

торами экономики, относится к числу наиболее важных решений межпарламентской туристской конференции в Гааге. Это означает, что проблемы туризма необходимо рассматривать в контексте общенациональной политики развития страны, а в составе правительства должна быть сильная структура, ответственная за регулирование туристской деятельности и способная:

- организовать эффективное взаимодействие с министерствами и ведомствами, прямо или косвенно соприкасающимися с туристской индустрией и обслуживанием туристов;

- заставить другие государственные структуры считаться с интересами развития туризма при формировании политики в области бюджета, налогообложения, инвестиций, кредитов, социальной сфере, разработке и принятии крупных программ в сфере экономики, охраны окружающей среды, трудовых отношений и занятости, профессиональной подготовки и т.п.;

- осуществлять рекламу туристских возможностей и продвижение национального туристского продукта на зарубежных рынках;

- обеспечить эффективное взаимодействие с местными органами государственной власти и туристским бизнесом.

Н. В. Киреенко

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СПРОСА

Туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. В сфере туризма занято свыше 250 млн. человек, т.е. каждый десятый работник в мире. На его долю приходится 7 % общего объема инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5 % всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами.

По прогнозам ВТО, к 2020 г. количество международных туристических прибытий составит 1,6 млрд., т.е. в 3 раза превысит показатели 2000 г. Ежедневные расходы туристов, исключая авиаперевозки, вырастут до 5 млрд. долл. в день.

Как показывают исследования, современные тенденции туристического спроса обусловлены рядом факторов демографического, экономического и социального порядка, а также изменениями в психологии современного человека.

Во-первых, большое влияние на величину и характер туристического спроса оказывают перемены в демографической структуре общества и социальной модели народонаселения в развитых и новых

индустриальных странах. Они сводятся к следующим ключевым моментам: старение населения, более позднее вступление в брак, повышение доли одиноких людей, увеличение числа работающих женщин, откладывание рождения ребенка, рост числа бездетных семейных пар.

Во-вторых, наблюдается широкое вовлечение женщин в сферу общественного труда. Во всех регионах мира растет число женщин, занятых на разных работах. Многие из них стремятся сделать карьеру: становятся удачливыми предпринимателями, занимают руководящие посты в государственных и коммерческих структурах.

В-третьих, увеличивается число одиноких людей и бездетных пар. В крупных городах одиночки составляют до половины всего населения. Материально самостоятельные, они не желают обременять себя семейными узами и заботами. Потребители этого типа отличаются высоким уровнем образования, стремятся к профессиональному росту, достаточно мобильны и предъявляют повышенные требования к уровню комфорта и качеству жизни.

Процессы, протекающие в демографической среде, позволяют говорить о двух тенденциях на рынке туризма:

1. расширение круга потенциальных потребителей туристических услуг. Все новые категории лиц вливаются в туристическое движение. У них появляются желания и возможность путешествовать. По прогнозу ВТО на 2020 г., 7 % населения земли совершат зарубежные поездки. Это доля растет постоянно, однако остается пока очень скромной, особенно в Африке, Южной Азии и на Ближнем Востоке, что свидетельствует о большом потенциале международного туризма.

2. старение путешествующих лиц, т.е. увеличение удельного веса пожилых лиц в совокупности посетителей. Она вызвана общедемографической ситуацией в индустриально развитых странах мира и усилена снижением пенсионного ценза в них. В большинстве западных государств он установлен на сравнительно невысоком уровне – 60–65 лет.

Современные модификации туристического спроса происходят под влиянием социально-экономических факторов. Особенно сильное воздействие на туристический рынок оказал мировой экономический кризис начала 80-х годов. Он сопровождался резким падением покупательской способности населения. Так, во Франции темпы прироста этого показателя составили в 1981 г. +2,7 %, в 1982 г. +2,2 % и в 1984 г. снизились до 0 %. Увеличилась армия безработных. Кризис затронул, прежде всего, средние слои общества – основных потребителей туристических услуг.

С увеличением объема свободного времени на фоне обострения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении населения обозначились 2 тенденции – дробление отпускного периода и рост непродолжительности поездок.

В начале 80-х годов в Австрии и Великобритании свыше 20 % населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10 % отправлялись в путешествия три и более раза в год. Аналогичная картина имела место в Германии, Италии, Швейцарии и других развитых странах Европы. Туристические поездки стали менее продолжительными, но более частыми. Наиболее массовыми в Японии (около 60 % всех отбытий) были недолгие путешествия до 8 дней.

В заключении необходимо также отметить, что в туризме потребитель стал избирателен в вопросах цены и качества услуг. Накопив туристический опыт, он ищет свежих впечатлений и удовольствий. Потенциальный турист подвержен влиянию моды, легко меняет свои симпатии, предпочтения, интересы, мотивы поведения на рынке. Сегодня любители путешествий не ограничиваются отдыхом на берегу теплого моря, а посещают атомные электростанции, покоряют Северный полюс, космос.

В. А. Клицунова

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗА БЕЛАРУСИ КАК НОВОГО ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

Туризм является одной из самых прибыльных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Географическое положение, природно – климатические условия, историческое наследие Беларуси создают благоприятные предпосылки для потенциального развития туризма. В настоящий момент Беларусь – «terra incognita» на международном рынке туристских услуг. В этом есть свои плюсы и минусы.

Положительным является то, что в настоящий момент может быть сформирован практически любой образ Беларуси, как туристского направления. Отягчающее обстоятельство – необходимость «продвижения» этого образа практически с нуля, что требует больших финансовых затрат. Спрос на новые направления в мире туризма чрезвычайно высок. Как всякий живой организм дестинация проходит своеобразный цикл, где есть стадии рождения, роста, зрелости и спада. В списке туристских предложений Испанское побережье давно не в моде, Флорида и Калифорния – в стадии зрелости. Растет популярность Австралии и Аляски. К новаторским направлениям можно отнести Антарктиду и неизведанные экологические направления.

2002 год объявлен ООН Международным годом экотуризма, что свидетельствует о популярности и признании социально-экономического значения этого вида деятельности. Экотуризм способствует сохранению природы, созданию рабочих мест, сохранению культуры,