

демографической нагрузки в сельской местности равен 101,6. Следует заметить, что коэффициент нагрузки дотрудоспособным населением обычно ниже коэффициента нагрузки послетрудоспособным населением. В среднем по области они равны 35,7 и 65,9 соответственно.

Что же касается демографической нагрузки в городских населенных пунктах, то она более позитивна. В среднем по области коэффициент общей демографической нагрузки населения равен 52,1, причем коэффициенты нагрузки дотрудоспособным населением и послетрудоспособным населением практически равны (25,9 и 26,1 соответственно). Минимальный коэффициент общей демографической нагрузки населения в г. Горки. Это можно объяснить расположением в этом городе крупного образовательного центра - Горецкой с/х академии, которая является своеобразным «магнитом» молодежи из близлежащих деревень. Также маленький коэффициент общей демографической нагрузки в г. Шклове (43,9) и в г. Могилеве (48,6). Могилев является областным центром и притягивает большое количество трудовых ресурсов, что и объясняет небольшой процент демографической нагрузки.

Таким образом, в Могилевской области относительно лучшими демографическими возможностями обладает только 1/3 сельских поселений и многим районам придется долгие годы восстанавливать жизненный потенциал сельских поселений. Переход режима воспроизводства сельского населения в состояние депопуляции резко ухудшил демографические основы формирования трудового потенциала.

Литература

1. Манак Б. А., Антипова Е. А. Экономико-географический анализ демографической ситуации и размещения населения на территории РБ / Мн.: БГУ, 1999.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН В МИРОВОМ ХОЗЯЙСТВЕ

И. В. Омельчук

На протяжении нескольких последних десятилетий стабильно высокую динамику развития демонстрирует туристский комплекс мирового хозяйства. К началу третьего тысячелетия международный туризм из второстепенной формы международных экономических отношений превратился в важный, а для ряда стран - ключевой элемент в системе внешней торговли. В настоящее время мировая индустрия туризма обеспечивает 1/3 экспорта услуг и около 7 % суммарного экспорта товаров и услуг.

Однако, как и для всего мирового хозяйства, для туристской отрасли характерны территориальные диспропорции в уровне развития, что делает актуальным тему изучения современной пространственной структуры туристского рынка в контексте конкурентоспособности стран в мировом хозяйстве.

Для анализа основ развития мирового туристского рынка целесообразно использование концепций международной конкурентоспособности стран, пространственной поляризации мирового хозяйства и туристского рынка.

В функционировании рыночной экономики фундаментальное значение имеет конкурентная борьба производителей за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей. В этой связи понятие конкурентоспособности становится одним из центральных в исследованиях международных торговых и туристских связей.

Определение термина «конкурентоспособность» можно рассматривать на нескольких уровнях. Это конкурентоспособность товаров, товаропроизводителей, отраслей, регионов, страны. Между всеми этими уровнями существует тесная связь: ведь страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависят от способности конкретных производителей выпускать конкурентоспособные товары [1].

В целом под конкурентоспособностью понимают свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами, или конкурирующими субъектами рыночных отношений [6].

Большинство современных концепций конкурентоспособности были сформулированы в начале 1990-х годов. Центром теоретических исследований в области конкурентоспособности являются США, а также страны Скандинавии и Великобритания. Таким образом, изучение конкурентоспособности представлено тремя школами[4]:

- американская – ориентирована в большей степени на практические аспекты реализации программ конкурентоспособного развития стран и регионов в мировом хозяйстве (М. Портер, Н. Энрайт);
- британская – занимается изучением позиции развивающихся стран в процессах конкуренции (Дж. Даннинг, Р. Каплински, Дж. Хамфри, Х. Шмитц, К. Фримен);
- скандинавская – ориентируется на удовлетворение потребности экономики и общества малых стран Западной Европы в изменяющемся мировом хозяйстве (Б.-О. Лундваль, Б. Йонсон, Б. Айсхайм, А. Изаксен, Э. Райнерт).

Анализ теорий конкурентоспособности позволил сделать вывод, что наиболее приемлемой для оценки конкурентоспособности и экономики, и

туристского комплекса стран является теория конкурентных преимуществ М. Портера. Портер создал модель «ромба конкурентных преимуществ», состоящего из 4 детерминант, которые определяют конкурентоспособность стран в мировом хозяйстве: условия для факторов производства, состояние спроса, устойчивая стратегия, структура и соперничество национальных фирм и родственные и поддерживающие отрасли. На четыре детерминанты конкурентных преимуществ влияют две независимые силы: «правительство» и «случай».

В основе теории поляризации мирового туристского рынка лежит теория о пространственной структуре мирового хозяйства, основным постулатом которой является признание региональных различий между «центром развития» анализируемого явления, где формируются главные факторы его развития, складываются основные формы и типы территориальной организации и «периферийной зоной», как средой реализации и распространение сложившихся образцов и форм. Промежуточным звеном в мировом хозяйстве, которое ослабляет разницу потенциалов между полюсами мировой системы, является «полупериферийная зона» [3].

В теории поляризации туристского рынка «центры развития» туризма с высокой концентрацией инвестиций, инноваций, туристских потоков противопоставляются «периферийным зонам» с низкой интенсивностью развития туризма и замедленным восприятием инновационных процессов. Стабилизирующую функцию в мировой туристской системе выполняет зона, которая получила название Полупериферия [2, 5].

На протяжении всей истории развития мирового туристского рынка происходят качественные и количественные изменения в его пространственной структуре, проявляющиеся в принадлежности какой-либо страны, территории к тому или иному типу туристского пространства, либо в изменении его количественного состава. Анализ работ Пирожника И. И. и Александровой А. Ю. позволил определить современную пространственную структуру мирового туристского рынка.

В настоящее время Центр мирового туристского пространства образуют экономически высокоразвитые страны со зрелой социально-экономической системой международного туризма и комплексной туристской специализацией – страны Западной и Северной Европы, Италия и Испания, США и Канада, а также Япония. Страны центра мирового туристского пространства концентрируют 45 % мировых туристских прибытий и 55 % доходов от туристской деятельности.

Полупериферия включает довольно пеструю группу стран. Это страны Центрально-Восточной Европы, Средиземноморья, Центральной Америки, Карибского бассейна, а также новые индустриальные страны

Азии «первой и второй» волны и Китай. К Полупериферии мирового туристского пространства можно также отнести нефтедобывающие страны Аравийского полуострова и Австралию с Новой Зеландией. На страны данной группы приходится 41,3 % туристских прибытий и 33,4 % доходов от туристской деятельности;

Периферию мирового туристского рынка образуют пять мезорегионов (Южная Америка, Восточная, Западная и Центральная Африка и Южная Азия), которые имеют общие тенденции в уровне общего экономического развития и развития международного туризма. Доля стран данных регионов на мировом туристском рынке крайне незначительна – 14 % мировых туристских прибытий и 12 % доходов от туристской деятельности.

Степень развития туризма в странах напрямую зависит от общего уровня их социально-экономического развития, уровня конкурентоспособности их экономик в мировом хозяйстве. В настоящее время уровень конкурентоспособности определяется с помощью различных рейтингов стран, с помощью которых выявляется текущее положение страны по отношению к другим странам, определяются слабые и сильные стороны в ее экономике, необходимые инструменты государственной политики для улучшения структуры хозяйства. Одним из наиболее авторитетных является рейтинг Всемирного экономического форума (ВЭФ, Давос), который предоставляет информацию о странах в виде интегрированных показателей их экономического развития [4]. На основании индекса конкурентоспособности ВЭФ было выделено три группы стран по уровню конкурентоспособности в мировом хозяйстве:

- высокий уровень (США, Канада, Япония, страны Скандинавского полуострова, Дания, Исландия, Германия, Великобритания, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Лихтенштейн, Швейцария, Австрия, Австралия и Новая Зеландия);
- средний уровень (Италия, Испания, Португалия, Ирландия, Греция, страны Балтии, Польша, Чешская Республика, Словакия, Венгрия, Словения, Хорватия, Турция, Кипр, Израиль, Саудовская Аравия, ОАЭ, Оман, Кувейт, Катар, Бахрейн, ЮАР, Индия, Китай, Таиланд, Малайзия, Филиппины, Республика Корея, Мексика, Бразилия, Чили, Аргентина);
- низкий уровень (все оставшиеся страны).

Сопоставление уровня конкурентоспособности хозяйств стран мира с уровнем развития международного туризма позволило выявить следующие закономерности:

1. Страны с высоким уровнем конкурентоспособности экономики являются центрами развития международного туризма. В них формируется основной туристский спрос, складываются основные формы его удовле-

творения и типы туристского потребления, явившиеся следствием современных успехов развития экономики (постиндустриальный этап развития). Исключение составляют лишь Италия, Испания, в которых средний уровень конкурентоспособности экономики сочетается центральным положением в системе туристского пространства. Испания относится к среднеразвитым странам по уровню социально-экономического развития. В Италии в настоящее время наблюдается ряд экономических проблем (проблема «Север-Юг», безработица, теневая экономика), которые не позволяют высоко оценить уровень конкурентоспособности ее хозяйства. Однако эти страны исконно являлись крупнейшими центрами международного туризма и в настоящее время аккумулируют значительное число туристских прибытий и доходов. По этому показателю Испания занимает второе место в мире, а Италия – 5-е и 4-е соответственно. Австралия и Новая Зеландия относятся к высокоразвитым странам с высоким уровнем конкурентоспособности экономики. Однако их значительная удаленность от основных центров туристского спроса не позволяют отнести страну к центру развития международного туризма;

2. Страны со средним и низким уровнем конкурентоспособности экономики являются Полупериферией и Периферией мирового туристского пространства, где уровень развития международного туризма также можно назвать «средним» и «низким». Исключение составляют Индия, Египет, Тунис, ЮАР и страны Центральной и Восточной Европы (кроме Польши, Чешской Республики, Словакии, Венгрии, Хорватии, Словении и стран Балтии). Страны ЦВЕ, Египет и Тунис относятся к странам с низким уровнем конкурентоспособности хозяйства, однако интенсивное развитие туристской отрасли в последние годы, вследствие притока иностранных инвестиций и поддержки государства, позволяет отнести их к Полупериферии туристского пространства. ЮАР является единственной высокоразвитой страной Африканского континента, однако ее удаленность от основных центров туристского спроса не способствуют развитию туризма и как следствие она занимает периферийное положение по отношению к основным центрам развития туризма. В аналогичной ситуации находятся и Аргентина с Бразилией. Бурное развитие экономики Индии в последние годы позволило повысить конкурентоспособность хозяйства и отнести ее к новым индустриальным странам «второй волны». Однако развитие туризма отмечается лишь в отдельных районах Индии (например, Гоа), а в целом вся страна характеризуется слабым развитием туристской инфраструктуры.

Таким образом, современная пространственная структура мирового туристского рынка зависит от уровня социально-экономического разви-

тия стран, который определяет конкурентоспособность экономики государств и их туристских комплексов.

Литература

1. *Адрианов В.* Конкурентоспособность России в мировой экономике // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 3. С. 47–57.
2. *Александрова А. Ю.* Структура туристского рынка / М., 2002.
3. *Мироненко Н. С.* Географический подход к центрo-периферическим отношениям в мировом хозяйстве / Вестн. МГУ. Сер. 5. Геогр. 2005 г. № 1. С. 25–38.
4. *Пилипенко И. В.* Факторы конкурентоспособности малых стран Западной Европы в мировом хозяйстве: Автореф. дис. д-ра. геогр. наук. М., 2004.
5. *Пирожник И. И.* Международный туризм в мировом хозяйстве / Мн.: БГУ, 1996.
6. *Решетников Д. Г.* Международный туризм в системе внешней торговли Беларуси / Мн.: БГУ, 2004.

ГЕОГРАФИЯ ПРОЦЕССА СТАРЕНИЯ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ

Д. В. Побережная

Современный мир не мыслим без постоянного ускорения темпов общественного развития, происходящих в сложных социально-экономических и экологических условиях, практически во всех сферах человеческой деятельности. В начале XXI века человечество поставлено перед необходимостью решения глобальных проблем – промышленно-технологического роста, загрязнения окружающей среды, интенсификации демографических процессов, нарастания социальной напряженности и многими другими. Поэтому стало необходимо решать новые задачи, задумываясь об окружающем мире, будущих поколениях.

Для Республики Беларусь одними из главных стоят проблемы народонаселения. Это и резкое ухудшение демографической ситуации, и обезлюдение многих территорий, и повсеместное разуплотнение сельских районов, снижение рождаемости, депопуляция, а также старение населения.

Географическому изучению старения сельского населения Беларуси и посвящено данное исследование.

В работе были поставлены следующие задачи:

1. Объяснить сущность понятия «старение» и долголетие населения;
2. Рассмотреть факторы, влияющие на процесс старения населения и долголетие;
3. Выявить основные показатели старения и долголетия населения;
4. Определить особенности возрастной структуры сельского населения Беларуси;