

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

### ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе одной из наиболее динамично развивающихся и высоко доходных сфер мировой экономики является туризм, который способствует глубокой интеграции мирового хозяйства. Сегодня туризм приобретает межконтинентальные масштабы, а в ближайшем будущем (частично уже и в настоящее время) будет характеризоваться межпланетным перемещением. Туристские услуги трансформируются и проявляются в различных сферах: в научном сотрудничестве, в культурных и торговых связях между регионами, в создании совместных экскурсионных центров или межстрановых маршрутов, в информационных технологиях и т.д.

### ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Международный туризм отличается комплексностью услуг, которые создаются усилиями большого числа предприятий разных стран. Понятие «туристский продукт» отличается значительной емкостью и одновременно точным определением. В узком смысле туристский продукт представляет собой услуги, удовлетворяющие потребности туристов и приобретающие потребительскую стоимость. В широком смысле под туристским продуктом понимают любую из ниже перечисленных услуг в отдельности или их совокупность – услуги гостиничного бизнеса, транспортные услуги, экскурсионный сектор, услуги по организации питания, медицинские услуги оздоровительного характера, посреднические услуги туристских операторов и агентов, переводческие, коммунальные и прочие услуги.

В настоящее время на долю международного туризма приходится около 8 % мирового валового национального продукта, 7 % суммарных капитальных вложений, 11 % мировых потребительских расходов и 5 % налоговых поступлений. Кроме того, в мире насчитывается ряд государств, в которых доходы от специализации на туризме превышают в несколько раз доходы от экспорта. На сегодняшний момент привлекательность туристского бизнеса обоснована наименьшими стартовыми инвестициями, быстрым сроком их окупаемости, ежегодно возрастающим спросом на туристские услуги, высоким уровнем рентабельности произведенных затрат.

Развитию международного туризма способствуют объективные и субъективные факторы. В группе объективных факторов лидирующее место занимают социально-экономические, основа которых кроется в опережающем росте личных доходов населения над размерами расходов для удовлетворения необходимых первичных потребностей (питания, одежды, коммунальные выплаты). Кроме того, возрас-

тает социальная значимость отдыха. К субъективным факторам, влияющим на развитие мирового туризма, относят деятельность государственных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и упрощающих эту процедуру и т.п. Также стоит отметить интенсивное развитие средств массовой информации и распространение всемирной сети Интернет, которая выступает главным источником туристской информации, в том числе гидом и путешественником.

Современное состояние и перспективы интеграции Республики Беларусь в мировое сообщество определяют необходимость пристального внимания к международному туризму, выявлению его специфики и закономерностей развития. Возможности нашей страны, как в прочем и других государств, в направлении привлечения иностранных инвестиций в сферу туризма, будут способствовать созданию и развитию туристской инфраструктуры, наличие и качество которой формирует объемы приезжающих туристов, их географию и структуру. Потенциальный туристский поток будет увеличивать валютные поступления в экономику Республики Беларусь, которые необходимы непосредственно для развития самой туристской индустрии и для других сфер. Возможности приема иностранных туристов у нашего региона обосновываются наличием природных, культурно-исторических и социально-этнических ресурсов. Приезд туристов открывает значительные перспективы для развития всего национального хозяйства страны.

Актуальность исследования современного этапа развития международного туризма подтверждается существующей конъюнктурой мирового туристского рынка, выявлением специфики и особенностей, формируемых с учетом региона, культурных традиций, религии и быта людей. Построение прогнозов на основе полученной информации непосредственно формируют перспективные направления развития всего мирового туризма и его регионов, которые можно переносить на национальный уровень.

В настоящее время на рынке туристских услуг происходят значительные изменения в структуре спроса и предложения, связанные с существующей политической обстановкой, с высоким уровнем информационной загруженности и интенсивности повседневной жизни, что делает отдых необходимым.

Сегодня продолжается реформация стереотипов поведения туристов, направленная на их переориентацию с пассивного отдыха на активный. Тенденция увеличения активности и мобильности туристов, не зависимо от возраста и уровня доходов, преобладание комплексности в туризме отмечались в конце прошлого века, и в начале нового века они усиливаются (табл. 1). Современные туристы предпочитают отдых с индивидуальной корректировкой туристского продукта, в

Таблица 1. Целевые установки туристов из Западной Европы

50-70-е годы XX века	80-90-е годы XX века	начало XXI века
Лениться и загорать	Смена впечатлений	Поиск удовольствий и участие в процессе его получения
Баловать себя, ни о чем не заботиться	Отдых в малой компании	Активный отдых по индивидуальной программе
Потреблять блага цивилизации в полном объеме	Наслаждение близости природы	Участие в экосистеме «человек-природа»

Источник: Дурович А.П. Маркетинг в туризме

Скопец Г.Г., старший преподаватель кафедры мировой экономики, маркетинга, инвестиций Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

Таблица 2. Прогноз популярных направлений мирового туризма к 2020 году

№ п/п	Страна	Кол-во туристских прибытий, млн.	Доля на мировом туристском рынке, %
1	Китай	137,1	8,6
2	США	102,4	6,4
3	Франция	93,3	5,8
4	Испания	71,0	4,4
5	Гонконг	59,3	3,7
6	Италия	52,9	3,3
7	Великобритания	52,8	3,3
8	Мексика	48,9	3,1
9	Россия	47,1	2,9
10	Чехия	44,0	2,7

Источник: Туризм, практика, проблемы, перспективы. 2000 №2

котором не малую роль отводят активным занятиям спортом в замен просмотра картин, испытаниям в приключениях своих физических и эмоциональных сил, посещениям не тронутых цивилизацией экологических регионов и т.д. Подобные изменения мотивации туристских поездок связаны с растущим спросом на удовольствия и смену впечатлений туристов, но стоит подчеркнуть независимость от их источника или объекта удовольствия. Лидирующее место в выборе современного туриста стал занимать сам процесс получения удовольствия, который начинается приходом к туристскому агенту и завершается возвращением домой с поездки.

Особой чертой современного спроса на туристские услуги выступает экологизация мышления туристов и общества. Человечество, осознавая хрупкость окружающего мира, отмечая последствия региональных экологических катастроф, уже сегодня пропагандирует мягкий туризм, основанный на принципах единства человека и окружающей среды. На перспективу прогнозируется значительное увеличение спроса на экологические туры, что соответственно приведет к возрастанию числа экологических туристских центров.

Современный период отличается интенсификацией туристского отдыха, что проявляется в желании и стремлении туристов получить максимум впечатлений от совершаемых путешествий. Интенсификация международного туризма проявляется в насыщении поездок различными мероприятиями: подводным плаванием, прогулками, катаниями, встречами, экскурсиями, развлекательными мероприятиями и прочими. Эти методы формируют большое число различных туристских продуктов, которые реализуются совместными усилиями различных субъектов на международном рынке.

Начало нового тысячелетия отличается значительной насыщенностью туристского рынка, что способствует индивидуализации предлагаемых туристских услуг на основе существующего спроса. В условиях жесткой конкуренции фирмы вынуждены создавать туристский продукт, ориентированный на целевые группы туристов. Так, в Европе более востребованными становятся индивидуальные поездки или групповые поездки малой численностью туристов. Кроме того, особую популярность среди туристов из разных регионов завоевывает экзотический отдых, который также отличается огромным разнообразием. Это плавание по подводным пещерам мексиканского полуострова Юкатан, посещение вулканов и гейзеров Исландии, катание на горных лыжах в Андах, в моде и поездки в Южную Америку и т.д.

Существенные изменения происходят в количестве и продолжительности международных туристских поездок в течение года. На сегодняшний момент выделяют характерную тенденцию роста частотности путешествий (числа поездок) с одновременным сокращением длительности пребывания в туристских регионах. Современные туристы предпочитают отдыхать во время 11-дневного летнего отпуска и 7-дневного зимнего отпуска. Кроме того, модно совершать путешествия в выходные и праздничные дни продолжительностью до трех туристских дней. Такие изменения скрывают ряд причин, к которым в

первую очередь относят высокий уровень ежедневных туристских расходов, необходимость более частого отдыха связана с возрастающим нервным напряжением и психологическими перегрузками жителей современных городов (особенно мегаполисов), отдых от загрязненных условий проживания, от депрессии, от физической и умственной работы и т.п.

Тенденция увеличения доли выезжающих туристов за рубеж над въездом туристов в страну была характерна в конце прошлого века для некоторых регионов, а на сегодняшний момент и по прогнозам на ближайший период экспансия выездного туризма будет увеличиваться. Многие страны за счет валютных поступлений из туристского сектора решают свои проблемы. На долю мирового туризма приходится каждая двенадцатая единица валового продукта. Согласно прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 году количество международных туристских прибытий возрастет до 1 миллиарда 600 тысяч. В структуре туристских поездок прогнозируется более быстрый рост числа поездок за рубеж и сокращение внутренних перемещений по странам. Одним из самых модных туристских направлений станут страны Юго-Восточной Азии, Китай и Япония (таблица 2). Далее наиболее популярными будут международные туристские поездки в США и Мексику, Францию, Испанию, Италию и прочие. В десятку лидирующих стран по приему иностранных туристов войдет и Российская Федерация. Расходы туристов будут увеличиваться и по прогнозам в 2020 году составят около 5 млрд. долларов (исключая авиаперевозки).

Что касается стран-поставщиков туристов, то, как и в настоящий момент, так и в прогнозном периоде, лидерство сохраняют такие страны, как Германия (163 млн. поездок), Япония (141 млн. поездок), США (123 млн. поездок), Китай (100 млн. поездок), Великобритания (96 млн. поездок) и прочие.

Современный рынок международного туризма отличается жесткой конкуренцией между различными регионами, странами, фирмами и т.д. Для многих стран туризм является весомой статьей дохода национального экспорта, также как и многие туристские предприятия формируют значительную долю налоговых поступлений в бюджет. Поэтому результаты борьбы за потенциальных иностранных туристов напрямую зависят от эффективной туристской политики государства, от благоприятного имиджа страны и от деятельности самих туристских предприятий.

Отсюда следует, что интеграцию Беларуси в международный туризм необходимо осуществлять во всех направлениях: путем активизации государственной туристской политики, формирования имиджа страны с первозданной природой и пропаганды экологических центров и других ресурсов страны.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В итоге, следует подчеркнуть, тенденции развития международного туризма динамично изменяются под влиянием ряда факторов – экономического потенциала и темпов развития регионов, с развитием информационных технологий и с

урбанизацией населения. Для успешной работы в сфере туризма необходимо учитывать происходящие изменения на мировом рынке туристских услуг, формировать продуктовую стратегию с учетом новых целей путешествий и их сроков, направленности туристских поездок. Предлагая на рынок адаптированные туристские продукты, ориентированные на целевые группы туристов, дополнять их реализацию комплексом маркетинга.

С учетом роста международных поездок и изменения их направленности белорусским туристским фирмам стоит расширить географию предлагаемых туров для национальных туристов. Кроме того, возникает необходимость адаптации предложения белорусских туристских предприятий для иностранных туристов с учетом перечисленных параметров.

УДК 331.526

**Черник Н.Ю.**

## ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

### ВВЕДЕНИЕ

Современная экономическая наука уделяет пристальное внимание выявлению роли интеллектуального капитала в обеспечении эффективного функционирования экономических систем, их интенсивном развитии и повышении качества уровня производства. Актуализируется проблема теоретического анализа роли интеллектуального капитала как фактора современного экономического развития.

Термин интеллектуальный капитал (ИК) используется в широком смысле для обозначения неосязаемых активов, которые имеют решающее значение для успеха и конкурентоспособности компании, в связи с чем необходимость отражения их в годовых отчетах компаний возрастает.

### МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Методы измерения интеллектуального капитала разрабатываются с целью углубления понимания сути всех видов нематериальных активов, а также для создания логичной теории, объясняющей, как такие активы следует выявлять и измерять, чтобы точно оценивать стоимость организаций. Предполагается, что уточнение рыночных оценок их стоимости приведет к оптимизации потоков капитала, что, в свою очередь, будет означать повышение эффективности рыночной экономики.

Концепция интеллектуального капитала тесно связана с концепцией управления бизнесом посредством измерения и классификации. Это крайне важно с позиций обеспечения эффективного менеджмента, так как результативное управление предполагает возможность количественной оценки объектов и процессов. Разработчики программ измерения интеллектуального капитала утверждают, что измерение элементов, которые в прошлом не подвергались количественной оценке, позволит менеджерам получить более ясное представление о способности организации достичь своих целей.

Одним из общепризнанных измерителей интеллектуального капитала является **q**-индекс Тобина [2]. Он может быть рассчитан путем деления рыночной стоимости компании (произведения цены акции на количество акций) на сумму, которую необходимо затратить для замещения физических активов (или в некоторых случаях – на балансовую стоимость компании, включающую стоимость финансовых активов).

$$Ит = РС / БС, \quad (1)$$

где **Ит** – **q**-индекс Тобина;

**РС** – рыночная стоимость компании;

**БС** – балансовая стоимость компании.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. – Мн.: Новое издание, 2004.
4. Квартальное В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
5. Муталимов М.Г., Муталимов С.М., Дурович А.П. Мировая экономика и международные экономические отношения. – Мн.: Армита. – Маркетинг, менеджмент, 2000.

Данный показатель отражает все составляющие стоимости компании, не показанные в балансовых отчетах. Наряду с такими разнообразными факторами, как прогнозируемые будущие доходы, опасения брокеров, мнения экспертов и дефекты рынка, в нем косвенно учтены нематериальные активы, охватываемые термином «интеллектуальный капитал».

Если **q**-индекс Тобина больше единицы, это означает, что рыночная стоимость компании превосходит балансовую стоимость, и, следовательно, в биржевой цене отражены некоторые незарегистрированные (но измеренные) активы компании. Если **q**-индекс Тобина меньше единицы, это означает, что биржевая стоимость меньше суммарной балансовой стоимости ее активов, из чего следует, что компания, возможно, недооценивается биржей.

Практически **q**-индекс Тобина может быть использован для оценки значимости интеллектуального капитала в различных отраслях. Специалисты группы Carnegie Group рассчитали отношения рыночной стоимости к балансовой стоимости в нескольких отраслях и обнаружили, что чем сложнее используемые технологии, тем выше среднотраслевое значение этого показателя. Иначе говоря, высокотехнологичные отрасли отличаются высокими значениями **q**-индекса Тобина. Так, например, в 1980 году этот показатель у компаний Microsoft и Emerson Electric был примерно равен 8 и 2 соответственно [2].

Вместе с тем, **q**-индекс Тобина дает приближенную оценку стоимости интеллектуального капитала, поскольку может отражать влияние и многих других параметров. На его значение могут оказывать влияние, например, основанные на макроэкономической динамике прогнозы потенциальных инвесторов относительно рыночной конъюнктуры или слухи о предстоящем приобретении компании.

Можно выделить три причины роста популярности программ измерения интеллектуального капитала: неточность оценок рыночной стоимости компаний; стремление устранить внутренние источники неэффективности ее работы; необходимость измерений для формулирования и реализации стратегии.

Многие инициативы по учету интеллектуального капитала вызваны стремлением компаний увеличить свою стоимость. С точки зрения ресурсного подхода способность адекватно оценить рыночную стоимость компании, намеченной к приобретению, становится весьма существенной в современных условиях глобализации и интегрирования экономики.

Рыночных инвесторов особенно беспокоят слабость связи между публикуемыми учетными данными и ценами акций, а