

Механизмы управления конкурентоспособностью туристской отрасли

2014 год стал для туристского бизнеса очень тяжелым. Приостановили работу сразу несколько фирм: 16 июля «Нева» – один из старейших туроператоров; 25 июля «Роза ветров Мир»; 30 июля «Экспо-тур»; 1 и 2 августа – «Лабиринт». В качестве причин приостановки названы изменения курса валют, негативная политико-экономическая ситуация и др. По мнению аналитиков, «Лабиринт» – не последняя компания, которую ждет крах.¹ Поэтому важно внедрять новые возможности в управление туризмом.

За последние тридцать лет международный туризм продолжал развиваться и принимать различные формы. В настоящее время он является одним из крупнейших и самых быстро растущих экономических секторов в мире. Наряду с традиционными туристскими дестинациями² в Европе и Северной Америке возникло много новых. Дестинация – место назначения туристского путешествия (туристской поездки, тура, экскурсии), место посещения (территория, местность, город, населенный пункт, туристский центр) гражданами, не проживающими постоянно в данной местности и не относящимися к категории местного населения.

С 1980 по 2011 годы число международных туристических прибытий (т.е. туристов, останавливающихся в гостиницах) увеличилось больше, чем в три раза – с 279 миллионов в 1980 году до 996 миллионов в 2011 году – что указывает на средний рост в 4,2% в год. В этот же период экспортная стоимость туризма – доход от международного туризма, включая доход от передвижения на международном пассажирском транспорте – возрос с

*А.Н. Захаров,
А.А. Игнатьев*

УДК 338.48
ББК 65.433
3-383

¹ РИА НОВОСТИ. URL: <http://ria.ru/economy/20140804/1018775915.html> (дата обращения 05.08.2014)

² Слово «дестинация» в переводе с английского означает «местонахождение; место назначения». Термин «туристская дестинация» был введен Лейпером в середине 1980-х гг. Сейчас дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов. URL: http://tourlib.net/books_tourism/bogolubov.htm (дата обращения: 20.03.2014).



125 миллиардов долларов США в 1980 году до 1,240 миллиардов долларов США в 2011 году. В реальном выражении это соответствует среднему росту на 4,1% в год, и, в сущности, настолько же выросло количество туристических прибытий.

По данным долгосрочного прогноза Всемирной туристской организации (UNWTO) "*Tourism Towards 2030*",³ ожидается, что число международных туристических прибытий будет расти, в среднем, с непрерывной скоростью в 3,3% в год и к 2030 году достигнет отметки в 1,8 миллиардов. Число международных прибытий в туристские дестинации развивающихся стран, таких как страны Азии, Латинской Америки, Центральной и Восточной Европы, Восточно-Средиземноморские страны, страны Ближнего Востока и Африки, удвоится (4,4% в год) по сравнению с туристскими дестинациями развитых стран. В результате, предполагается, что к 2015 году число туристических прибытий в развивающиеся страны будет превышать число прибытий в страны с развитой экономикой. В 2030 году 57% международных туристических прибытий будет приходиться на туристические дестинации развивающихся стран.

После финансового кризиса 2007-2009 годов мировая экономика столкнулась с сильнейшим спадом за последние десятилетия. Хотя странам и удалось оправиться от кризиса, непостоянство до сих пор является основным риском для дальнейшего развития – финансового, экономического, политического и экологического. Ситуация с государственным долгом становится только хуже, в горячих точках мира нарастает политическая нестабильность (например на Юго-востоке Украины), а экологические катастрофы становятся еще более серьезными при их краткосрочном воздействии.

Кроме того, страны со сформировавшимся рынком все сильнее ощущают влияние стареющего населения за счет роста давления на системы социальной помощи, и для того, чтобы удовлетворить потребности пожилых людей в мобильности, жилище и отдыхе, необходимо внести поправки в соответствующие требования. В тоже самое время в развивающихся странах, таких как страны БРИКС (Бразилия, Россия, Индия и Китай) и других, развивается новый спрос, изменяющий профиль международного путешественника. Все эти изменения будут в значительной степени влиять на туристские дестинации.

Директивные органы, ответственные за развитие и рост своих стран, в качестве успешных туристских дестинаций сталкиваются с огромным разнообразием факторов, порождающих перемены в своих странах, а также в основных значимых туристских рынках. Им, на наш взгляд, понадобится прибегать к все более сложным приемам для успешного обучения развитию туристского сектора за счет раз-

³ Tourism Towards 2030: Global Overview. Madrid: UNWTO. 2012. URL: <http://cestur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/unwto2030.pdf> (дата обращения: 20.03.2014).

вития въездного туризма. В мире, который меняется с каждым днем, и в котором постоянно меняется окружающая среда, жизненно важно внедрять новые возможности в управление туризмом.

Общепринятые способы управления туристскими дестинациями, такие как рекламные кампании или отраслевые ярмарки, вытесняются со стремительной силой. Общение с туристами в онлайн режиме посредством разнообразных прямых или непрямых каналов требует наличия большого количества менеджеров туристских дестинаций и разработчиков, которые необходимы для модернизации существующих возможностей рынка.

В то же время, странам-конкурентам необходимо пересмотреть положение их туристских дестинаций для того, чтобы быть готовыми к краткосрочным потребительским шокам и долгосрочным переменам в туристских потоках. В прошлом сосредоточение внимания на привлечении максимального числа бюджетных туристов на такие рынки, как Болгария, Египет и Испания, приводило к сильному росту. Однако такое сосредоточение внимания имеет значительные риски, включая опасную конкуренцию, использование ресурсов окружающей среды и нездоровые инвестиционные пузыри.

Более того, инвестиции в инфраструктуру встречают новые препятствия. Экологические, законодательные, налоговые и социально-политические ограничения зачастую тормозят активный рост туризма. Крупномасштабные проекты становятся все сложнее, и ими становится сложнее управлять. Образцами таких крупномасштабных проектов, неосуществимость которых уже была доказана, являются недавние Европейские проекты строительства аэропортов и железных дорог. Такие, например, как аэропорт в Берлине, которые столкнулись с многочисленными проблемами и задержками.

Многие туристские дестинации до сих пор ориентируют свои туристские предложения на небольшое количество незрелых исходных рынков – и такие дестинации рискуют потерять связь с туристами из развивающихся стран, таких как страны Азии, Россия или страны Латинской Америки, чьи потребности в значительной степени отличаются от потребностей типичных туристов с Запада. К примеру, все более важным будет становиться внедрение сложных приемов сегментации спроса и профилирования с целью привлечения большего числа туристов из Китая.

Все эти проблемы повлияли на сектор путешествий и туризма в последние годы, но они не остановили общую динамику развития в этом секторе, который существует за счет желания совершать путешествия за границу, посещать незнакомые места или просто отдыхать. Сектор путешествий и туризма остается сильным двигателем роста, представляющим около 10% от всей мировой экономической деятельности (если учесть все связанные с туризмом услуги). Нестабильность – это новая реальность, которая, наряду с возможностями, несет и риски. Именно по



этой причине для того, чтобы развить правильные возможности, необходимые для дальнейшего движения вперед, туристским дестинациям, директивным органам, влиятельным участникам частного сектора необходимо, на наш взгляд, действовать более решительно.

Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма (ТТСИ), оценивает разнообразие критериев, которые активизируют конкурентоспособность стран в ходе сильнейшего роста въездного туризма – включая природные живописные зоны, хорошо организованную инфраструктуру, а также разумную политику открытого рынка. Указанные факторы позволяют той или иной стране только бороться за туристов, другие же создают реальные разграничения между потенциальными туристскими дестинациями с целью долгосрочного привлечения иностранных туристов.

Строительными кирпичиками любой туристской дестинации являются активы, такие как районы с живописным ландшафтом и объекты культурного наследия, а также должным образом функционирующая инфраструктура, позволяющая туристам добраться до той или иной страны и передвигаться по ее территории. Без этих строительных кирпичиков страна не сможет конкурировать на мировом туристском рынке. При этом, эти активы требуют привлечения значительного количества инвестиций для сохранения (в случае с природными богатствами) и поддержания (в случае с объектами инфраструктуры, которые подвержены износу с течением времени). Директивные органы должны, на наш взгляд, разрабатывать долгосрочные планы с целью наилучшего обслуживания въездных туристских потоков. Но эти меры сами по себе не создают особых отличий от других стран, которые принимают те же самые меры. Для того чтобы создать преимущества перед странами-конкурентами, директивным органам и туристским дестинациям необходимо определить и максимально использовать возможности, которые могут сделать их дестинацию отличной от других.

Проанализируем состав индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма.

Индекс конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма состоит из трех субиндексов: 1) нормативно-правовая база в сфере путешествий и туризма, 2) условия предпринимательской деятельности и инфраструктура в сфере путешествий и туризма и 3) трудовые, культурные и природные ресурсы в сфере путешествий и туризма.⁴ Эти три субиндекса в свою очередь состоят из 14 компонентов конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма: 1) правила и предписания политики, 2) экологическая устойчивость, 3) меры защиты и обеспечения безопасности, 4) санитарно-эпидемиологические меры, 5) расстановка приоритетов в сфере путешествий и туризма, 6) инфраструктура воздушного транспорта, 7) инфраструктура

⁴ The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1,no.1, pp. 28-29

тура сухопутного транспорта, 8) инфраструктура туризма, 9) инфраструктура информационно-коммуникационных технологий, 10) конкурентоспособность цен в сфере путешествий и туризма, 11) трудовые ресурсы, 12) структурная близость со сферой путешествий и туризма, 13) природные ресурсы и 14) культурные ресурсы.

Эти компоненты рассчитываются на базе данных, полученных из Обзора мнений менеджеров, а также на основе количественных данных, полученных из других источников. Индикаторы основного массива данных, используемые в индексе конкурентоспособности, распределены по шкале от 1 до 7 с тем, чтобы привести их в соответствие с результатами Обзора мнений менеджеров. Каждый компонент рассчитывался как средневзвешенное значение отдельных переменных компонента. После этого были вычислены субиндексы, которые представляют собой средневзвешенное значение соответствующих компонентов. В случае компонента, учитывающего трудовые ресурсы, который сам по себе состоит из двух составляющих (образование и обучение и наличие квалифицированных трудовых ресурсов), весь компонент представляет собой средневзвешенное значение этих двух составляющих. Таким образом, весь индекс конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма представляет собой средневзвешенное значение трех субиндексов. Ниже представлено описание переменных каждого компонента и их составляющих. Переменные, которые были получены не из Обзора, на следующих страницах отмечены звездочкой.

СУБИНДЕКС А: НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА В СФЕРЕ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА

Компонент 1: Правила и предписания политики

- 1.01 Распространенность собственности, принадлежащей иностранцам;
- 1.02 Права собственности;
- 1.03 Последствия правил в плане предпринимательской деятельности для прямых иностранных инвестиций;
- 1.04 Требования для получения визы*;
- 1.05 Открытость двусторонних Соглашений о воздушном сообщении*;
- 1.06 Прозрачность выработки политических решений правительством;
- 1.07 Время, необходимое для открытия дела*;
- 1.08 Стоимость открытия дела*;
- 1.09 Индекс ограниченности обязательств генерального соглашения ВТО по торговле услугами в отношении услуг в сфере путешествий и туризма*;

Компонент 2: Экологическая устойчивость

- 2.01 Строгость природоохранительного законодательства;
- 2.02 Приведение природоохранительного законодательства в исполнение;
- 2.03 Устойчивость развития отрасли путешествий и туризма;
- 2.04 Выбросы углекислого газа*;



- 2.05 Концентрация взвешенных частиц*;
- 2.06 Виды, находящиеся под угрозой вымирания*;
- 2.07 Ратификация договора о защите окружающей среды*.

Компонент 3: Меры защиты и обеспечения безопасности

- 3.01 Расходы предпринимательской деятельности в связи с терроризмом;
- 3.02 Надежность полицейских служб;
- 3.03 Расходы предпринимательской деятельности в связи с преступностью и насилием;
- 3.04 Количество дорожно-транспортных происшествий*.

Компонент 4: Санитарно-эпидемиологические меры

- 4.01 Плотность распределения врачей*;
- 4.02 Доступ к улучшенным санитарным условиям*;
- 4.03 Доступ к улучшенной питьевой воде*;
- 4.04 Количество больничных коек*.

Компонент 5: Расстановка приоритетов в сфере путешествий и туризма

- 5.01 Расстановка правительством приоритетов в сфере путешествий и туризма;
- 5.02 Правительственные расходы на отрасль путешествий и туризма*;
- 5.03 Эффективность маркетинга и индивидуализации товаров и услуг для привлечения туристов;
- 5.04 Комплексность ежегодных данных по путешествиям и туризму*;
- 5.06 Своевременность предоставления ежемесячных/ежеквартальных данных в сфере путешествий и туризма*;

СУБИНДЕКС Б: УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИНФРАСТРУКТУРА В СФЕРЕ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА

Компонент 6: Инфраструктура воздушного транспорта

- 6.01 Качество инфраструктуры воздушного транспорта;
- 6.02 Имеющийся пассажиро-километраж, внутренние перевозки*;
- 6.03 Имеющийся пассажиро-километраж, международные перевозки*;
- 6.04 Количество отлетов из расчета на 1000 человек*;
- 6.05 Плотность воздушного движения в аэропортах*;
- 6.06 Количество действующих авиакомпаний*;
- 6.07 Сеть международного воздушного транспорта*.

Компонент 7: Инфраструктура сухопутного транспорта

- 7.01 Качество автомобильных дорог;
- 7.02 Качество инфраструктуры железных дорог;
- 7.03 Качество инфраструктуры портов;
- 7.04 Качество транспортной сети для перевозок внутри страны;
- 7.05 Плотность дорожной сети*.

Компонент 8: Инфраструктура туризма

- 8.01 Количество гостиничных номеров*;

8.02 Наличие крупных компаний по аренде автомобилей*;

8.03 Наличие банкоматов, принимающих карты Visa*.

Компонент 9: Инфраструктура информационно-коммуникационных технологий

9.01 Применение информационно-коммуникационных технологий для совершения сделок между субъектами предпринимательской деятельности;

9.02 Применение информационно-коммуникационных технологий для совершения сделок между субъектом предпринимательской деятельности и клиентами;

9.03 Количество человек, используемых Интернет*;

9.04 Телефонные линии*;

9.05 Количество подписчиков на широкополосный доступ в Интернет*;

9.06 Подписки на услуги мобильной телефонии*;

9.07 Подписки на услуги широкополосной сети мобильной связи*.

Компонент 10: Конкурентоспособность цен в сфере путешествий и туризма

10.01 Налоги на авиабилеты и сборы за услуги аэропортов*;

10.02 Паритет покупательской способности*;

10.03 Объем и эффект налогообложения;

10.04 Уровни цен на топливо*;

10.05 Индекс гостиничных цен*.

СУБИНДЕКС В: ТРУДОВЫЕ, КУЛЬТУРНЫЕ И ПРИРОДНЫЕ РЕСУРСЫ В СФЕРЕ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА

Компонент 11: Трудовые ресурсы

11.01 Образование и обучение;

11.02 Охват начальным образованием*;

11.03 Охват средним образованием*;

11.04 Качество системы обучения;

11.05 Наличие местных ресурсов с точки зрения специализированных исследовательских служб и услуг по обучению;

11.06 Объем обучения персонала.

11.07 Наличие квалифицированных трудовых ресурсов;

11.08 Практики по приему на работу и увольнению;

11.09 Простота приема на работу иностранных трудовых ресурсов;

11.10 Доля ВИЧ-инфицированного населения*;

11.11 Последствия для предпринимательской деятельности вследствие ВИЧ-инфицированных и больных СПИДом;

11.12 Средняя вероятная продолжительность жизни*.

Компонент 12: Структурная близость со сферой путешествий и туризма

12.01 Открытость туризму*;

12.02 Отношение населения к иностранным приезжающим;



- 12.03 Продолжительность рекомендуемых командировочных поездок;
- 12.04 Степень ориентированности на клиента.

Компонент 13: Природные ресурсы

- 13.01 Количество объектов природного комплекса всемирного наследия*;
- 13.02 Качество природной окружающей среды;
- 13.03 Общее количество известных видов*;
- 13.04 Защита сухопутного биома*;
- 13.05 Морские заповедные зоны*.

Компонент 14: Культурные ресурсы

- 14.01 Количество культурных памятников всемирного наследия*;
- 14.02 Спортивные стадионы*;
- 14.03 Количество международных ярмарок и выставок*;
- 14.04 Экспортные товары творческой индустрии*.

В таблице 1 показано сравнение индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма за 2013 и 2011 годы.

Таблица 1

Сравнение индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма за 2013 и 2011 годы

Страна / экономика	2013 г.		2011 г.		Страна / экономика	2013 г.		2011 г.	
	Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель		Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель
Швейцария	1	5,66	1		Марокко	71	4,03	78	
Германия	2	5,39	2		Бруней-Даруссалам	72	4,01	67	
Австрия	3	5,39	4		Перу	73	4,00	69	
Испания	4	5,38	8		Шри-Ланка	74	3,99	81	
Великобритания	5	5,38	7		Македония, ФРЮ	75	3,98	76	
Соединенные Штаты Америки	6	5,32	6		Украина	76	3,98	85	
Франция	7	5,31	3		Албания	77	3,97	71	
Канада	8	5,28	9		Азербайджан	78	3,97	83	
Швеция	9	5,24	5		Армения	79	3,96	90	
Сингапур	10	5,23	10		Вьетнам	80	3,95	80	
Австралия	11	5,17	13		Эквадор	81	3,93	87	
Новая Зеландия	12	5,17	19		Филиппины	82	3,93	94	
Нидерланды	13	5,14	14		Тринидад и Тобаго	83	3,93	79	
Япония	14	5,13	22		Колумбия	84	3,90	77	

Мировая экономика

Страна / экономика	2013 г.		2011 г.		Страна / экономика	2013 г.		2011 г.	
	Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель		Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель
Специальный административный район Гонконг	15	5,11	12		Египет	85	3,88	75	
Исландия	16	5,10	11		Доминиканская Республика	86	3,88	72	
Финляндия	17	5,10	17		Кабо-Верде	87	3,87	89	
Бельгия	18	5,04	23		Казахстан	88	3,82	93	
Ирландия	19	5,01	21		Сербия	89	3,78	82	
Португалия	20	5,01	18		Босния и Герцеговина	90	3,78	97	
Дания	21	4,98	16		Намибия	91	3,77	84	
Норвегия	22	4,95	20		Гамбия	92	3,73	92	
Люксембург	23	4,93	15		Гондурас	93	3,72	88	
Мальта	24	4,92	26		Ботсвана	94	3,71	91	
Республика Корея	25	4,91	32		Никарагуа	95	3,67	100	
Италия	26	4,90	27		Кения	96	3,66	103	
Барбадос	27	4,88	28		Гватемала	97	3,65	86	
Объединенные Арабские Эмираты	28	4,86	30		Исламская Республика Иран	98	3,64	114	
Кипр	29	4,84	24		Монголия	99	3,63	101	
Эстония	30	4,82	25		Суринам	100	3,63	-	
Чешская республика	31	4,78	31		Кувейт	101	3,61	95	
Греция	32	4,75	29		Молдова	102	3,60	99	
Тайвань (Китай)	33	4,71	37		Гайана	103	3,60	98	
Малайзия	34	4,70	35		Сальвадор	104	3,59	96	
Хорватия	35	4,59	34		Руанда	105	3,56	102	
Словения	36	4,58	33		Камбоджа	106	3,56	109	
Панама	37	4,54	56		Сенегал	107	3,49	104	
Сейшельские острова	38	4,51	-		Замбия	108	3,46	111	
Венгрия	39	4,51	38		Танзания	109	3,46	110	
Черногория	40	4,50	36		Боливия	110	3,46	117	
Катар	41	4,49	42		Республика Кыргызстан	111	3,45	107	
Польша	42	4,47	49		Непал	112	3,42	112	
Таиланд	43	4,47	41		Венесуэла	113	3,41	106	
Мексика	44	4,46	43		Таджикистан	114	3,41	118	
Китай	45	4,45	39		Парагвай	115	3,39	123	
Турция	46	4,44	50		Уганда	116	3,39	115	



Страна / экономика	2013 г.		2011 г.		Страна / экономика	2013 г.		2011 г.	
	Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель		Позиция / 140	Показатель	Позиция / 139	Показатель
Коста-Рика	47	4,44	44		Гана	117	3,38	108	
Латвия	48	4,43	51		Зимбабве	118	3,33	119	
Литва	49	4,39	55		Свазиленд	119	3,31	116	
Болгария	50	4,38	48		Эфиопия	120	3,29	122	
Бразилия	51	4,37	52		Камерун	121	3,27	126	
Пуэрто-Рико	52	4,36	45		Пакистан	122	3,25	125	
Израиль	53	4,34	46		Бангладеш	123	3,24	129	
Словацкая Республика	54	4,32	54		Малави	124	3,22	121	
Бахрейн	55	4,30	40		Мозамбик	125	3,17	128	
Чили	56	4,29	57		Кот-д'Ивуар	126	3,15	131	
Оман	57	4,29	61		Нигерия	127	3,14	130	
Маврикий	58	4,28	53		Буркина Фасо	128	3,12	132	
Уругвай	59	4,23	58		Мали	129	3,11	133	
Иордания	60	4,18	64		Бенин	130	3,09	120	
Аргентина	61	4,17	60		Мадагаскар	131	3,09	127	
Саудовская Аравия	62	4,17	62		Алжир	132	3,07	113	
Российская Федерация	63	4,16	59		Йемен	133	2,96	-	
Южная Африка	64	4,13	66		Мавритания	134	2,91	136	
Индия	65	4,11	68		Лесото	135	2,89	135	
Грузия	66	4,10	73		Гвинея	136	2,88	-	
Ямайка	67	4,08	65		Сьерра-Леоне	137	2,87	-	
Румыния	68	4,04	63		Бурунди	138	2,82	137	
Ливан	69	4,04	70		Чад	139	2,61	139	
Индонезия	70	4,03	74		Гаити	140	2,59	-	

Источник: The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1, no.1, p. 10

В таблице 2 показана тройка лидеров по каждому компоненту индекса конкурентоспособности в сфере туризма.



Таблица 2

Тройка лидеров по показателям по каждому компоненту индекса конкурентоспособности в сфере туризма

Страна / экономика	Правила и предписания политики	Экологическая устойчивость	Меры защиты и обеспечения безопасности	Санитарно-эпидемиологические меры	Расстановка приоритетов в сфере путешествий и туризма	Инфраструктура воздушного транспорта	Инфраструктура сухопутного транспорта	Инфраструктура туризма	Инфраструктура информационно-коммуникационных технологий	Конкурентоспособность цен в сфере путешествий и туризма	Трудовые ресурсы	Структурная близость со сферой путешествий и туризма	Природные ресурсы	Культурные ресурсы
Австралия	14	56	13	40	39	4	49	20	18	137	22	38	2	20
Австрия	37	6	7	1	22	30	15	1	20	131	17	12	49	12
Барбадос	41	27	32	28	8	32	9	26	19	113	23	2	133	50
Бразилия	119	30	73	70	102	48	129	60	55	126	62	83	1	23
Бруней-Даруссалам	126	135	24	65	123	45	67	86	65	2	36	63	53	95
Канада	10	41	18	53	37	1	33	21	23	124	5	34	10	16
Кипр	88	38	27	45	2	36	19	5	40	102	24	10	96	48
Финляндия	7	3	1	15	53	11	20	44	13	118	4	64	54	26
Гамбия	65	34	84	105	25	81	50	126	110	3	111	21	114	121
Германия	33	4	14	2	77	7	6	23	11	125	18	61	31	4
Греция	98	72	69	13	28	20	58	3	33	127	50	55	40	25
Специальный административный район Гонконг	3	118	3	50	12	6	1	71	2	32	8	3	84	42
Исландия	48	19	4	7	5	17	38	9	8	121	3	11	63	57
Исламская Республика Иран	124	101	106	79	130	102	76	133	93	1	87	128	74	45
Италия	100	53	44	29	79	24	39	1	31	134	41	72	34	7
Казахстан	99	124	99	3	90	82	80	87	48	73	71	121	120	117
Республика Корея	50	69	39	19	75	31	16	51	1	96	33	81	89	10
Ливан	115	127	116	33	38	67	110	27	84	68	64	1	136	68
Маврикий	28	77	36	66	3	60	37	48	69	75	49	6	134	110
Новая Зеландия	2	22	9	17	21	12	46	11	22	74	13	17	26	52
Сейшельские острова	55	70	91	63	1	27	31	29	58	120	56	5	65	64



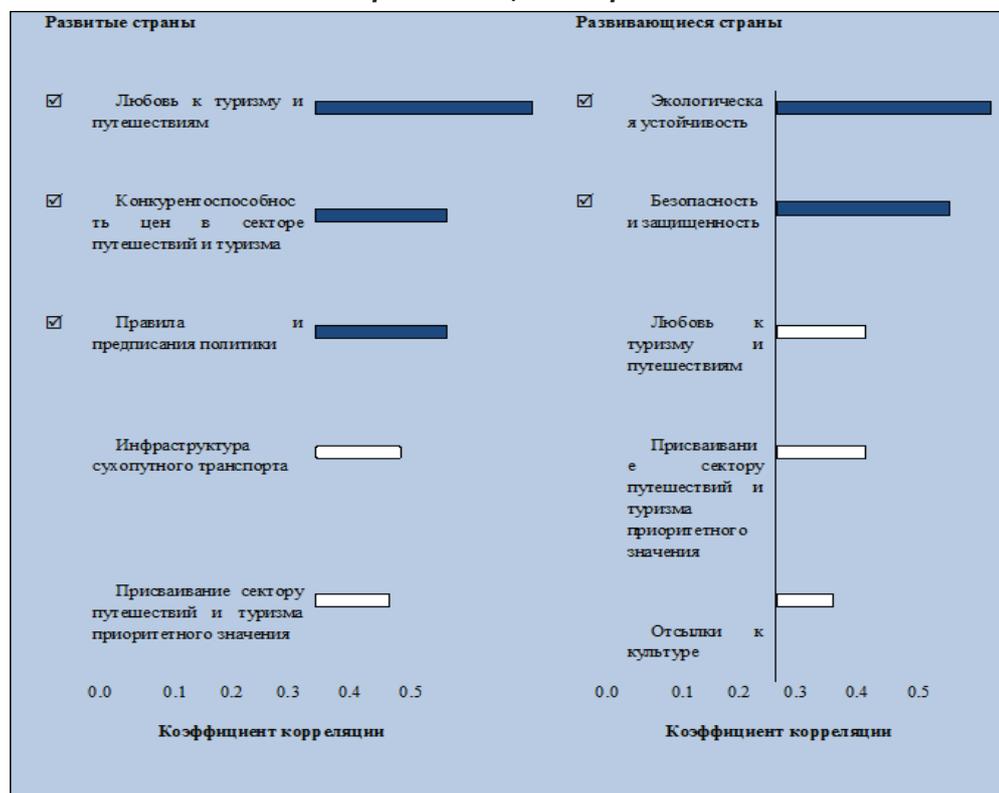
Страна / экономика	Правила и предписания политики	Экологическая устойчивость	Меры защиты и обеспечения безопасности	Санитарно-эпидемиологические меры	Расстановка приоритетов в сфере путешествий и туризма	Инфраструктура воздушного транспорта	Инфраструктура сухопутного транспорта	Инфраструктура туризма	Инфраструктура информационно-коммуникационных технологий	Конкурентоспособность цен в сфере путешествий и туризма	Трудовые ресурсы	Структурная близость со сферой путешествий и туризма	Природные ресурсы	Культурные ресурсы
Сингапур	1	23	5	56	4	14	2	38	9	66	2	8	92	35
Испания	67	25	23	24	10	10	10	5	28	106	34	39	29	1
Швеция	16	1	8	38	74	19	17	36	3	129	12	33	45	2
Швейцария	17	2	2	10	11	9	3	5	6	139	1	25	19	6
Объединенные Арабские Эмираты	13	91	50	61	36	3	26	24	39	35	15	24	71	33
Великобритания	8	7	22	48	40	5	13	22	10	138	6	45	15	3
Соединенные Штаты Америки	23	112	57	51	30	2	27	13	17	94	14	69	3	5

Источник: The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1, no.1, p.13

Исследование 20 стран с самыми высокими и низкими показателями Индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма показывает основные принципы конкурентоспособности туризма таких стран, которые доказали свою эффективность в ходе непрерывного устойчивого роста въездного туризма (см. рисунок 1). К примеру, высокая оценка в показателе Индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма «Любовь к путешествиям и туризму» означает высокую оценку показателя устойчивого роста и развития туризма в последние годы. Эти факторы являются реальными дифференцирующими факторами, регистрирующими сильный устойчивый рост в сфере въездного туризма.

Рисунок 1

Основные пять содействующих факторов конкурентоспособности сектора путешествий и туризма по их влиянию на устойчивый рост, развитые и развивающиеся страны



Примечание: Данные показывают корреляционную связь факторов Оценки показателей устойчивого роста в секторе путешествий и туризма и Оценки Индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма. В соответствии с данными, приведенными в Индексе конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, здесь показаны корреляционные результаты в отношении 20 стран с самыми высокими и низкими показателями. Галочки отмечают категории, которые, по нашему мнению, носят дифференцирующий характер, если рассматривать их в плане конкурентоспособности и роста сектора путешествий и туризма.

Источник: The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1, no.2, p.46



Эти результаты подтверждают мнение о том, что директивные органы обладают средствами, которые могут сформировать устойчивость их туристских дестинаций к краткосрочным потрясениям и подготовить их к долгосрочной стабильности посредством концентрации внимания на определенных сферах, в которых лидирующие страны значительно опережают своих недостаточно эффективных конкурентов. Передовая политика и стратегии развития сектора туристских дестинаций, обладающих высокой конкурентоспособностью, доказали свою эффективность, пережив экономический спад и подготовившись к нестабильности грядущих перемен. Каждая страна должна определить свои ключевые особые сферы туристских возможностей и сфокусировать свою политику на этих центральных возможностях, в том числе и Россия. Дифференцирующие факторы разнообразны – отражают сочетание международных туристских потребностей и опытов – и колеблются от восстановления доверия туристов после периодов нестабильности и поддержания конкурентоспособности цен в неустойчивых рынках до обозначения устойчивости в качестве решающего фактора и превращения любви к путешествиям в успешное развитие туристской дестинации.

Мы выделили 5 (из 14) основных принципа из Индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, которые в большей степени согласуются с Оценкой показателей устойчивого роста. На рисунке 2 показаны ключевые возможности, которые приводят сектор туризма к показателям устойчивого роста.

Основываясь на существующей «Любви к путешествиям и туризму», директивные органы должны ставить своей целью создание положительного климата для туризма и как можно сильнее объединить туристские компании с экономикой в целом (в дополнение к привлечению крупномасштабных инвестиций и расширения объектов инфраструктуры). В дальнейшем, полностью поддерживающие развитие местные жители, небольшие предприятия и индивидуальные предприниматели будут играть ключевую роль при превращении открытости для иностранных гостей в развитие туристских услуг, которые совместно выделяют ту или иную туристскую дестинацию из ряда других. Кроме того, стимулирование желания туристов вернуться требует целостного рассмотрения жизненного цикла туриста, а не проведение «штампованных» рекламных кампаний. Австралия, к примеру, привлекает молодежь в свою страну, предлагая программы работы и учебы за рубежом (work & travel) в различных местных предприятиях. Поскольку эти туристы еще молоды и не имеют достаточно денег, они хотят вернуться.

Директивным органам необходимо упрочить их основную сферу компетентности – Правила и предписания политики – и особым образом сфокусироваться на долгосрочных подходах к развитию туризма, а также быть готовыми оперативно реагировать на краткосрочные изменения. Для реализации полного потенциала сектора туризма крайне необходимо уменьшить существующие барьеры, препят-

ствующие въезду в страну (это касается правил визового режима и инфраструктуры), привлечь инвестиции частного сектора за счет дальнейшего снятия ограничений, предоставить местным жителям право принимать участие в цепочке создания ценностей туризма, а также установить сотрудничество с соседними дестинациями в пограничных районах. Например, Ирландия запустила национальную программу под названием «Ирландские встречи», посредством которой компании, спортивные клубы, учреждения культуры и местных властей просят вносить идеи относительно наилучших способов привлечения туристов в их страну; при этом конечной целью этой программы является восстановление экономики после кризиса за счет основной опоры – туризма.

Рисунок 2

Ключевые возможности, которые приводят сектор путешествий и туризма к показателям устойчивого роста

Дифференцирующий фактор	Передовые возможности
<input checked="" type="checkbox"/> Любовь к туризму и путешествиям	<ul style="list-style-type: none"> • Ориентация на потребителей • Открытость для иностранных туристов • Привлечение местных «влиятельных игроков»
<input checked="" type="checkbox"/> Правила и предписания политики	<ul style="list-style-type: none"> • Уменьшение барьеров, препятствующих въезду в страну • Либерализация сектора • Сотрудничество частного сектора с госслужбами
<input checked="" type="checkbox"/> Конкурентоспособность цен в секторе путешествий и туризма	<ul style="list-style-type: none"> • Доступные туристические предложения и отели • Умеренные налоги • Покупательная способность/курсы валют
<input checked="" type="checkbox"/> Экологическая устойчивость	<ul style="list-style-type: none"> • Политика и законы, нацеленные на устойчивое развитие • Инновации в частном секторе • Охрана природных богатств
<input checked="" type="checkbox"/> Безопасность и защищенность	<ul style="list-style-type: none"> • Защита туристских зон/объектов • Надежность властей • Кампании, нацеленные на формирование доверия

Источник: The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1, no.2, p.47



Конкурентоспособность цен, несомненно, останется основным дифференцирующим фактором во всем разнообразии туристских дестинаций. На макроуровне колебание курса валют всегда будет важнейшим и непредсказуемым фактором, влияющим на поведение туристов. Эти колебания будут иметь чрезвычайно сильное воздействие на туристские дестинации, фокусирующиеся на «бюджетных туристах», которые реже отдают предпочтение каким-то определенным дестинациям и желают найти недорогие возможности для путешествий. В настоящее время туристам нравится прозрачность почти идеального соотношения цена/качество, которую можно проследить по отзывам, оставленным пользователями в сети интернет. Специалистам-планировщикам туризма необходимо сделать цены на въездной туризм более гибкими и облегчить въезд в страну за счет снижения налогов, в случае необходимости. Они также должны оказывать поддержку отечественным капиталовложениям и предпринимательству с помощью таких финансовых стимулов, как инвестиционная помощь и прочие меры в поддержку. Для максимально эффективного использования своих туристских активов, дестинации и частные компании должны реагировать как на торговцев, так и на возрастающий спрос на более изысканные впечатления от путешествий. Турция, например, добилась превосходных результатов, заявив о себе как об основной дестинации для многих европейцев (особенно туристов из Великобритании, а также из России); в то же время она разнообразила свои туристические предложения за счет выгодного использования своей многообразной культуры, истории и природных живописных зон.

И наконец, развитие и поддержка все более разнообразных форм туризма может трансформировать Экологическую устойчивость из бремени регулирования в настоящий дифференцирующий фактор для исходных рынков туризма. Директивные органы, особенно те, которые отвечают за развивающиеся туристские дестинации, должны отдавать приоритет долгосрочной стабильности с целью сохранения своих природных и культурных богатств, т.к. «экологизация потребления» стала значительной покупательной способностью на рынках развитых стран. Основные вновь появляющиеся туристические группы, включая много путешествующих пенсионеров, которые родились в послевоенные годы, требуют, чтобы им предлагали «зеленый» туризм, а не традиционный отдых на пляже. Концентрация на экологизацию туризма, а также принятие мер по сохранению окружающей среды на национальном уровне, породит реальные преимущества перед дестинациями-конкурентами. Для того чтобы сектор туризма стал стабильным – экономически и экологически – директивным органам необходимо последовательно согласовывать долгосрочные планы комплексного развития туризма и краткосрочные интересы многочисленных влиятельных игроков с внешними воздействиями, такими как макроэкономические явления или изменения в потребностях туристов. Для того чтобы добиться успеха, директивным органам потребуется с особой осто-

рожностью относиться к проблемным природным богатствам, чтобы показатели экономически эффективного выхода продукции и экологический отпечаток были устойчивы и стабильны. В Кении, на Сейшельских островах и Танзании, к примеру, экотуризм в последние годы набрал обороты, превратившись из обычной ниши в сегменте рынка в высокоэффективный и объемный рынок. Эти страны сохраняют свои природные богатства для ответственных туристов, что приводит к экономическому росту как отдельного региона, так и всей страны в целом.

Само собой разумеется, безопасность и защищенность имеют непосредственное отношение к процветанию въездного туризма хотя бы только для того, чтобы «оставаться в игре». Это особенно важно в развивающихся регионах, страдающих от неустойчивости политического положения или нерациональной политики государства, которые зачастую приводят к высокому уровню преступности и замедлению экономического развития. Недавняя Арабская весна привела к значительному снижению количества туристов в странах, живущих за счет туризма, в частности, в Египте и Тунисе; и наоборот, Марокко перенесла кризис сравнительно неплохо – количество въездных туристов уменьшилось, но незначительно, за счет стремительного проведения политических реформ, а не вступления в противоборства, а также за счет непрерывной концентрации на долгосрочной стратегии развития туризма. Однако борьба с преступностью на различных уровнях – будь то уличные преступления, которые явно несут угрозу безопасности для путешественников, или коррупция, влияющая на предпринимательскую деятельность – остается постоянной проблемой многих развивающихся туристских дестинаций в их попытках создания беспрепятственного развития дестинации.

Для того чтобы не обращать внимание на постоянные изменения, происходящие с рынком, и непрерывно получать прибыль от резонирующего сектора туризма, директивным органам необходимо выявить и сконцентрироваться на ключевых конкурентных преимуществах их стран перед другими странами, а также выделить впечатления и ощущения, получаемые путешественниками в их стране, от впечатлений и ощущений, которые они могут получить где-то еще. В то же самое время, они должны проводить исследования меняющихся предпочтений международного туриста. Также важно изучать существующий маркетинг туристской дестинации и планы развития сектора туризма в контексте проблем, с которыми приходится сталкиваться в связи с постоянно меняющейся экономической ситуацией в мире. Развитые туристские дестинации должны прилагать усилия для внедрения инноваций, развития сотрудничества большого количества участников рынка туризма, и быть готовыми к гибкости, если они хотят успешно удовлетворять потребности развивающихся регионов. Развивающимся туристским дестинациям следует разрабатывать эффективные краткосрочные циклические стратегии с целью укрепления их сектора путешествий и туризма, и снова обратить свое



внимание на способы привлечения международных туристов посредством сосредоточения на долгосрочном развитии сектора и формировании стабильности, как основы развития и маркетинга туристской дестинации.

Несмотря на постоянно растущую нестабильность, вызываемую экономическими, политическими и экологическими проблемами, предполагается, что туризм останется важнейшим двигателем будущего экономического роста. Директивные органы, фокусирующие свое внимание на самых выдающихся достояниях своих стран, и которые могут максимально эффективно использовать их, находятся в самом выгодном положении, поскольку они могут превратить риски колебаний в возможности для установления долгосрочной стабильности.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Концепция внешней политики Российской Федерации Утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 (<http://www.mid.ru>) (Konceptcija vneshnej politiki Rossijskoj Federacii Utverzhdena Prezidentom Rossijskoj Federacii V.V. Putinym 12 fevralja 2013)
2. Игнатьев А.А. Анализ состояния туристской отрасли мирового хозяйства на современном этапе. // Научно-практический межотраслевой журнал Интеграл 2014, №2,3, сс. 84-85 (Ignat'ev A.A. Analiz sostojanija turistskoj otrasli mirovogo hozjajstva na sovremennom jetape. // Nauchno-prakticheskij mezhotraslevoj zhurnal Integral 2014, №2,3, ss. 84-85).
3. РИА НОВОСТИ. URL:<http://ria.ru/economy/20140804/1018775915.html> (дата обращения 05.08.2014) (RIANOVOSTI)
4. URL: http://tourlib.net/books_tourism/bogolubov.htm (дата обращения: 20.03.2014).
5. Tourism Towards 2030: Global Overview. Madrid: UNWTO. 2012. URL: <http://cestur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/unwto2030.pdf> (дата обращения: 20.03.2014)
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. 2013. vol.1, no.1, pp.10,13,28-29, vol.1, no.2, pp.46-47

