

## Тема 1. Современный туристский рынок

1. Развитие рынка мирового туризма.
2. Туризм и туристский рынок.
3. Индустрия туризма и ее структура.

### 1. Развитие рынка мирового туризма

Развитие человеческого общества и мирового хозяйства, научно-технический прогресс, переход от индустриального общества к постиндустриальному, а затем – к информационному обусловили рост и развитие потребностей человека, их постепенный переход на качественно новый уровень. Приоритетом социального развития в развитых странах становится всестороннее развитие, самосовершенствование личности, культурное и духовное развитие человека, начиная с раннего возраста. Важным элементом этого процесса, способствующим удовлетворению потребностей человека во всестороннем развитии, является развитие туризма. Развитие мирового туризма органично вписывается в общемировой процесс интеграции и глобализации и является важным инструментом международного сотрудничества на всех уровнях. Туризм, по общему мнению, явился настоящим феноменом 20-го столетия, перевернув представление людей об отдыхе, развлечениях, стал по существу стилем и образом жизни современного общества.

Туризм — уникальное социально-экономическое явление, охватывающее жизнь и деятельность людей во всем мире как сфера рекреации и досуга, развития личности, предпринимательства, профессиональных интересов и занятости, а также регионального развития. Туризм стал стилем жизни современного общества, способом познания мира и значительной частью мировой экономики.

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2010 году международные туристские прибытия достигли 940 миллионов (см. таблицу 1), а в 2011 году – 983 миллионов прибытий, то есть вплотную приблизились к отметке в 1 млрд. Мировой финансовый кризис снизил туристский спрос во второй половине 2008 года, не позволив мировым туристским потокам перешагнуть планку в 1 млрд. туристских прибытий уже в 2009 году. В 2012 году мировой туризм перешагнул планку в 1 млрд. туристских прибытий, они составили 1,035 млрд., а в 2013 – 1,087 млрд. (по данным UNWTO). Ожидается, что к 2020 году объем международных туристских прибытий в мире достигнет 1,5 млрд.

Всемирная туристская организация (UNWTO) подвела следующие итоги развитию мирового туризма в 2013 году и определила его место в мировой экономике на основании статистики международного туризма. Сегодня туризм – это:

- 9% мирового ВВП (прямой, косвенный и мультипликативный эффект);
- каждое одиннадцатое рабочее место в мировой экономике;
- 1,4 млрд. долларов США в мировом экспорте;
- 6% мирового экспорта и 29% мирового экспорта услуг;
- рост мировых туристских прибытий с 25 млн. прибытий в 1950 г. до 1,087 млрд. прибытий в мире в 2013 году, или почти в 43,5 раза;
- 5-6 млрд. внутренних туристских прибытий (внутренний туризм) в мире ежегодно;
- актуальный прогноз развития мирового туризма – 1,8 млрд. прибытий в 2030 году.

В таблице 1 представлены данные о динамике международных туристских прибытий в мире, по регионам с 1990 по 2013 год по данным Всемирной туристской организации UNWTO. Что касается доли рынка, то на развитые страны в 2013 году приходится 53,4% международных туристских прибытий, на развивающиеся – 46,6%. Из регионов мира безусловным лидером по числу международных туристских прибытий является Европа 563, 4 млн. в 2013 году или 51,8% (см. таблицу 1). В статистике ЮНВТО Россия относится к Европе.

Таблица 1. Динамика международных туристских прибытий в мире и доля рынка по регионам (млн.)<sup>1</sup>

	Международные туристские прибытия (млн.)							Доля рынка (%)	Прирост (%)		Средне-годовой прирост 2005-2013
	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013		2012/2011	2013/2012	
<b>Всего в мире, в т. ч.</b>	<b>435</b>	<b>528</b>	<b>677</b>	<b>807</b>	<b>948</b>	<b>1035</b>	<b>1087</b>	<b>100</b>	<b>4,1</b>	<b>5,5</b>	<b>3,8</b>
<b>развитые страны</b>	<b>296</b>	<b>334</b>	<b>421</b>	<b>459</b>	<b>506</b>	<b>551</b>	<b>581</b>	<b>53,4</b>	<b>3,8</b>	<b>5,4</b>	<b>3,0</b>
<b>развивающиеся страны</b>	<b>139</b>	<b>193</b>	<b>256</b>	<b>348</b>	<b>442</b>	<b>484</b>	<b>506</b>	<b>46,6</b>	<b>4,4</b>	<b>4,5</b>	<b>4,8</b>
<i>По регионам UNWTO</i>											
Европа	261,1	304,0	388,2	448,9	484,8	534,4	563,4	51,8	3,6	5,4	2,9
Азиатско-Тихоокеанский	55,8	82,0	110,1	153,5	204,9	233,5	248,1	22,8	6,9	6,2	6,2
Северная и Южная Америка	92,8	109,1	128,2	133,3	150,6	162,7	167,9	15,5	4,3	3,2	2,9
Африка	14,7	18,7	26,2	34,8	49,9	52,9	55,8	5,1	6,6	5,4	6,1
Ближний Восток	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	51,7	51,6	4,7	-5,4	-0,2	4,5

Если говорить о среднегодовом приросте международных туристских прибытий в период с 2005 по 2013 гг., то на фоне общего среднегодового прироста в 3,8 %, наибольшими темпами росли международные прибытия в Азиатско-Тихоокеанском регионе (6,2% в год) и в Африке (6,1% в год).

На рисунке 1 представлены данные о динамике международных туристских прибытий за период с 1990 по 2013 годы.

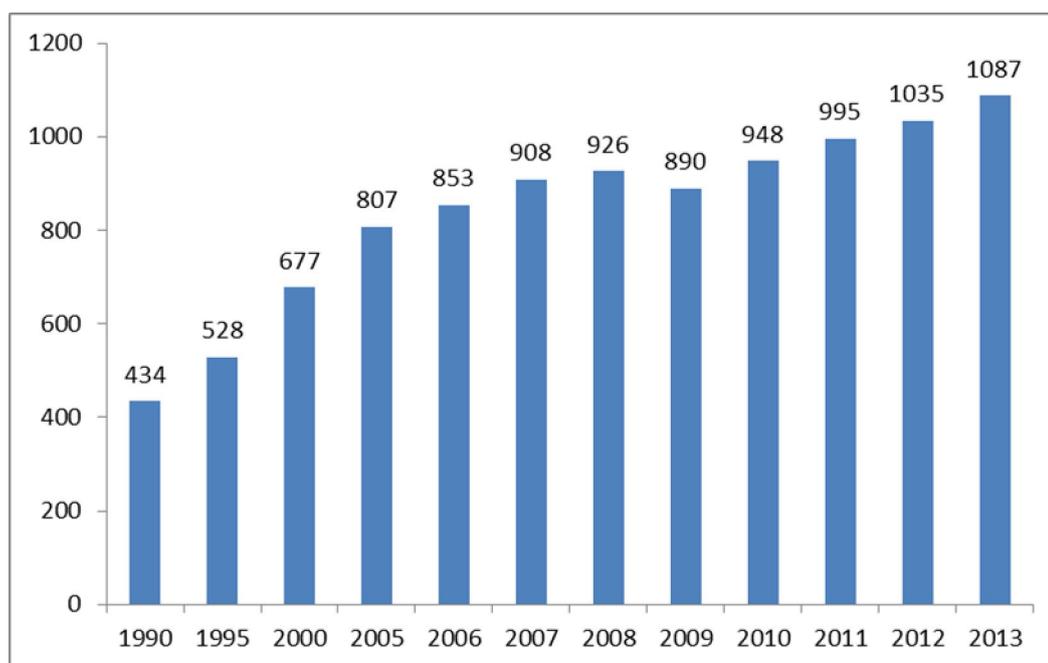


Рис.1. Динамика международных туристских прибытий по данным UNWTO, 1990-2013, млн. чел.<sup>2</sup>

По данным UNWTO, общая экспортная выручка от международного туризма составила в 2013 году 1,4 триллиона долл. США. Выручка, поступившая в турцентры от международных посетителей, возросла на 5% и достигла 1159 миллиардов долл. США, и еще 218 миллиардов долл. США выручил международный пассажирский транспорт. Согласно последнему выпуску

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

<sup>2</sup> Там же.

Барометра международного туризма ЮНВТО, доходы турцентров всего мира от произведенных международными посетителями расходов на размещение и питание, развлечения, шоппинг и другие услуги и товары достигли в 2013 году приблизительно 1159 миллиардов долл. США (873 миллиарда евро). В таблицах 2 и 3 представлены данные ЮНВТО о динамике доходов от мирового туризма.

Таблица 2. Динамика доходов от международного туризма в мире в 1990-2013 гг. (млрд.)<sup>1</sup>

	<i>Доходы от международного туризма (млрд.)</i>									
	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010	2012	2013	
US \$	262	403	51	661	944	856	931	1078	1159	
Euro	206	308	415	548	641	614	702	839	873	

Рост превзошел долгосрочные прогнозы, достигнув 5% в реальном исчислении (с учетом колебаний валютного курса и инфляции). Темпы роста доходов совпадают с ростом международных туристских прибытий, также возросших на 5% до 1087 миллионов в 2013 году против 1035 миллионов в 2012 году.

«Это весьма позитивные результаты, поскольку рост числа международных туристов в прошлом году равен росту доходов, поступивших более чем от одного миллиарда туристов, совершивших путешествия в мире в 2013 году с деловыми целями, для отдыха, посещения друзей и родственников или с другими целями. Такие результаты подтверждают, что сектор туризма играет все более и более важную роль в стимулировании экономического роста и развитии международной торговли», заявил Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи.

Таблица 3. Доходы от международного туризма в мире в 2012-2013 гг.<sup>2</sup>

	Доходы в долларах США			Доходы в Евро			Доля рынка (%) 2013
	2012, млрд.	2013, млрд.	на 1 прибытие 2013	2012, млрд.	2013, млрд.	на 1 прибытие 2013	
<b>Всего в мире, в т. ч.</b>	<b>1078</b>	<b>1159</b>	<b>1070</b>	<b>839</b>	<b>873</b>	<b>800</b>	<b>100</b>
<b>развитые страны</b>	<b>688</b>	<b>745</b>	<b>1280</b>	<b>536</b>	<b>561</b>	<b>970</b>	<b>64,3</b>
<b>развивающиеся страны</b>	<b>390</b>	<b>413</b>	<b>820</b>	<b>303</b>	<b>311</b>	<b>690</b>	<b>35,7</b>
Европа	454,0	489,3	870	353,4	368,4	650	42,2
Азиатско-Тихоокеанский	329,1	358,9	1450	256,1	270,3	1090	31,0
Северная и Южная Америка	212,9	229,2	1360	165,7	172,6	1030	19,8
Африка	34,3	34,2	610	26,7	25,8	460	3,0
Ближний Восток	47,5	47,3	920	36,9	35,6	690	4,1

Помимо поступлений в турцентрах (приходная статья туризма в Платежном балансе), туризм приносит также экспортную выручку через услуги, оказываемые (нерезидентам) международным пассажирским транспортом. В 2013 году она достигла приблизительно 218 миллиардов долл. США, в связи с чем общие поступления от международного туризма составили 1,4 триллионов долл. США или в среднем 3,8 миллиардов долл. США в день.

На международный туризм (путешествия и пассажирский транспорт) приходится 29% мирового экспорта услуг и 6% общего экспорта товаров и услуг. В мире туризм как статья экспорта занимает пятое место после нефти, продукции химической, пищевой и автомобильной отраслей промышленности, но находится на первом месте во многих развивающихся странах.

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

<sup>2</sup> Там же.

Самым быстро развивающимся является Азиатско-Тихоокеанский регион, тогда как на Европу приходится самая большая доля

В абсолютном выражении доходы турцентров всего мира возросли на 81 миллиард долл. США (34 миллиарда евро, сравнительно меньше по причине обесценивания доллара) от 1078 миллиардов долл. США (839 миллиардов евро) в 2012 году.

Европа, на которую приходится 42% всех доходов от международного туризма, показала самый значительный рост в 2013 году: на 35 миллиардов долл. США до 489 миллиардов долл. США (368 миллиардов евро). Турцентры Азиатско-Тихоокеанского региона (на который приходится 31% всех доходов от туризма) увеличили доходы на 30 миллиардов долл. США до 359 миллиардов долл. США (270 миллиардов евро). В Американском регионе (20% доли) доходы возросли на 16 миллиардов долл. США, достигнув в общей сложности 229 миллиардов долл. США (173 миллиардов евро). На Ближнем Востоке (4% доли) общие доходы от туризма оцениваются в 47 миллиардов долл. США (36 миллиардов евро) и в Африке (3% доли) в 34 миллиарда долл. США (26 миллиардов евро).

В относительном выражении в Азиатско-Тихоокеанском регионе наблюдался самый значительный рост доходов (+8%), за ним следует Американский регион (+6%) и Европа (+4%).

В первые десять турцентров по доходам, где происходил сильный рост, входят Таиланд (+23%), Гонконг (Китай) и Макао (Китай) (оба +18%), кроме них в Соединенном Королевстве (+13%) и США (+11%) также наблюдался двухзначный рост доходов. Доходы в Испании, Франции, Китае, Италии и Германии возросли между 1 и 5 процентами.

На рис. 2 представлены данные о международных прибытиях и доходах от международного туризма по регионам UNWTO.<sup>1</sup>



Рис. 2. Международный туризм в 2013 году по данным UNWTO: международные прибытия и доходы по регионам мира

В таблицах 4 и 5 представлены данные о десяти странах – лидерах по числу международных туристских прибытий (Топ-10 прибытия) и по доходам от международного туризма (Топ-10 доходы от туризма) в 2010 году, а также данные о месте России в этом рейтинге.

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)  
Сердюкова Н.К. Лекции по курсу «Технологии и организация туроператорской и турагентской деятельности».  
Тема 1. Современный туристский рынок

Таблица 4. Страны – лидеры международных туристских прибытий в 2012-2013 гг., млн.<sup>1</sup>  
(Топ-10 мировых туристских дестинаций)

Место		Международные туристские прибытия (млн.)		Доля рынка, %
		2012	2013	2013
1	Франция	83,0	84,7	7,7
2	США	66,7	69,8	6,4
3	Испания	57,5	60,7	5,5
4	Китай	57,7	55,7	5,1
5	Италия	46,4	47,7	4,3
6	Турция	35,7	31,5	2,8
7	Германия	30,4	27,0	2,9
8	Великобритания	29,3	31,2	2,8
9	Российская Федерация	25,7	28,4	2,6
10	Таиланд	22,4	26,5	2,4

Таблица 5. Страны – лидеры по доходам от международного туризма в 2012-2013 году, млрд. долларов США.<sup>2</sup>

Место		Доходы от международного туризма (млрд. долларов США)		Доля рынка, %
		2012	2013	2013
1	США	126,2	139,6	12,0
2	Испания	56,3	60,4	5,2
3	Франция	53,6	56,1	4,8
4	Китай	50,0	51,7	4,4
5	Макао (Китай)	43,7	51,6	4,4
6	Италия	41,2	43,9	3,7
7	Таиланд	33,8	42,1	3,6
8	Германия	38,1	41,2	3,5
9	Великобритания	36,2	40,6	3,5
10	Гонконг (Китай)	33,1	38,9	3,3
...	Российская Федерация	10,8	11,9	1,0

Возглавляют оба списка четыре лидера – Франция (по Франции нет окончательных данных за 2013 год по состоянию на июнь 2014 г.), США, Испания и Китай. На эти четыре мировые дестинации-лидера приходится 24,7% (четверть) мировых туристских прибытий и 26,4% доходов от международного туризма (по данным UNWTO за 2013 год). Больших успехов в последние 4 года добилась Турция, поднявшись на 6-е место в рейтинге прибытий, а также Россия, попавшая в Топ-10 мировых туристских дестинаций на 9-й позиции.

Россия пока занимает весьма скромное место в мировом туризме, учитывая огромные размеры и внушительный туристский потенциал. Если по числу международных туристских прибытий Россия с 26,5 млн. международных прибытий (2013) вошла в Топ-10 мировых туристских дестинаций, то по доходам от международного туризма наша страна значительно отстает от лидеров мирового туризма (см. таблицы 4 и 5).

Важным показателем, характеризующим рынок стран, направляющих туристов, являются расходы на международные туристские поездки. В таблице 6 представлены данные UNWTO динамике расходов на международный туризм в топ-10 стран по расходам на международные туристские поездки.

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

<sup>2</sup> Там же.

Таблица 6. Страны – лидеры по расходам на международные туристские поездки в 2012-2013 году<sup>1</sup>

Место		Расходы на международные туристские поездки, млрд. долларов США		Доля рынка, %	Население, млн. чел.	Расходы на душу населения, \$
		2012	2013	2013	2013	2013
1	Китай	102,0	128,6	11,1	1361	94
2	США	83,5	86,2	7,4	316	273
3	Германия	81,3	85,9	7,4	81	1063
4	Российская Федерация	42,8	53,5	4,6	143	374
5	Великобритания	51,3	52,6	4,5	64	821
6	Франция	39,1	42,4	3,7	64	665
7	Канада	35,0	35,2	3,0	35	1002
8	Австралия	28,0	28,4	2,4	23	1223
9	Италия	26,4	27,0	2,3	60	452
10	Бразилия	22,2	25,1	2,2	198	127

Половина мирового роста туристических расходов приходится на Китай, Россию и Бразилию. В последние годы Китай, Россия и Бразилия с их переходной экономикой стали фактором динамичного развития выездного туризма. В 2013 году эти три направляющих рынка обеспечили около 40 миллиардов долл. США из 81 миллиарда долл. США общего увеличения международных туристических расходов. В прошлом году Китай, ставший в 2012 году крупнейшим рынком выездного туризма с расходами в 102 миллиарда долл. США, показал увеличение расходов в 26%, достигнув в целом 129 миллиардов долл. США. Российская Федерация стала в 2013 году четвертым крупнейшим рынком выездного туризма с 25-процентным ростом до 54 миллиардов долл. США. Бразилия вошла в первую десятку, заняв по расходам десятое место с 13-процентным ростом до 25 миллиардов долл. США (см. рис. 3).



Рис. 3. Страны-лидеры по расходам на международный туризм в 2013 г.<sup>2</sup>

Показатели основных направляющих рынков развитых стран были сравнительно более скромными, за исключением Австралии, потратившей на 9% больше. Франция (+5%) восстановилась после слабых показателей 2012 года, а в США, Германии, Соединённом Королевстве и Канаде общий рост расходов находился между 2 и 4 процентами.

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

<sup>2</sup> Там же.

По данным UNWTO, большинство международных путешественников в 2013 году прибывали на авиатранспорте (53%), 40% автотранспортом, 2% по железной дороге и 5% водным транспортом. По целям путешествия в 2013 году 52% международных прибытий пришлось на отдых, рекреацию и праздники, 27% - посещения друзей и родственников (VFR по классификации UNWTO), лечебно-оздоровительные, религиозные и другие, 14% - профессионально-деловые, 7% - без обозначенной цели (рис. 4,5).

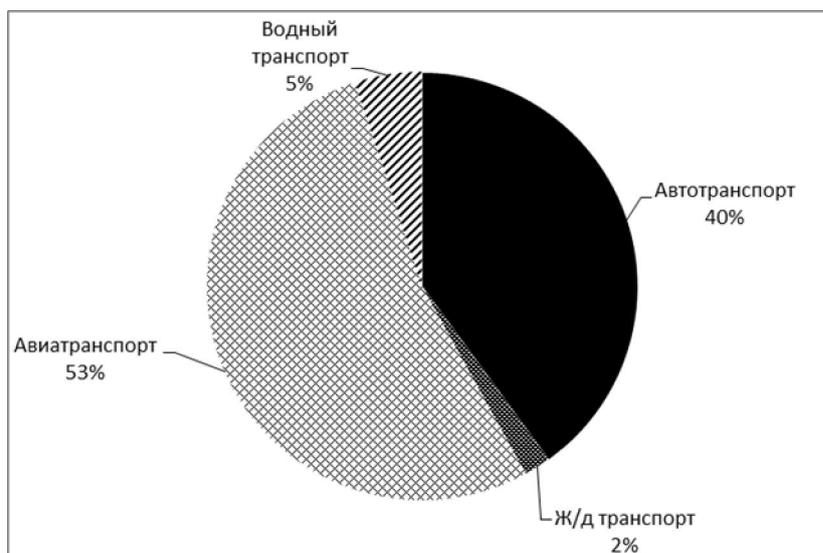


Рис. 4. Международные туристские прибытия в 2013 году по видам транспорта<sup>1</sup>

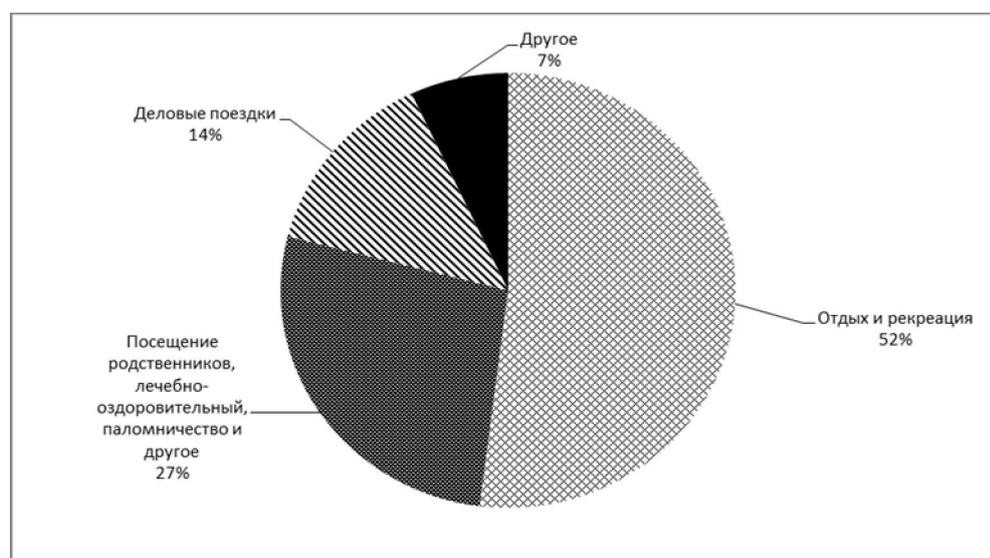


Рис. 4. Международные туристские прибытия в 2013 году по целям поездки (видам туризма)<sup>2</sup>

Таким образом, туризм на сегодня – мощная мировая индустрия, в которой задействованы большие массы работников, основных средств, привлечены крупные капиталы. Для населения туризм – это сфера формирования и удовлетворения потребностей, для туристской индустрии – сфера приложения капитала и область деятельности, в том числе сфера проектирования, строительства и эксплуатации учреждений, зон и комплексов отдыха, сфера научной деятельности, прогнозирования и т.д.

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

<sup>2</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition.// [http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf)

*Сердюкова Н.К. Лекции по курсу «Технологии и организация туроператорской и турагентской деятельности».*

*Тема 1. Современный туристский рынок*

## 2. Туризм и туристский рынок

Согласно Закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», *«туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания»*. Временные рамки, ограничивающие туристские поездки, – от 24 часов до 6 месяцев (по определению «Туриста»).

Не один год в научной и специальной литературе идет полемика по поводу определения понятия «туризм». Анализ различных дефиниций понятия туризм, сформулированных в отечественных и зарубежных источниках, позволяет выявить два основных подхода к определению туризма. Представители первой точки зрения определяют туризм как свободные перемещения людей. Последователи второй позиции рассматривают туризм как сложную социально-экономическую систему, межотраслевой комплекс. Следующая формулировка понятия «туризм», позволяет, на наш взгляд, учесть его основные признаки, сущность явления и место в народном хозяйстве:

***Туризм** — социально-экономическая система межотраслевого и межрегионального характера, интегрированная в систему национальных и международных связей и отношений, включающая все виды деятельности и отношений, связанных с организацией и осуществлением свободных перемещений людей и их пребывания за пределами мест их постоянного проживания в течение периода не более 6 месяцев с любыми целями, кроме смены местожительства и занятия деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте.<sup>1</sup>*

Международный туризм является активным источником поступлений иностранной валюты и оказывает воздействие на платежный баланс страны. Помимо влияния на экономику многих стран международный туризм воздействует на их социальную и культурную среду, экологию. Роль туризма в национальной экономике выражается в следующих функциях:

- ✓ **Доходная.** Развитая туристская отрасль вносит значительный вклад в создание национального дохода своей страны. Помимо прямого вклада туризма в национальную экономику /доходы от продажи туристских услуг/, туризм генерирует вторичный спрос на товары и услуги, которые приобретаются туристами в ходе путешествия.
- ✓ **Внешнеэкономическая.** Туризм нередко называют «невидимым экспортом». Особенностью отрасли является то, что туристские товары и услуги, производимые на экспорт, не вывозятся из страны, а потребитель сам преодолевает расстояние, отделяющее его от интересующей услуги или товара. Отношение между стоимостью туристских товаров и услуг, реализованных иностранцам в принимающей стране, и стоимостью товаров и услуг, реализованных гражданам данной страны за рубежом, называют туристским балансом данной страны. При положительном балансе для страны характерен активный туризм, при отрицательном – пассивный.
- ✓ **Создание рабочих мест.** Так как для туризма характерна большая доля живого труда в процессе создания туристских услуг, то развитие туризма неизбежно ведет к значительному росту занятости населения и появлению новых рабочих мест. Качество рабочих мест в туризме характеризуется сезонностью, значительным удельным весом занятых неполный рабочий день, большим удельным весом низко квалифицированного физического труда, ограниченными возможностями автоматизации и компьютеризации ряда рабочих мест /особенно в гостиничном и ресторанном бизнесе/.
- ✓ **Выравнивающая функция.** Туризм приобретает все большее значение в стимулировании развития слабых в индустриальном отношении регионов. Специалисты по туризму и политики в разных странах сходятся во мнении, что многие удаленные, но интересные в природном отношении регионы способны обеспечить себе хорошие темпы экономического роста. Развитие туризма в таких районах вызывает рост доходов населения,

<sup>1</sup> Сердюкова Н.К. Развитие системы управления внутренним туризмом. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Сочи, 2009. – с. 9-10.

создание рабочих мест, развитие территории за счет роста налоговых поступлений и препятствует оттоку населения в более развитые промышленные районы. Типичными примерами такого развития удаленных сельских районов являются горнолыжные курорты в Альпах, побережье Испании, острова Индийском и Тихом океане и т.д.

*Туристский рынок* можно определить как общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения процесса купли-продажи специфических туристских товаров и услуг в данное время и в данном месте. Туристский рынок – это экономическая система взаимодействия 4 основных элементов: туристского спроса, предложения туристского продукта, цены и конкуренции (рис. 6).

Основным *предметом обмена* на туристском рынке являются не товары, а услуги, составляющие на развитых туристских рынках до 80 % всего объема продаж. Поэтому главными элементами спроса и предложения на этом рынке являются основные, дополнительные и специфические туристские услуги.

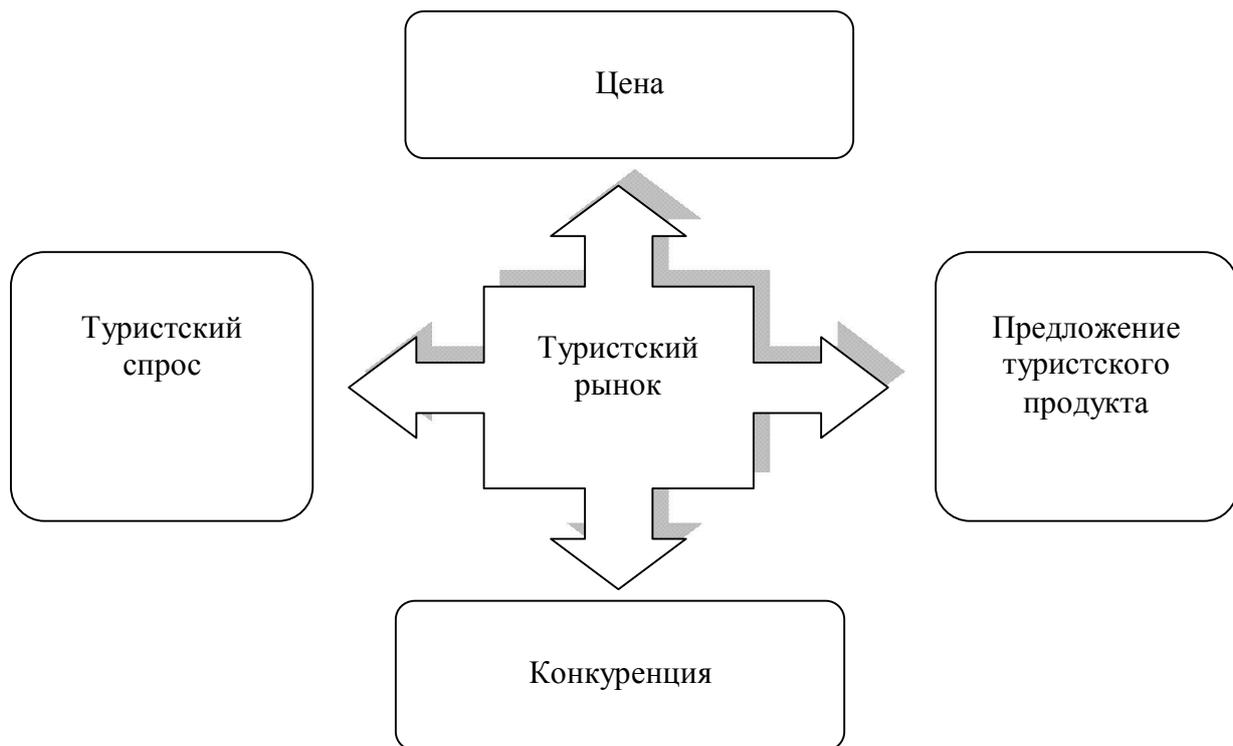


Рис. 6. Элементы туристского рынка

*Основными услугами* являются транспортные услуги и услуги, связанные с организацией питания и проживания туристов. *Дополнительные услуги* включают услуги лечения, спорта, развлечений и др. *Специфические услуги* оказываются предприятиями-посредниками, например услуги по заказу билетов на транспорт, по предоставлению гидов-переводчиков и т.д.

*Возможности для реализации* большинства туристских услуг имеют свои специфические черты, отличающие их от характера сбыта товаров: они не нуждаются в переработке и складах для хранения, совершаются в территориально и климатически различных местах, включают специфические условия потребления.

Одна сторона туристского рынка – это поставщики туристских услуг, организации, которые оказывают услуги туристам в ходе их поездки: перевозчики, предприятия размещения, питания, индустрия развлечений, экскурсионные бюро, музеи, парки и т.д. Главная задача поставщиков услуг – оказание качественных услуг, развитие бизнеса, повышение привлекательности услуг для

туристов. Они заинтересованы в стабильном потоке туристов и сильно зависят от сезонности туристских потоков.

Участники обмена – клиенты – представляют другую сторону в туристском бизнесе. Это те, ради кого работает вся сфера туризма. Туристы заинтересованы в получении качественных услуг, составлении программы путешествия, которая позволит вместить в рамки короткой поездки максимум услуг и возможностей отдыха, при этом - по лучшей цене. Для организации взаимосвязи между поставщиками услуг и туристами и организации путешествий на туристском рынке существует большой сектор посредников – туроператоров и турагентов, которые специализируются на организации путешествий и продаже турпродукта. Все участники туристского рынка связаны между собой сложной системой взаимосвязей: экономических, правовых и т.д. Модель функционирования современного туристского рынка может быть представлена в виде схемы (см. рис.7).

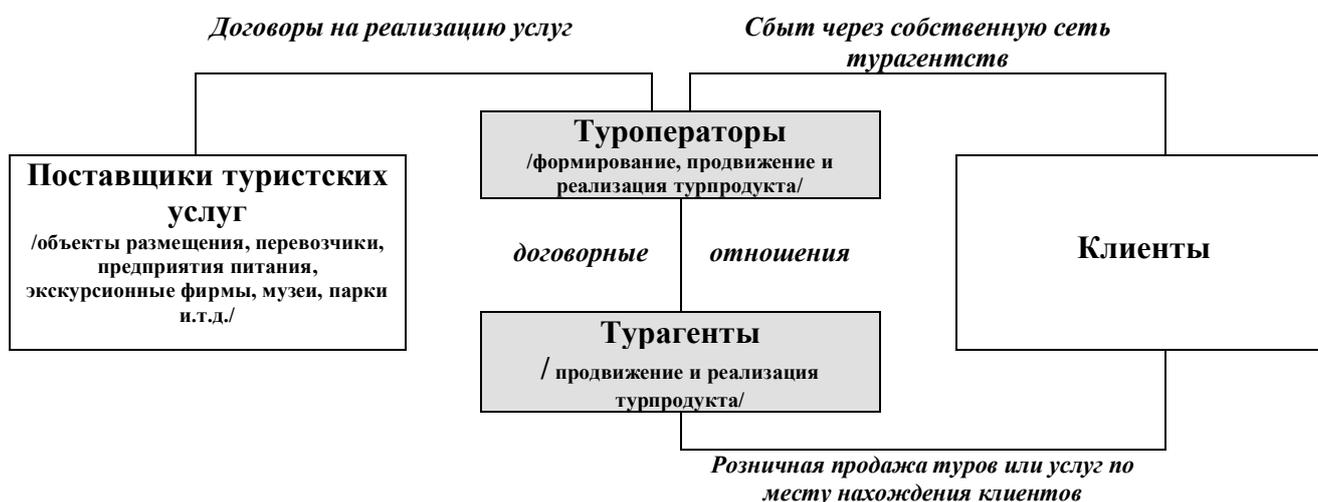


Рис. 7. Модель функционирования рынка организованного туризма

У туристского рынка есть свои специфические особенности, которые необходимо учитывать при организации турбизнеса:

1) это рынок услуг, которые неосвязаемы (поэтому важную роль при покупке играет доверие к турфирме) и теряются во времени (доход от не предоставленной в определенный момент времени услуги теряется навсегда, поэтому важна гибкая политика продаж и ценообразования);

2) при реализации туристского продукта, как правило, имеется разрыв во времени между фактом оплаты турпродукта и фактом его потребления: турист, приобретая турпродукт, авансирует работу обслуживающих организаций через туроператора и турагента. Поэтому большое значение приобретает надежность турпродукта, т.е. гарантия его соответствия (при обслуживании) заранее оплаченному набору и уровню услуг;

3) значительные сезонные колебания спроса, которые неодинаковы для различных видов туризма. Это обуславливает необходимость сезонной дифференциации цен на туристские услуги для более равномерного распределения туристских потоков и доходов;

4) качество турпродукта в значительной степени зависит от конкретных исполнителей, от обслуживающего персонала (гидов, экскурсоводов, портье, горничных и др.), и может меняться. Поэтому вопросы менеджмента в туризме, мотивации интенсивного и качественного труда, создания гибкого турпродукта имеют первостепенное значение для турфирмы;

5) существует объективная территориальная разобщенность потребителя и производителя, поэтому реклама своего турпродукта в других регионах, информация о нем, связь с зарубежными партнерами – также важные составляющие туристского бизнеса.

Таким образом, в связи с особенностями туристского рынка на нем действуют специальные дистрибьюторские организации – туроператор и турагент, основная задача которых – доводить услуги гостиниц, музеев, транспортных и других организаций до потребителей в разных концах мира.

### 3. Индустрия туризма и ее структура

Понятия «индустрия туризма» или «туристская индустрия» и «туристская деятельность» являются производными понятия «туризм» и характеризуют его составные элементы, обеспечивающие функционирование системы туризма. Туризм предполагает как деятельность индустрии туризма, так и деятельность самих туристов, связанную с путешествием.

Согласно Закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:

«туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий»;

«туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников»;

То есть, туристская индустрия – это система производственных, транспортных, торговых, сервисных предприятий и средств размещения, предназначенная для удовлетворения спроса на туристские товары и услуги. Туристская деятельность – еще более узкая категория, которая является составным элементом индустрии туризма и представляет собой деятельность по организации путешествий.

Немецкий исследователь В. Фрейер предложил классификацию предприятий туристской индустрии, которая приведена в таблице 7.

Таблица 7. Классификация предприятий туристской индустрии

Туриндустрия в собственном смысле слова Типичные туристские предприятия	Дополнительная туриндустрия Предприятия, специализирующиеся на туризме	«Окраинная» туриндустрия Предприятия, в той или иной степени зависимые от туризма
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Предприятия размещения туристов</li> <li>✓ Транспорт</li> <li>✓ Туроператоры</li> <li>✓ Туристические агентства</li> <li>✓ Курорты</li> <li>✓ Союзы, ассоциации и гос. органы по регулированию развитию туризма</li> <li>✓ Организация конгрессов</li> <li>✓ Фирмы, организующие проведение выставок и ярмарок</li> </ul>	<p><b>Производство</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Сувениры</li> <li>✓ Товары для отдыха</li> <li>✓ Машиностроение /автомобили, мотоциклы и пр./</li> <li>✓ Издание литературы по туризму /каталоги, проспекты, карты и пр./</li> <li>✓ Производство лекарственных препаратов</li> </ul> <p><b>Сфера обслуживания</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Экскурсионное обслуживание, гиды, организация развлечений</li> <li>✓ Журналисты</li> <li>✓ Носильщики багажа</li> <li>✓ Кредитные инструменты /обмен денег, кредитные карточки/</li> <li>✓ Страховые компании</li> <li>✓ Прокат туристского снаряжения</li> <li>✓ Учебные заведения по подготовке кадров для туризма</li> <li>✓ Институты маркетинговых исследований в области туризма</li> <li>✓ Дипломатические представительства /выдача виз/</li> </ul>	<p><b>Производство</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Спорттовары</li> <li>✓ Одежда /для отдыха и туризма/</li> <li>✓ Фототовары</li> <li>✓ Косметические средства</li> <li>✓ Лекарственные препараты</li> </ul> <p><b>Сфера обслуживания</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Предприятия общественного питания /кафе, рестораны, бары и т.п./</li> <li>✓ Парикмахерские</li> <li>✓ Тренерские услуги</li> <li>✓ Горнолыжные лифты, фуникулеры</li> <li>✓ Культурно-просветительские учреждения /театры, кино, лицеи, музеи и т.п./</li> <li>✓ Медицинские услуги</li> </ul>

Так как туризм – многоотраслевая индустрия, включающая различные виды предпринимательства, в сфере туристского обслуживания работают различные предприятия,

организации и фирмы. В статистике ВТО существует следующая система предпринимательства в туризме (см. рис.8).



Рис.8. Система предпринимательства в туризме

В силу указанных выше особенностей туризма и туристского рынка, большое значение в туристской индустрии играет имидж предприятия, его статус, рейтинг. В некоторых секторах туристской индустрии, например, в гостиничном и ресторанном бизнесе, существуют системы классификации предприятий с присвоением определенных категорий, определяющих статус, ранг предприятия, который говорит об уровне и стандартах обслуживания и влияет на цену услуг этих предприятий.

Так как в туризме работа предприятия самых различных отраслей хозяйства, существуют попытки создать интегрированные универсальные рейтинги предприятий туристской индустрии, например, по итогам года. Такие рейтинги составляются, в основном, в рамках присвоения различных премий и наград на уровне региона, государств или общемировом масштабе. Например, Международная ассоциация «World Travel Group» является учредителем наиболее престижной в мире туристской награды «World Travel Awards». Ежегодно этой организацией проводится опрос туристских агентств для выявления лучших поставщиков услуг по каждому виду обслуживания. Данные таких опросов и рейтингов всегда интересны для специалистов (см. таблицу 8).

Таблица 8. Лучшие предприятия мировой туристской индустрии последних лет по версии Международной ассоциации «World Travel Group»

Название номинации	Название компаний (стран)
Лучшие авиакомпании	Lufthansa (Германия), Singapore Airlines (Сингапур), United Airlines (США)
Лучшие аэропорты	Хитроу (Лондон), Шипхол (Амстердам), Шанги (Сингапур), Дубаи (ОАЭ), Франкфурт (Германия), Цюрих (Швейцария)
Лучшие гостиничные группы	ИТТ, Sheraton, Hyatt, Marriott (США), Forte Hotels (Англия)
Лучшие отели	Plaza (Нью-Йорк), Dorchester (Лондон), Royal Monceau (Париж), Sandy Lane (Барбадос)
Лучшие туроператоры	Globus & Cosmos, Airtours (Великобритания), Kuoni (Швейцария)
Лучшие туристские компании (агентские сети)	American Express, Carlson-Wagonlit (США), Airtours, Thomas Cook (Великобритания)
Лучшие клубы «All inclusive»	Sandals, Superclubs (Карибы), Club Med (Франция)
Лучшие компании по прокату автомобилей	Avis, Hertz, Budget, Alamo (транснациональные)
Лучшие круизные компании	Royal Caribbean, Celebrity Cruises (США), P&O Cruises (Великобритания), Norwegian Cruise Line (Норвегия)
Лучшие системы бронирования	SABRE, AMADEUS, GALLILEO, WORLDSPAN
Лучшие туристские направления в мире	Орландо, Лас-Вегас, Гонконг, Лондон
Лучшие туристские направления в Европе	Лондон, Амстердам, Париж, Рим
Лучшие туристские выставки	WTM (Лондон), EIBTM (Женева), ITB (Берлин), Asia Travel Market (Сингапур)