

РЫНОК ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

*И.Ю. СЕВРЮКОВ, старший преподаватель кафедры бизнеса в сфере услуг,
Новосибирский государственный университет экономики и управления
e-mail: ivan.sewruikov@gmail.com*

Аннотация

Туризм на рубеже веков превратился в одно из ведущих направлений социальной, культурной и политико-экономической сферы деятельности большинства стран мира. Туристская индустрия сегодня – это неотъемлемый инструмент формирования модели потребительского поведения значительной части населения нашей планеты. Современный международный туристский комплекс является одной из наиболее перспективных и динамично-развивающихся сфер мировой экономики.

Ключевые слова: туризм, туристская индустрия, глобализация, качество услуги, туристский спрос

Исследование общемировых туристских показателей последних десятилетий объективно свидетельствует о тенденции к их постепенно-устойчивому росту. По данным Всемирной туристской организации, средние темпы роста объемов предоставления туристских услуг за прошедшие 50 лет составили около 6% ежегодно. Это значительно выше среднегодовых темпов роста мировой экономики в целом. В еще большей степени растут показатели валютных поступлений (около 14 %) [5].

Если в середине XX в. число туристов во всем мире составляло около 25 млн че., а оборот мировой туристской индустрии составлял чуть более 2 млрд дол. США, то сегодня только рынок выездного туризма Китая дает такие цифры. Согласно данным ЮНВТО, в 2012 г. в мире было зарегистрировано 1038,0 млн прибытий туристов, а поступления от международного туризма достигли 1087 млрд дол. США.

В 2011 г., перейдя рубеж в 1 млрд международных прибытий, мировой туризм перешел на новую историческую фазу своего развития. На начало 2016 г. он занимает 4-е место

в структуре мирового экспорта товаров и услуг, уступая только топливно-энергетическому комплексу, химической и автомобильной промышленности.

По нашему мнению, причинами такого активного развития туристской индустрии являются следующие общемировые тенденции:

1) рост уровня благосостояния общества и значительное увеличение средств, выделяемых населением на туризм;

2) рост образовательного уровня населения и, как следствие, усиление познавательной потребительской активности;

3) коренные социально-демографические изменения, произошедшие в обществе за последние десятилетия, которые обусловили рост количества людей, располагающих всеми видами ресурсов для совершения путешествий. Эти изменения характеризуются влиянием следующих факторов: тенденции к более позднему вступлению в брак, увеличение числа работающих женщин, рост численности людей среднего и пожилого возраста, увеличение доли бездетных и одиноких людей;

4) быстрое развитие транспортной инфраструктуры и, как следствие, значительное повышение транспортной доступности регионов;

5) уменьшение числа жителей сельской местности и активизация процессов урбанизации, способствующие расширению количества потенциальных туристов;

6) трансформация информационных процессов и развитие средств массовых коммуникаций и, как следствие, повышение доступности информации вне зависимости от национальных и территориальных границ;

7) расширение экономических, политических и социокультурных связей между государствами;

8) упрощение визовых и пограничных формальностей.

По абсолютным показателям туристских прибытий, а также доходов от туристской деятельности лидером являются страны Европы (52,1% туристских прибытий в 2013 г.). Они обладают мощной туристской инфраструктурой и значительным числом туристских дестинаций. По итогам 2012 г., количество туристов, посетивших страны Европы, составило 540,2 млн чел., или 52,0% от общего числа международных прибытий. При этом доход составил 492,1 млрд дол., или 51,3% от общего дохода от туристской деятельности [3].

Примечательно, что у Америки, долгое время занимавшей безоговорочные лидирующие позиции, наметился устойчивый спад: итоги 2006 г. показали наихудшие результаты из всех регионов по динамике туристских прибытий и доходов. Показатель международных прибытий продемонстрировал рост немногим более 2,1% по сравнению с 2005 г., для сравнения Европа – 4,2%, АТР – 7,7%, Ближний Восток – 6,2%, Африка – 9,6%. Тенденция к снижению динамики роста наблюдается и относительно величины дохода, получаемого от оказания туристских услуг. Развитие внутрирегионального туризма оказало сильное воздействие на дальние туристские поездки, вследствие чего произошло ослабление позиций американского континента [3].

Страны Европы и Америки, традиционно занимавшие ведущие позиции в мировых рейтингах по показателям финансовых поступлений от туризма, на сегодня по-прежнему обладают достаточно серьезной концентрацией выездных и въездных туристских маршрутов. Они характеризуются значительным разнообразием туристского продукта и наиболее развитой туристской инфраструктурой. Однако в последнее десятилетие темпы роста их туристских рынков уступают другим регионам. В 2010 г. Азиатско-Тихоокеанский регион обогнал Америку в международных туристских прибытиях (205,4 млн чел.), став вторым по посещаемости регионом после Европы. Более того, в 2010 г. Африка заняла лидирующие позиции по темпам роста туристских посещений.

Исследуемый рынок характеризуется активным освоением новых туристских территорий. Активными участниками рынка становятся страны Южной и Центральной Африки и Южной Азии. Процесс перераспределения потоков посетителей между традиционно освоенными и новыми туристскими направлениями идет полным ходом.

Говоря о странах-лидерах, целесообразно выделить их десятку, как по числу меж-

дународных туристских прибытий, так и по финансовым объемам туристских поступлений. Примечательно, что Франция занимает первую строчку по числу прибытий, опередив Испанию и США. Однако по объему финансовых поступлений от туризма Франция находится на третьем месте, уступая США. Испания и здесь занимает второе место. Можно сделать вывод о том, что США привлекает сегмент туристов, склонных оставлять больше финансовых ресурсов и приезжающих на более длительный срок. В европейских странах количество дней туристского пребывания значительно ниже.

Результаты анализа данных по числу международных туристских прибытий и объемам финансовых поступлений от туризма за 2014 г. объективно свидетельствуют о том, что мировой туризм в глобальном масштабе не только сохранил завоеванные позиции, но и улучшил их. Тенденцией развития сегодняшнего международного туризма является перераспределение мировых туристских потоков и активное освоение новых туристских дестинаций [1].

Трансформация социально-экономических условий развития общества в общепланетарном масштабе определила глубинные сдвиги в спросе и потреблении туристских продуктов. Одной из главных тенденций развития международного туризма становится бурный рост числа краткосрочных поездок в выходные дни (или среди недели на 2–3 ночевки). При этом увеличивается количество путешествий, совершаемых одним туристом в течение календарного года. Туры становятся менее продолжительными, но увеличивается их частота. В литературе по туризму этот феномен получил название «путешествия с интервалом». Он существенным образом сглаживает наиболее острую проблему в туризме – проблему сезонности спроса на туристские продукты. Произошедшие изменения в структуре потребительского спроса связаны прежде всего с уменьшением числа последовательных дней отпуска занятых в общественном производстве и увеличением числа отпусков (дробление отпускного периода). Кроме того, следует отметить желание молодежи вырваться на отдых на несколько дней, без значительных перерывов в работе [4].

Вместе с тем в мировой туристской индустрии на рубеже веков наметилась тенденция к увеличению продолжительности пребывания во время межрегиональных путешествий. Это происходит главным образом за счет увеличения числа туристов среднего и старшего

возраста, которые имеют больше свободного времени для совершения длительных поездок.

Поляризация туристских предпочтений является еще одним глобальным трендом мирового туристского рынка. Увеличение спроса на инновационный персонифицированный или специализированный туристский продукт объясняется усилением позиций массового туризма в развитых туристских странах. Кроме того, значительно увеличивается уровень конкуренции на рынке туристских услуг. Общемировые тенденции требуют активизации действий со стороны стран, развивающих туризм. Необходимо определиться с приоритетными видами туристского продукта и создать условия для достижения оптимального соотношения его цены и качества.

Другим, не менее важным, трендом развития индустрии туризма является расширение туристского спроса у людей среднего и старшего возраста. Этот потребительский сегмент с каждым годом приобретает все больший вес в мировых туристских потоках. Причина кроется прежде всего в общемировой тенденции старения общества. Люди старше 60 лет имеют достаточное количество свободного времени, свободны от бытовых и семейных дел. Это позволяет им, при наличии достаточного количества финансовых ресурсов, совершать длительные путешествия несколько раз в год [4].

Увеличение требовательности туристов к уровню качества услуг свидетельствует о том, что турист, все больше путешествуя, узнает о современном мировом уровне сервиса. Отмечается рост туристских расходов во время самого путешествия и рост популярности инновационных средств размещения (горные шале, охотничьи домики, бунгало и т.д.). Поэтому одним из трендов развития глобального туризма является глубокая персонификация обслуживания и концентрация исключительно на запросах и потребностях клиента.

Кардинальные изменения затронули и стили отдыха. пляжный отдых остается наиболее популярной формой проведения отпуска. Но все большую конкуренцию ему составляют сегодня агроэкологический, авантюрный, экстремальный виды туризма. Изменения в потребительском спросе отвечают все в большей степени новым ценностям. Они все более утверждаются в психологии клиента и получают все большую поддержку в поведении и мышлении «нового» туриста.

Наиболее перспективные в современном мире виды туризма:

1) историко-познавательный туризм, охватывающий около 10% общего международного туристского потока и характеризующийся наиболее высокой средней нормой финансовых расходов;

2) активные виды туризма, такие как экстремальный и авантюрный, приобретающие все большую популярность в мире (в том числе в России);

3) специализированный туризм, включающий такие его разновидности, как аграрный, конгрессный, образовательный, событийный, медицинский и др.;

4) круизный – морские и речные круизы, в которых в 2014 г. участвовало более 10 млн чел.;

5) деловой туризм, охватывающий сферу научных мероприятий: деловые встречи, проведение событийных мероприятий и конференций и т.д.

Тенденции развития этих видов туризма позволяют сделать вывод о том, что именно они будут наиболее востребованными в ближайшие годы.

Обострение конкурентной борьбы как на рынке туристского спроса, так и на рынке туристского предложения является одним из наиболее ярко выраженных трендов мирового туризма. Рост конкуренции на рынке туристского спроса происходит в результате формирования большого числа туристских дестинаций с экспансивными планами привлечения туристов и достижения пика насыщения отдельных форм и видов туризма, продвигаемых традиционными туристскими центрами и странами [2].

Начало XXI в. характеризуется углублением специализации в индустрии туризма. Большинство туристских организаций выделяют для себя приоритетные направления деятельности и концентрируют на них все свои ресурсы. Так, в сфере туристского размещения отели все чаще ориентируются на конкретный рыночный сегмент, а туристские организации – на конкретный вид туризма. Специализация способствует росту числа туристских организаций, приводит к увеличению масштабов производства и снижению себестоимости туристского продукта. Следовательно, растет уровень удовлетворенности потребителей, повышается эффективность туристской деятельности. Вместе с тем, чем более узкую нишу на рынке занимает туристская организация, тем выше коммерческий риск. Поэтому современная индустрия туризма характеризуется усилением процессов глобализации

бизнеса и концентрации капиталов, что проявляется в создании туристских кластеров и гостиничных цепей, туристских и гостиничных ассоциаций, союзов, межнациональных правительственных и неправительственных организаций.

Глобализация туристского бизнеса ведет к увеличению массивов информации, поэтому сегодня ведение туристского бизнеса невозможно без инновационных средств передачи информации и внедрения новейших компьютерных технологий. Глобальная информатизация туристского бизнеса позволила упростить работу туристских организаций и повысить эффективность их работы [6].

Другой тенденцией мировой туристской индустрии является внедрение новых технологий в стратегию функционирования организаций индустрии гостеприимства, например, широкое использование ресурсов сети Интернет с целью активного продвижения своих услуг, а также внедрение в практику гостиничного бизнеса современных информационных систем бронирования и резервирования. Активизация использования потенциала интернет-технологий существенно упрощает процесс использования туристского предложения для потребителей.

При осуществлении государственной политики в туристской сфере национальные туристские администрации подавляющего большинства стран-участников ориентируются на прогноз развития туризма в мире «Туризм – панорама 2020», составленный Всемирной туристской организацией. Согласно представленному исследованию, устойчивые параметры роста социально-экономических и финансовых показателей в сфере международного туризма сохраняются.

Можно предположить, что в самом ближайшем будущем (перспектива от 5 до 10 лет) ежегодный рост мирового туристского рынка будет составлять чуть более 5% и к 2020 г. число международных туристских прибытий составит более 1,5 млрд поездок. Для сравнения, в 1995 г. этот показатель был 500 млн поездок. Финансовые доходы от международного туризма в 2020 г. составят более 2 трлн. дол., что более чем в 5 раз больше аналогичного показателя 2005 г. Важно отметить, что при этом более чем в 1,5 раза (с 707 дол. до 1248 дол.) возрастут расходы на одно туристское посещение [2].

Данные прогноза «Туризм – панорама 2020» объективно свидетельствуют, что общее число международных туристских прибытий к 2020 г. составит 1,6 млрд чел.

Следует отметить, что 1,2 млрд чел. будут путешествовать в пределах своих традиционных туристских регионов (Европа, Америка, Африка), и только 400 млн чел. будут совершать путешествия в другие регионы мира.

Соотношение между внутрирегиональными и межрегиональными путешествиями изменится в целом незначительно (с 80:20 в 1995 г. до 75:25 в 2020 г.). Примечательно, что ожидается некоторое изменение распределения туристов по регионам: лидирующие позиции сохранят Европа, Восточная Азия и Тихоокеанский регион, Америка. Быстрый рост туристских посещений ожидается от регионов Африки, Ближнего Востока и Южной Азии. К 2020 г. Российская Федерация войдет в десятку лидеров и займет девятое место в мире по количеству туристских посещений [2].

К 2020 г. список наиболее популярных туристских направлений изменится. По прогнозам самой посещаемой страной мира станет Китай. Его в 2020 г. посетит каждый десятый турист планеты. На втором месте останутся США, Франция переместится с первого на третье место. Ведущими странами мира по выезду туристов в 2020 г. станут Германия, Китай, Япония и США [2].

Индустрия туризма становится все более адаптивной к потребительским требованиям. Количество международных прибытий в общемировом масштабе ежегодно увеличивается. Для оценки эффективности функционирования международного туристского рынка принято использовать показатель индекса уверенности.

Индекс уверенности Всемирной туристской организации определяется результатами опросов по электронным каналам почте, проведенных секретариатом ЮНВТО. Опросы проводятся четыре раза в год, начиная с 2005 г. Их цель – фиксирование текущего состояния деятельности туристских организаций, а также краткосрочные прогнозы развития туристской индустрии. Анализ полученных данных позволяет практически в режиме реального времени сравнивать параметры прогнозов и текущие результаты. Кроме того, существует возможность сопоставления результатов фактической деятельности за последние четыре месяца с параметрами прогнозов. Как правило, полученные данные делятся на две группы: по регионам и виду деятельности.

Экспертам Комиссии по международному туризму Всемирной туристской организации направляется письмо с просьбой ответить на некоторые вопросы:

1. Как вы можете оценить уровень выполненной работы в вашем бизнесе за прошедшие четыре месяца по сравнению с тем, что вы могли бы ожидать в это время года?

2. Каковы, с вашей точки зрения, перспективы развития туристской отрасли в вашем направлении (бизнесе) на предстоящие четыре месяца по сравнению с тем, что вы могли бы ожидать в этот период?

Респонденты могут выбрать один из пяти возможных вариантов ответа: намного хуже (0); хуже (50); одинаково (100); лучше (150); намного лучше (200). Для получения результата определяется средний балл, который выводится отдельно по различным регионам и направлениям деятельности. Значение, превышающее 100 баллов, свидетельствует о том, что количество оптимистичных респондентов превышает число респондентов-пессимистов.

Ответы более 200 специалистов из почти 90 стран и территорий подтверждают положительные результаты, отмеченные в международном туризме в начале XXI в. Интересны распределения по регионам. Результаты в 2012 г. были следующими: наибольшие оценочные баллы дали эксперты из Африки (165 баллов), где улучшение транспортной инфраструктуры значительно увеличило спрос. Затем шли представители туристской индустрии из Америки (144 балла) и представители глобальных операторов (139 баллов). Представители европейских туристских организаций традиционно были менее оптимистичными – 137 баллов. Еще меньше оптимизма высказали опрошенные из Тихоокеанского региона (135 баллов). Отметим, что в отношении Европы полученная оценка (137 баллов) выше, чем прогнозные баллы, выставленные ее представителями в конце 2011 г. [3].

Вызывают интерес результаты по направлениям деятельности. Наивысшие оценки были даны представителями группы «Туроператоры и бюро путешествий (туристские агентства)» (153 балла). Они поставили в 2012 г. более высокие баллы, чем в конце 2011 г. Второе место занимают представители группы «Консультирование, исследование и медиа» со средним показателем 150 баллов. Далее идут группы «Транспорт» (145 баллов) и «Назначения» (142 балла). Оценку ниже среднего значения (140 баллов) в 2012 г. выставили представители группы «Основные организации отрасли и прочие» (126 баллов) [3].

Можно сделать вывод о том, что в индустрии туризма уже невозможна ситуация еще

совсем недавнего прошлого. Каждый последующий год будет характеризоваться новыми вызовами.

К основным дестабилизирующим факторам, характеризующим современную туристскую индустрию, можно отнести следующие.

Во-первых, существенное деструктивное воздействие на поступательное развитие рынка туристских услуг продолжают оказывать последствия глобального экономического кризиса.

Во-вторых, обостряются угрозы со стороны различного рода экстремистов и террористов. Однако, как показала практика, в последние 3–4 года влияние этих факторов было довольно ограниченным. Туристы повсеместно склонны принимать все риски на себя, и различного рода угрозы их практически не останавливают.

В-третьих, повышение цен на энергетические ресурсы, рост инфляционных ожиданий могут принципиально изменить сценарий развития событий в туристской индустрии в глобальном масштабе. На рубеже веков это не представляло серьезной проблемы, так как повышение цен было связано с устойчивым экономическим ростом, соответственно рос спрос на энергию.

В-четвертых, серьезной угрозой для мировой туристской индустрии может стать дальнейшее распространение инфекций. Информация об опасности или нежелательности поездок в те или иные регионы, необходимость получения туристских виз по-прежнему являются серьезными препятствиями для развития глобальной туристской индустрии. Отмена или упрощение визовых формальностей положительно сказывается на повышении спроса на туристские продукты. Поэтому упрощение визовых режимов в совокупности с исключением бюрократических проволочек может увеличить совокупный мировой туристский поток.

Библиографический список

1. *Архипов А.Е., Нюренбергер Л.Б.* Логистическое управление как инструмент модернизации отечественного рынка услуг (на примере туристской отрасли) // *Наука и практика.* 2013. №3 (11). С. 39–44.

2. *Архипов А.Е.* Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями в сфере услуг: теория и методология: дис. ... д-ра экон. наук. Омск, 2012.

3. Дусенко С.В., Лебедев К.А., Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е. Формирование управления субъектами туристического бизнеса: монография. М.; Новосибирск, 2014.

4. Егорова Н.Н., Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е., Таскаев Е.Н. Организационные и социально-экономические аспекты функционирования туристской отрасли. Кемерово, 2009.

5. Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е. Маркетинг туристских услуг: сущностные и функциональные особенности // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2011. №2 (76). С. 124–128.

6. Нюренбергер Л.Б. Современные проблемы формирования туристско-рекреационного спроса // Труд и социальные отношения. 2009. №6. С. 34–37.