, а также незначительно увеличилась доля Африки – до 4%. В XXI в. территориальная структура туризма будет продолжать меняться при сохранении прежних тенденций развития [1].

В течение второй половины XX века в развитии международного рынка туристических услуг прослеживалась стойкая тенденция к росту. Экономическая оценка конъюнктуры международного рынка туристических услуг на рубеже веков засвидетельствовала, что эта тенденция продолжалась, невзирая на колебания и спады в отдельные годы. Подтверждением этого является то, что в 2004-2007 годах

среднегодовые темпы прироста количества прибытий иностранных туристов в мире составляли 7%. Однако в 2008 году количество прибытий иностранных туристов выросло только на 15,9 млн. чел., или лишь на 1,8%. Это значит, что повышение спроса на международном рынке туристических услуг существенно замедлилось.

Количество прибытий служит основным показателем, характеризующим туристическое движение. Прибытия учитываются в абсолютном выражении в виде числа поездок за тот или иной отрезок времени. Однако абсолютные показатели туристических потоков не позволяют судить об уровне туристической активности, потому что они зависят от общей численности населения. Поэтому для оценки интенсивности туристических обменов количество прибытий рассчитывается на 100 человек населения, то есть выражается в виде относительной величины. По данным ВТО, на 100 человек приходится в среднем 10 поездок. По отдельным регионам значения показателя существенно отклоняются от среднемировых. Если в Центральной Африке и Южной Азии в 2000-х годах регистрировалось 0,5 прибытий на 100 человек, то в Карибском бассейне и Океании не менее 40. Наивысшая туристическая активность отмечается в Европе. Во всей Европе количество поездок за границу в расчете на 100 человек больше среднемирового уровня. Для прибытий максимальные значения показатель принимает в Южной и Западной Европе – свыше 60 прибытий на 100 человек, для поездок за границу в Северной и Западной Европе – более 70 отъездов на 100 человек [1].

На протяжении последних тридцати лет под воздействием вышеуказанных факторов международный туризм испытал существенные трансформации и превратился в авангардный сегмент глобального рынка. Значительно видоизменилась туристическая карта мира. Она отражает процесс формирования ряда региональных туристических рынков, которые отличаются между собой по интенсивности потоков, видам услуг, контингенту, уровню развития инфраструктуры и регуляции. Сегодня сформировались следующие туристические рынки: традиционные страны-монополисты (США, Франция, Испания, Италия, Великобритания), новые регионы (Китай, Турция, островные страны), наиболее перспективные страны (Мексика и страны Юго-Восточной Азии) и страны-апликанты (Россия и постсоциалистические страны). Для определения ведущих туристических центров мира следует учитывать как минимум два критерия – количество туристов, которых принимает страна и доход от международного туризма. Поступления от международного туризма концентрируются в группе развитых стран. Список наиболее доходных туристических стран возглавляют США, второе место – Испания, далее Франция и Италия.

Типологическими признаками национального туристического рынка являются комплексно-пропорциональное развитие индустрии туризма, ее ориентированность на участие в международных туристических связях и характер этих связей, влияние глобализационных процессов и интегрированность в мировую экономику. Развитие индустрии туризма характеризуется показателем доли туризма в ВВП и объемами прибыли в расчете на душу населения. Комплексно-пропорциональное развитие является результатом сбалансированности между внутренним и международным туризмом и его составляющими. Мера и характер участия страны в международном туристическом процессе можно определить по доле в объемах международного туризма и характеру его экспортно-импортных связей. Отсюда выделяются страны-генераторы туристических потоков со значительными объемами международного туризма и преобладанием отрицательного сальдо туристического баланса и страны-реципиенты с позитивным сальдо.

Влияние глобализационных процессов отражается на транснационализации туристической деятельности. На основе этого типологическими показателями являются: уровень социально-экономического развития, сформированность рыночных структур, уровень развития индустрии туризма, участие в мировом туристическом процессе, характер экспортно-импортных туристических связей. В мировой индустрии туризма выделяются следующие типы и подтипы национальных туристических рынков:

А. Страны высокого уровня экономического развития: а) с преобладанием международного туризма импортного направления; б) с преобладанием международного туризма экспортного направления.

Б. Стабилизированные: а) страны среднего уровня экономического развития с преобладанием международного туризма экспортного направления; б) новые индустриальные страны, ориентированные на развитие иностранного туризма; в) транзитивные страны с развитой рыночной структурой, где преобладает международный туризм экспортного направления.

В. Реформированные: а) страны переходного типа, формирующие рыночные структуры, где преобладает международный туризм экспортного направления; б) страны переходного типа, формирующие рыночные структуры и где преобладает международный туризм импортного направления; в) страны централизованно управляемой экономики с элементами рыночной, которые ориентированы на активизацию участия в международном туризме за счет наращивания экспорта туристических услуг.

Г. Аккумулирующие: а) развивающиеся страны со средними возможностями экономического развития, ориентированными на усиление участия в международном туризме за счет наращивания экспорта услуг; б) развивающиеся страны с доминированием иностранного туризма, которые принимают туристов и где туризм является одной из ведущих отраслей экономики;

Д. Пассивные: а) страны плановой экономики, которые поддерживают туризм как традиционную отрасль хозяйства, не расширяя участия в мировом туристическом процессе; б) наименее развитые страны, которые практически не принимают участия в международном туризме, а экспорт услуг связан с действием иностранного капитала.

В странах первых двух типов развитие рынка международного туризма сообщается с развитым рынком внутреннего туризма, в странах третьего типа преобладает рынок международного туризма, но наблюдается возобновление рынка внутреннего туризма. В странах четвертого типа рынок международного туризма преобладает, поскольку туризм воспринимается населением по большей части как вид экономической деятельности, а не как составляющая стиля жизни, в отличие от стран последнего типа, которые не позиционируют туризм как ведущую отрасль. Отмеченные структурные и типологические особенности могут быть положены в основу прогнозирования развития туристической деятельности на рынках любого уровня [8, с. 2].

Существенно расширилась и разнообразилась субъектная структура международного рынка туристических услуг, что проявляется в росте численности туристов, весомых изменениях половозрастной, профессиональной, национальной и социальной структуры. Коренные изменения испытала и видовая структура международного рынка туристических услуг. Наряду с традиционными видами туризма за последние два десятилетия широкое распространение приобрели неординарные и специфические виды туризма. В 2010 г. объем въездного туризма

увеличился во всем мире на 6,7% по сравнению с предыдущим годом и составил рекордные 935 млн. человек, тогда как в 2009 г. этот показатель снизился на 4%. Туристические потоки росли по всем без исключения направлениям. При этом учитывались только те туристы, которые пересекали государственные границы других стран. Так, поток туристов в 2010 г. увеличился на 58 млн. по сравнению с 2009 г. и на 22 млн. – по сравнению с 2008 г., когда было зафиксировано 913 млн. визитов в другие страны.

Самым популярным регионом мира для въездных туристов была и остается Европа, которую в 2010 г. посетили 471,5 млн. человек, или на 3,2% больше, чем годом ранее. Однако в Европе туристическая отрасль восстанавливалась медленнее, чем в других регионах мира, в связи с серьезными перебоями в авиасообщении, из-за экономической нестабильности в зоне евро и суровой непогоды зимой. Хотя во второй половине года ситуация начала исправляться и показатели отдельных стран были лучше, чем в среднем по региону, этого оказалось недостаточно, чтобы покрыть потери 2009 г. Страны Северной Европы стали единственным регионом мира, где в 2010 г. количество въездных туристов уменьшилось на 0,1%. Страны Америки и Карибского бассейна в 2010 г. посетило 151,2 млн. туристов, что на 7,7% больше, чем годом ранее. Туристическая отрасль в этом регионе восстановилась после спада 2009 г., вызванного экономическими трудностями на севере континента и последствиями вспышки гриппа А (H1N1). Рост экономики США, региональная интеграция в Центральной и Южной Америке, а также экономические успехи стран Латинской Америки помогли улучшить результаты региона в целом. Самыми быстрыми темпами в 2010 г. рос поток туристов, направляющихся в страны Южной Америки, которых прибыло 23,5 млн. человек, что на 10,4% больше, чем годом ранее. По темпам роста расходов во время пребывания за рубежом туристы из развивающихся стран намного опередили выходцев из стран с высоким уровнем доходов. При этом увеличение доходов в международном туризме пока отстает от показателей прибытий, что считается обычной тенденцией периода восстановления отрасли [7, с. 9].

Выводы. Современными тенденциями развития мирового рынка туристических услуг являются следующие:

- высокий динамизм, что подтверждается анализом среднегодовых темпов прироста количества иностранных туристов и валютных поступлений;
- развитие новых форм транснационализации, в частности вертикальной, чем свидетельствуют факты проникновения в туристический бизнес транспортных, банковских, страховых, рекламных, торговых, промышленных компаний;
- последующая монополизация рынка, которая вытекает из тенденций контроля доли рынка на уровне 70% и выше, и обусловлена усилением роли ТНК на международной арене;
- процесс диверсификации, подтверждаемый стойкой тенденцией предоставления наряду с туристическими услугами продукции и услуг смежных отраслей и усилением взаимосвязей рынка туруслуг с другими рынками;
- кооперация малых и средних розничных туристических предприятий, которая обусловлена необходимостью объединения для выработки общей политики в условиях жесткой конкуренции с крупными турфирмами;
- высокая информатизация всех участников мирового рынка туристических услуг, которая является результатом динамического развития информационно-коммуникационных систем;
- углубление либерализации и дерегулирования рынков;

– сужение специализации, индивидуализация предоставления услуг, повышение требований к качеству как последствия возрастающей конкуренции;

– усиление роли институционального обеспечения развития туризма и в большей степени такой составляющей, как государственная поддержка, что вытекает из стратегии большинства государств, нацеленной на содействие развитию туристической отрасли.

Поэтому в условиях глобализации мирохозяйственных процессов, которая смещает акценты и соотношения факторов, определяющих конкурентоспособность, для получения максимального эффекта от туристической деятельности на внешних рынках необходимо учитывать все новейшие тенденции и сдвиги на мировом рынке туристических услуг.

Библиографические ссылки и примечания

1. Tourism 2020 Vision [Электронный ресурс] // Официальный сайт Всемирной туристической организации (UNWTO). – Режим доступа: <http://www.unwto.org>
2. Оаская декларация тысячелетия [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росийского союза туристической индустрии: северо-западное отделение. – Режим доступа: <http://www.rstnw.ru>
3. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса / В.Ф. Данильчук. – Донецк: ДИТБ, 2000. – 146 с. – с. 54-56.
4. Жарков Г.Н. Правовое обеспечение международного туризма / Г.Н. Жарков. – К.: Кондор, 2004. – 486 с. – с. 233.
5. Ключников А.В. Менеджмент туризма: учебник. – М.: Советский спорт, 2009. – 228 с. – с. 112.
6. Манільська декларація по світовому туризму [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міжнародної туристичної академії. – Режим доступу: <http://www.intacadem.ru>
7. Антонюк Е.В. Структурно-функциональные факторы развития международного рынка туристических услуг. – Автореферат дисс. кандидата экономических наук: 08.00.02. – К.: ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», 2008. – 19 с.
8. Kester John. Tourism Trends and Marketing Strategies Programme // 2010 International Tourism Results and Prospects for 2011: UNWTO News Conference HQ. – Madrid, Spain. – 17 January 2011. – 16 p.

Надійшла до редакції 00.00.2012 г.

U. Ganski

MODERN TRENDS OF THE WORLD MARKET OF TOURIST SERVICES

The article describes the features and main trends inherent in the development of the global tourist market at present.

В.О. Ганський

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У статті розглянуті особливості та основні тенденції, притаманні розвитку глобального туристичного ринку на сучасному етапі.