Содержание

1. Современное состояние мирового туристического рынка и долгосрочные перспективы его развития

2. Факторы развития туризма

3. Проблемы развития выездного и внутреннего туризма в Российской Федерации

4. Стимулирование развития туризма в России

## 1. Современное состояние мирового туристического рынка и долгосрочные перспективы его развития

Объем международного туристического потока неуклонно продолжает расти даже в условиях время от времени возникающих проблем в экономической, политической, экологической энергетических и ряда других кризисов.

Если проанализировать данные по темпам развития мирового туризма за последние 50 лет, то можно увидеть колоссальный рост количественных и стоимостных показателей.

Таблица 1. Темпы развития международного туризма

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Год | Количество прибытий во всех странах, млн | Валютные поступления во всех странах, млрд. долл. |
| 1960 | 69 | 6,9 |
| 1970 | 159 | 17,9 |
| 1980 | 284 | 97,0 |
| 1990 | 415 | 230,0 |
| 2000 | 698 | 476,0 |
| 2008 | 924 | 534,6 |

Почти все регионы мира последние годы демонстрируют быстрый рост объемов туристического потока, но особенно значительных результатов добился Азиатско-Тихоокеанский регион, где число путешественников стало на 255% больше, чем в 2000 г. Этот успех объясняется активными рекламными кампаниями государств региона, а также поддержанием цен на "кризисном" уровне. Большой интерес к поездкам в страны Азиатско-Тихоокеанского региона проявляют жители Европы и Америки.

Обострившийся в последние года арабо-израильский конфликт помешал региону Ближнего Востока добиться значительных результатов. Однако паломнический туризм в прошлые года был наиболее популярен в Израиле, Иордании и Египте. Политическая стабильность и активное продвижение турпродукта позволяют и дальше удерживать лидерство в данном регионе популярным у россиян Египту и Турции. С каждым годом увеличивается турпоток в ОАЭ, в особенности в эмирате Дубай, который сумел достигнуть отличных результатов в летний сезон, который ранее считался традиционно низким.

Значительных результатов за последние восемь лет достигли государства Восточной и Центральной Европы, в первую очередь Хорватия, Словения, Венгрия, Черногория, став оздоровительными курортами. Лидерами Европы по туризму остаются Франция, Испания, Великобритания и Италия, которая совершила огромный рывок благодаря паломническому туризму.

Американский континент, особенно США и страны Карибского бассейна, продемонстрировали значительные темпы роста числа туристских прибытий. В 2008 г. США посетило на 15% туристов больше, чем в 2007 г. Особенно возросло число посетителей из важнейших для США заокеанских рынков.

Африканский континент показал за последние года самые скромные результаты, однако в таких странах, как Марокко, Тунис и Маврикий туристская отрасль продолжает динамично развиваться.

Значительные результаты в туризме в последние года были достигнуты во многом благодаря большому числу масштабных событий, таких, Летние Олимпийские игры в Китае, а также Зимние Олимпийские игры в Канаде, Чемпионат мира по хоккею, Европейский чемпионат по футболу и другие. Более 65% всех передвижений иностранных туристов и 75% создаваемых во всем мире поездок совершаются гражданами промышленно развитых стран.

Долгосрочные перспективы развития индустрии туризма представляются специалистам оптимистическими. Ожидается, что к 2010 г. в мире будет путешествовать 1 млрд чел., а к 2020 г. - 1,5 млрд чел. и доходы от гостинично-туристских услуг составят примерно 2 трлн долл.

Таблица 2. Страны - лидеры выездного туризма в 2010 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Страна | Количество международных поездок, млн. | Доля рынка,% |
| Германия | 163,5 | 10,2 |
| Япония | 141,5 | 8,8 |
| США | 123,5 | 7,7 |
| Китай | 100,0 | 6,2 |
| Великобритания | 96,1 | 6,0 |
| Франция | 37,6 | 2,3 |
| Нидерланды | 35,4 | 2,2 |
| Канада | 331,3 | 2,0 |
| Россия | 30,5 | 1,9 |
| Италия | 29,7 | 1,9 |

Таблица 3. Страны - лидеры въездного туризма в 2020 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Страна | Количество прибытий, млн | Доля рынка,% |
| Китай | 137,1 | 8,6 |
| США | 102,4 | 6,4 |
| Франция | 93,3 | 5,8 |
| Испания | 71,0 | 4,4 |
| Гонконг | 58,3 | 3,7 |
| Италия | 52,9 | 3,3 |
| Великобритания | 52,8 | 3,3 |
| Мексика | 48,9 | 3,1 |
| Россия | 47,1 | 2,9 |
| Чехия | 44,0 | 2,7 |

Для большинства стран мира, в настоящее время, туризм - один из основных источников дохода. Туризм занимает первое место в мире среди всех остальных секторов экономики по количеству рабочих мест. Если в 1998 г. в сфере туризма было занято 115 млн чел., то по прогнозу в 2020 году будет создано 550 млн рабочих мест.

В настоящее время туризм в различных странах развит очень неравномерно. Преимущественно туристы выезжают из высокоразвитых стран, являющихся по терминологии ВТО странами-поставщиками туристов. В эту группу входят государства, где доля выезда населения в заграничные поездки больше 10%. Число таких стран невелико (12-15), однако их список постоянно пополняется. До недавнего времени в их число, помимо высокоразвитых стран Западной и Северной Европы, Северной Америки и Японии, входили государства Восточной Европы и района Персидского залива. Сегодня их место активно занимают новые индустриальные страны, развивающиеся государства, достигшие высокой степени развития, - Республика Корея, Сингапур и др.

## 2. Факторы развития туризма

Прежде чем проводить анализ развития туризма в какой-либо стране необходимо выделить определенные позиции, которые влияют на туризм в целом и тормозят его развитие во всех странах.

Все эксперты в области туризма следующие факторы, влияющие на рост туристического потока:

политические;

экономические;

социально-демографические;

культурные;

научно-технический прогресс.

Далее обо всех подробнее.

Политические факторы. Один из самых важных факторов развития туристического бизнеса в стране - это стабильная политическая обстановка. Также, для развития туризма в той или иной стране важны сложившиеся международные отношения, сложившиеся с другими государствами; состояние торгового и платежного баланса данной страны и ее партнеров; международные отношения в мире или в отдельно взятом регионе.

Экономические факторы. Рост доходов населения в экономически развитых странах позволяет населению этих стран тратить больше денег на путешествия. Анализ доходов туристов из ряда европейских стран позволил выявить, что в туристском потоке почти всех стран по материальному положению преобладают представители среднего класса, а также широко представлена категория лиц с высокими доходами, формирующие спрос на высоко комфортабельные условия размещения и обслуживания.

На развитие туризма значительное влияние оказывают внешнеэкономическая деятельность государств, процессы интеграции и глобализации, происходящие во всех отраслях мировой экономики. Это способствует появлению различных новых видов делового туризма.

Однако такие явления в экономике, как ужесточение таможенных формальностей, финансовая нестабильность, экономические забастовки, могут значительно сдерживать деятельность организаций индустрии туризма.

Социально-демографические факторы. На развитие туризма влияет рост численности населения, особенно городского. Городской стиль жизни, по мнению психологов, отличают стресс, анонимность жизни, отсутствие контактов с людьми, отрыв от природы. В этой связи туризм для жителей городов представляет поиск душевного равновесия.

Для многих стран мира характерна тенденция изменения соотношения рабочего и свободного времени. С увеличением свободного времени в жизни людей обозначились две главные тенденции - дробление отпускного периода и рост непродолжительных поездок, т.е. туристские поездки становятся менее продолжительными, но более частыми.

Среди других изменений, имеющих отношение к туризму, следует выделить широкое вовлечение женщин в сферу общественного труда. Многие из них стремятся сделать карьеру. Соответственно это приводит к тому, что женщины позднее стали вступать в брак и рожать детей. Из-за стремления получить материальную независимость количество женщин, путешествующих с деловыми целями, возрастает большими темпами.

Культурные факторы. К ним относится удовлетворение культурных, образовательных и эстетических потребностей, что способствует развитию стремления у людей к познанию, исследованию жизни, традиций, культуры и истории других стран и народов. Приверженность к тем или иным типам организации отдыха и соответственно удовлетворение своих культурных потребностей весьма существенно различаются по странам.

Научно-технический прогресс. В настоящее время благодаря научно-техническому прогрессу уменьшается время пребывания в пути при поездках на отдаленные расстояния; усовершенствуется сервисное обслуживание на транспорте, который становится более комфортабельным для пассажиров; появляются новые прямые авиарейсы, скоростные магистрали (автомобильные, железнодорожные) и т.д.

Развитие туризма существенно зависит от информированности туристов о местах отдыха и различных путешествиях. Быстрое усовершенствование средств массовой информации позволило туристским организациям продвигать как туризм в целом, так и отдельные туристские продукты или услуги.

Подводя небольшой итог можно выделить что все факторы, влияющие на развитие туристской отрасли, можно разделить на две группы:

1) внешние факторы, которые действуют вне зависимости от функционирования организаций индустрии туризма (политические, экономические, социально-демографические и культурные);

2) внутренние факторы, способствующие развитию туризма, активно используемые туристскими организациями в своем функционировании.

При обслуживании туристов используются современные компьютерные технологии управления, возможности глобальных компьютерных сетей, позволяющие сформировать туристский продукт для клиента в короткий промежуток времени с учетом различных тарифов и систем поощрения постоянных клиентов.

Дальнейшее развитие туризма невозможно без строительства новых и реконструкции существующих объектов туризма с учетом последних достижений науки и техники; повышения культуры и качества обслуживания на основе индустриализации, технологизации и компьютеризации туристской индустрии; рационального использования имеющихся материальных ресурсов; применения современных технологий обслуживания туристов.

## 3. Проблемы развития выездного и внутреннего туризма в Российской Федерации

Анализируя положение в Российской Федерации, можно обозначить, что для нее, как и для большого количества стран Европы, характерны постепенное старение общества, увеличение количества городского населения в сравнении с сельским населением, довольно высокий уровень образованности, большое количество праздничных и выходных дней, возрастающий интерес россиян к людям в других странах и городах. Все перечисленные факторы закладывают хорошие основы для туризма. Однако, наряду с этим, определенным "тормозящим" фактором для развития въездного и внутреннего туризма является довольно низкий уровень жизни основного количества граждан страны. Если в ближайшие годы станет возможным переломить эту негативную тенденцию и стимулировать рост доходов, то российский туризм ожидает дальнейший подъем.

Большое влияние на формирование въездных туристопотоков имеют длительные экономически, культурные, а также исторические связи со странами. Преобладающий объем потока туристов приходиться на страны СНГ. Последние года, однако, отмечается увеличивающийся туристопоток из Турции, Китая, Израиля.

В 2008 г. Россию посетили 2100601 иностранцев с туристическими целями. Из них услугами российских туристских фирм воспользовались лишь 8,9%. Это свидетельствует о том, что отечественные фирмы пока не заняли должного места в международном туристском бизнесе и уступают инициативу в организации въездного туризма зарубежным конкурентам. В настоящее время в России наметилась возрастающая тенденция проникновения иностранных туристских фирм на внутренний рынок туристских услуг. И, как правило, иностранные туроператоры осуществляют самостоятельное обслуживание своих туристов в России, не привлекая для приема местных туроператоров.

Для большинства иностранных туристов (72,9%), воспользовавшихся услугами туристских фирм, основной целью поездки в Россию является отдых; большой популярностью у них пользуется также круизный туризм по России (15,8%).

Зимние месяцы года у иностранцев, посещающих Россию с целью отдыха, являются в основном мертвым сезоном (на них приходится лишь 2,7-3,4% обслуженных туристов). Увеличение оттока иностранных туристов начинается с марта (4,6%) и достигает своего пика в августе (18,5%), после чего начинает снижаться (с 11,3% в сентябре до 5,3% в ноябре).

Дальнейшее развитие въездного и внутреннего туризма никак невозможно без энергичного продвижения российского турпродукта на международном рынке, без формирования имиджа России за рубежом как государства, благоприятного для туризма. На мировом рынке наблюдается низкий уровень рекламы об уникальности регионов Российской Федерации, а также отсутствие продуманных туристские предложения по разнообразным маршрутам, с учетом размещения, питания, транспорта и т.д., дифференцированные по уровню доходов и разнообразным социальным группам населения.

Подробный анализ туристского рынка в РФ позволяет сделать заключение о том, что развитие туризма в нашей находится сейчас на начальном этапе. Сравнивая с другими государствами видно, что активность российских граждан остается на низком уровне в связи с недостаточной платежеспособностью - только 26% населения России совершают путешествия (к сравнению: в Германии, Японии - 79% населения, в Великобритании - 70%).

По мнению большинства руководителей туристских фирм (63,3% из 1137 опрошенных фирм), в настоящее время наблюдается тенденция постепенного роста популярности внутреннего туризма. При этом охотнее всего россияне посещают по туристским путевкам Санкт-Петербург (16,1% количества обслуженных туристскими фирмами внутренних туристов), Краснодарский край (15,5%), Москву (10,1%). Для внутреннего туризма характерны в основном краткосрочные туры (1-14 дней) с целью отдыха, оздоровления и т.д. (70,8% количества обслуженных туристов). Отдают предпочтение круизам на теплоходах и в автобусах 12%, выезжают на лечение в республиканские курорты и здравницы 6%. Только 11% россиян могут позволить себе более продолжительный организованный отдых (15-28 дней). Пик внутреннего туризма приходится на июль и август (20,6% и 23,1% туристов соответственно).

Обобщив и подытожив все проблемы с которым сталкивается туристский рынок Российской Федерации, можно выделить следующие 8 основных проблем:

Низкий профессионализм (выражается в недостатке практических навыков, а, порой, и теоретических знаний, что является причиной низкого уровня подготовленности менеджеров туристических компаний).

Низкое качество российского продукта (является следствием отсутствия гостеприимства и культуры обслуживания туристов на российских курортах, что не позволяет продавать отечественный туристический продукт).

Недобросовестность иностранных партнеров (некорректное отношение иностранных партнеров к российским туроператорам).

Отсутствие информации о ситуации в отдельных регионах России (отсутствие современных межрегиональных связей, отсутствие полной и объективной информации об особенностях потребностей в различных регионах России, а также об особенностях спроса, в зависимости от региональных групп).

Недостаточный уровень культуры корпоративных отношений (недостаточно хорошо развит уровень бизнес-коммуникаций среди различных туристических фирм для решения общих рыночных проблем).

Необъективность средств массовой информации (необъективная и недостоверная информация о ряде туристических компаний (информационная война компаний)).

Отсутствие четкого позиционирования туристических фирм (частая смена деятельности туроператоров с одного комплекса клиентских сегментов на другой, отсутствие четкой позиции предложений на рынке).

Недостаточная проработанность нормативной и законодательной базы (непроработанность законодательной базы, контролирующей бизнес - взаимоотношения на рынке туруслуг).

В настоящее время развитие внутреннего туризма находится в зачаточном состоянии по многим причинам. Во-первых, туристским фирмам нерентабельно показывать Россию россиянам (фирмы работают преимущественно с прибыльными зарубежными турами). Во-вторых, уровень цен на средства размещения достаточно высок при их низкой комфортабельности. В-третьих, население России недостаточно информировано о рекреационных возможностях регионов страны. В-четвертых, у туристских фирм возникают проблемы при работе с организациями санаторно-курортного комплекса и т.д.

И в завершение, развитие внутреннего туризма, как и въездного, невозможно без инвестирования материально-технической базы туризма и прежде всего средств приема и размещения туристов, реконструкции и строительства автодорог, сферы развлечений, учреждений культуры и памятников истории.

## 4. Стимулирование развития туризма в России

Развитие туризма в России сдерживается рядом проблем, которые требуют первоначального решения и без воплощения в жизнь которых не возможно дальнейшее формирование туризма в нашем государстве:

В российских регионах наблюдается острый недостаток качественной гостиничной инфраструктуры и развлекательной инфраструктуры, поэтому необходимо увеличить количество объектов размещения, развлечения и питания, построенных по европейским стандартам со строгой системой классификации.

Для большинства регионов существует проблема, связанная с транспортной доступностью туристических центров, что означает необходимость развития транспортной инфраструктуры (авиасообщения, железнодорожного транспорта и т.п.).

Довольно низкий уровень бюджетных расходов на туристическую отрасль ограничивает продвижение как и возможностей России в целом, так и ее регионов по отдельности на мировом рынке; правительству необходимо увеличить уровень бюджетных расходов на туризм в целом по стране, а не концентрироваться на отдельных регионах, а также передать функцию создания имиджа того или иного региона органам местного самоуправления.

Не создано эффективное законодательство для привлечения частных инвестиций в отрасль; государству необходимо мотивировать частных инвесторов на создание крупных вложения в развитие туристической инфраструктуры, рекламы России на международном рынке, продвижению российских туроператоров за рубежом.

Наблюдается довольно высокий дефицит квалифицированного персонала, который способен предложить качественное обслуживание туриста; решение данного вопроса начинается не только с контроля образования в российских ВУЗах, но и туристических компаниях различных категорий, которым необходимо проводить разнообразные тренинги и семинары по повышению квалификации работников.

Для достижения поставленных целей и задач разрабатываются программные мероприятия, их ресурсное обеспечение, определяются показатели экономической и социальной эффективности.

Многие регионы ведут достаточно активную работу по регулированию и поддержке внутреннего и въездного туризма. Региональные программы развития туризма разработаны в Санкт-Петербурге, Ленинградской, Новосибирской, Нижегородской, Костромской, Курской, Астраханской областях, республиках Саха, Якутия, Адыгея, Тыва. В Москве наряду с Программой имеется также Концепция развития туризма на перспективу. Аналогичные концепции есть в республиках Татарстан, Чувашия, Башкортостан, Марий Эл, в Томской, Кемеровской, Ивановской, Калужской, Челябинской, Курганской областях и других регионах.

Усиление внимания государства к важнейшим направлениям повышения конкурентоспособности российской сферы туризма, в частности созданию современной туристской индустрии, формированию и продвижению отечественного туристского продукта на мировом рынке, повышения привлекательности отдельных видов въездного туризма, проявляется в поддержке создания туристско-рекреационных особых экономических зон.