

В заключение, следует подчеркнуть, что связи с ответственностью уже не сенсация в управленческой деятельности. За ПР – большое будущее. И заниматься этим необходимо серьезно и профессионально. Без налаженной системы ПР нельзя способствовать установлению или поддержанию взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача.

УДК 33:796.5

**Баюн М.Н.**

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Международный туризм в конце XX в. вышел на лидирующее место в мире по экономической, социальной и политической значимости. Он расширяет торговые, научно-технические, культурные связи между странами, способствует развитию международных отношений.

Страны, располагающие значительными рекреационно-туристскими ресурсами, выгодным транспортно-географическим положением по отношению к центрам спроса, при разумной политике могут привлечь инвестиции в туристский сектор, который в настоящий момент обеспечивает быстрый оборот капитала и получение прибыли.

На сегодняшний день многие государства и регионы решают многие свои проблемы за счет валютных поступлений от туризма. На долю туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта и около 7% мировых инвестиций. За последние двадцать лет среднегодовые темпы роста прибытия иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений –14,0%. По прогнозам специалистов, бурное развитие туризма ожидается и далее: к 2005г. эта отрасль станет ведущей в мировом экспорте. Ожидается, что при сохранении современных темпов роста число участников международных путешествий к 2020 г. составит более 1 млрд. 600 млн. человек. Уже сегодня практически каждый житель Западной Европы ежегодно путешествует как внутри страны, так и за ее пределы.

В современной научной литературе выделяют две группы факторов, влияющих на развитие мирового туризма: экзогенные (которые вызываются внешними причинами) и эндогенные (вызываемые внутренними причинами). Среди экзогенных факторов главная роль принадлежит политической ситуации, в частности, развитию мирового туризма очень способствовали попытки наладить международное сотрудничество после I и II мировой войны. Одним из главных предпосылок развития туризма является и социально-экономический фактор. При соответствующих темпах роста благосостояния расходы на путешествия быстро переходят в разряд первостепенных. В структуре потребления жителей промышленно развитых стран расходы на отдых и путешествия, а также образование значительно превышают затраты на приобретение продуктов питания и одежды.

К группе эндогенных факторов развития международного туризма относятся природные и социально-культурные факторы, туристская инфраструктура, безопасность туристов.

Существуют определенные географические особенности развития туристских регионов мира. На сегодняшний момент существуют различные их классификации. Наиболее распространенной является туристское районирование, разработанное Всемирной туристской организацией. В соответствии с данной классификацией в мире выделяются шесть крупных макрорегионов: Европа, Америка, Восточная Азия и Океания,

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник. –М.:ИКФ «ЭКМОС», 2002г.-480с.
2. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., «Рефл-бук», К.: «Ваклер».-2003.-528с.
3. Психологические основы «Паблик рилейшнз». 2-е изд./ Е. Богданов, В. Зазыкин.-СПб.:Питер,2003.-208с.

Южная Азия, Африка, Ближний Восток.

В 1990-х годах в туристских прибытиях и поступлениях от международного туризма произошли существенные изменения. На уровне макрорегионов международный туризм продолжает оставаться явлением внутрорегиональным в основных туристских регионах мира. На внутрорегиональные потоки в Европе и Америке приходится до 80-90% всех туристских прибытий, В Восточной Азии и Океании – до 70%.

В представленной ниже таблице приведены наиболее посещаемые в основных макрорегионах страны, а также страны, генерирующие туристские потоки для данных регионов.

Наибольшие изменения в региональной структуре прибытий за последнее десятилетие произошли в Африке, где в 1990-х гг. в международном туризме внутрорегиональный объем стал преобладающим (64%). Основные туристские потоки в мире сконцентрированы внутри Европы, Америки и региона Восточной Азии и Тихоокеанского региона.

«Принимающими» макрорегионами, т.е. регионами, поток туристов в которые превышает их выезд, являются Европа, Африка и Ближний Восток. «Отправляющими» макрорегионами, т.е. поток выезжающих туристов превышает прибытия, являются Америка, Восточная Азия и Океания и Южная Азия.

Наиболее развитыми в отношении международного туризма являются Европа, Америка, Восточная Азия и Океания. На них приходится более 90% всех туристских посещений. При этом лидирующим регионом является Европа, что объясняется рядом причин, среди которых благоприятные социально-экономические, политические, культурно-исторические и транспортные предпосылки.

Основные туристские потоки в Европе концентрируются в странах Западной и Южной Европы, северные страны (Ирландия, Скандинавские страны) специализируются на экотуризме.

Самым быстрорастущим в мире является Азиатско-Тихоокеанский туристский регион, что вызвано в основном существенным ростом доходов населения, увеличением количества свободного времени, совершенствованием транспортной инфраструктуры.

При анализе степени развития туристской отрасли выделяют четыре типа мезорегионов:

- центры развития международного туризма;
- зоны интенсивного развития;
- периферийные зоны экстенсивного развития;
- периферийные зоны в состоянии стагнации.

Центрами развития международного туризма являются Западная Европа, Северная Европа, Северная Америка, Центрально-Восточная Азия. Данные регионы формируют значительные миграционные потоки в другие страны, что ведет к созданию отрицательного туристского баланса в связи с существенными расходами на международный туризм в странах Западной и Северной Европы.

Таблица 1. Международный туризм в регионах мира

Основные страны – туристские центры регионов	Основные страны, генерирующие туристские потоки
<b>Америка</b>	
США, Пуэрто-Рико, Канада, Мексика, Доминиканская Республика, Бразилия, Багамские о-ва, Аргентина	США, Великобритания, Канада, Япония, Германия, Мексика, Франция, Скандинавские страны
<b>Африка</b>	
Тунис, Марокко, Алжир, ЮАР, Кения, Ботсвана, Зимбабве, Свазиленд	Франция, Германия, Италия, Испания, Великобритания, Швейцария, Нидерланды, США
<b>Ближний Восток</b>	
Иордания, Египет, Сирия, Бахрейн, Саудовская Аравия, ОАЭ	Египет, Иордания, Великобритания, США, Германия, Франция
<b>ВАТ</b>	
Китай, Малайзия, Гонконг, Япония, Таиланд, Корея, Сингапур, Австралия	Япония, Великобритания, Германия, США, Южная Корея, Таиланд, Австралия, Новая Зеландия
<b>Европа</b>	
Франция, Австрия, Испания, Италия, Великобритания, Германия, Венгрия, Швейцария	Германия, Нидерланды, Франция, Великобритания, Италия, Бельгия, Норвегия, Швеция, США
<b>Южная Азия</b>	
Индия, Пакистан, Шри-Ланка, Непал, Иран, Мальдивская Республика, Бангладэш	Великобритания, Индия, Германия, США, Франция, Япония, Италия

Источник: Папирян Г.А. Экономика туризма.

Зоны интенсивного развития – регионы, расположенные близко к центрам развития (Южная Европа, Карибский регион, Юго-Восточная Азия). Регионы данной группы выступают зоной обеспечения рекреационно-туристского спроса индустриально развитых стран Западной Европы, США, Канады, Японии. Данные регионы характеризуются высоким уровнем развития туристского обслуживания, что вызвано притоком иностранного капитала (в основном из центров развития туризма), который привлекает более дешевая рабочая сила и богатые рекреационные ресурсы.

Периферийные зоны экстенсивного развития - это Северная Африка, Восточное Средиземноморье, Ближний, Восток, Австралия и Микронезия. Зона отличается близостью к центрам развития международного туризма, но интенсивность турпотоков является среднемировой, а поступления и расходы на международный туризм – ниже среднемировых.

Центрально-Восточная Европа занимает промежуточное положение между зоной экстенсивного развития и периферийной зоной в состоянии стагнации.

Периферийную зону в состоянии стагнации образуют Южная и Центральная Америка, Западная Африка, Южная Азия, Меланезия и Полинезия. Данные регионы отличаются слабым развитием туризма.

В целом развитие международного туризма очень неравномерно, причиной чему выступает различный уровень социально-экономического развития стран, неравномерность распределения рекреационных ресурсов.

В соответствии с прогнозами Всемирной туристской организации в ближайшие 5 лет в международном туризме будут сокращаться доли Европейского и Американского регионов и одновременно увеличиваться доли Восточной Азии и Тихоокеанского региона.

Азиатско-Тихоокеанский регион является и будет продолжать оставаться самым быстрорастущим регионом мира. Темпы роста превышают среднемировые в 2 раза и составляют около 6,5% в год. В соответствии с прогнозом ВТО в XXI в. зоны мирового туризма переместятся из Средиземноморского региона в Тихоокеанский. Но как и во всех макрорегионах мира, миграционные потоки останутся внутрирегиональными.

Африканский регион отличается стабильно невысоким развитием туризма, что вызвано высокими ценами на предлагаемый турпродукт и относительно низким сервисом.

Регион Ближнего Востока характеризуется политической нестабильностью, низкой степенью безопасности для тури-

стов, что сдерживает как приток туристов, так и инвестиции в данную сферу. Регион отличается развитием преимущественно религиозного туризма.

В таблице 2 и 3 приведены страны-лидеры выездного и въездного туризма к 2020 году в соответствии с прогнозом ВТО.

В соответствии с прогнозом Всемирной туристской организации изменения коснутся не только туристских потоков, но и наиболее популярных видов туризма.

В связи с ухудшением состояния окружающей среды и деградацией естественных ландшафтов в ближайшие десятилетия большую популярность приобретет экотуризм.

Наиболее востребованными станут приключенческие, культурно-исторические туры, включающие максимум услуг за минимальный промежуток времени (круизные путешествия, туры выходного дня, эксклюзивные туры). Уже сегодня исследователи указывают на качественное изменение спроса на туруслуги. Традиционный взгляд на сущность туризма — обязательное посещение музеев, осмотр памятников архитектуры и археологических раскопок, безнадежно устарел. Сегодня на первый план выходит развлекательная составляющая всякой экскурсионной программы, что связано с развитием телевидения и всемирной сети Интернет, когда познавательная информация является практически общедоступной.

Согласно одному из последних исследований итальянского центра Sociometrica, именно «развлекательные» экскурсии играют все более значительную роль во всемирной индустрии туризма. Данный тезис подтверждается анализом статистики посещений основных достопримечательностей в европейских странах. Например, за год французский Диснейленд посещает больше людей, чем принимает посетителей Лувр, ватиканские музеи и Дрезденская галерея вместе взятые.

По мнению исследователей, чтобы противостоять «развлекательному» туризму, культурные достопримечательности должны обладать тремя существенными характеристиками:

- Они должны быть общепризнаны в качестве своего рода «непревзойденных культурных достопримечательностей». То есть благодаря давно сложившемуся общественному мнению они обязательны для посещения, даже если требуют изрядных физических и эмоциональных усилий и большой траты времени. К этой категории можно отнести, например, Лувр или ватиканские музеи (в России — Эрмитаж).

Таблица 2. Страны-лидеры выездного туризма в 2020 году (прогноз)

№п/п	Страны	Число международных поездок, млн.	Доля рынка, %
1	Германия	163,5	10,2
2	Япония	141,5	8,8
3	США	123,5	7,7
4	Китай	100,0	6,2
5	Великобритания	96,1	6,0
6	Франция	37,6	2,3
7	Нидерланды	35,4	2,2
8	Канада	31,3	2,0
9	Россия	30,5	1,9
10	Италия	29,7	1,9

Таблица 3. Страны-лидеры выездного туризма в 2020 г. (прогноз)

№п/п	Страны	Число международных поездок, млн.	Доля рынка, %
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	Сянган	58,3	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

- хорошо посещаемыми являются места широко известные и не требующие от посетителей больших интеллектуальных усилий (Эйфелева башня, Колизей, Тауэр). Это места-символы — например, Красная площадь в Москве.
- конкуренцию смогут выдержать те культурные достопримечательности, которые приобретают полифункциональный характер (Центр Помпиду в Париже). Они должны привлекать не только художественной экспозицией или уникальными архитектурными формами, но и чем-то «повседневным», делающим это место посещаемым каждый день для того, чтобы встретиться с друзьями, отдохнуть.

Мода на рестораны, кафе и магазины в музеях зародилась в США, но сейчас она достаточно быстро распространяется и в Европе. В качестве примеров можно привести ресторан музея Гугенхайма в Бильбао, который считается одним из лучших в городе, или ресторан музея Пикассо в Барселоне, где блюда носят названия произведений знаменитого художника. Такие кафе, рестораны, музыкальные салоны появляются в музеях Лондона, Парижа, Амстердама, Берлина, и эта тенденция будет иметь продолжение.

Новым типом туристских объектов, отвечающих комплексным требованиям, являются экологические парки. В экологических парках посетители знакомятся с богатством растительного мира, его значением для человека в современном мире. В целом в связи с процессами урбанизации путешествия в нетронутые цивилизацией уголки природы станут весьма популярными, особенно это станет характерным для стран Западной Европы.

Таким образом, в структуре туризма проявляются и будут продолжаться появляться существенные изменения, касающиеся

как направлений туристских потоков, так и наиболее популярных видов туризма. Это связано с изменением экономической ситуации в странах мира, развитием информационных технологий, приобретением туризмом более массового характера. Для составления прогнозов развития отрасли, успешного развития туризма в целом следует учитывать происходящие в данной отрасли изменения и своевременно к ним адаптироваться, предлагая рынку соответствующий его требованиям турпродукт.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. – М: Аспект Пресс, 2001
2. Борисов К.Г. Международный туризм и право. – М.: НИМП, 1999 Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира: Учебное пособие. Смоленск: СГУ, 2000
3. Истомин В.И., Лагутенко Б.Т. Страны мира: Справочник туроператора и туриста. – М: Советский спорт, 2000
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.
6. Папирян Г.А. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000.
7. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве. – Мн.: Университетское, 1996.
8. Романов А.А. Зарубежное туристское страноведение. – М: Советский спорт, 1999.