

что по сравнению с показателями предыдущего года означает рост на 36,2 и 37,5 %.

Мировой финансово-экономический кризис оказал определенное влияние на развитие туристического сектора, и в течение 2008 г. туристический поток по всему миру по сравнению с предыдущим годом уменьшился на 3 %. Наряду с этим Индия, Уругвай, Египет, Южная Корея, Панама, Турция и другие страны были отмечены как страны, которые приняли наибольшее число туристов. Качество региона как производителя туристических услуг измеряется тем, в какой степени он выполняет заказы своих производителей. Если какой-то туристический регион может формировать достаточно высокую цену на свою продукцию, тогда наряду с удовлетворением производства появляется возможность для защиты деятельности сферы от внешнего влияния. С достижением определенного результата в этой области можно высказать мнение о конкурентоспособности региона.

Стратегической целью туристического региона как единицы конкуренции является обеспечение на длительное время конкурентоспособности.

Ясно, что туризм, как правило, выступает фактором, стимулирующим выявление, восстановление и эффективное использование природных ресурсов и культурно-исторических ценностей. Причиной этого является то, что принимающая иностранных туристов страна для того чтобы встретить их на подобающем уровне, а главное для потенциальных туристов, которые могут приехать в страну, с целью рекламы собирает рекреационные ресурсы, формирующие самые прекрасные впечатления, а также старается полностью и максимально эффективно их использовать.

*Т.М. Сергеева, ассистент
БГЭУ (Минск)*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Безусловно, нынешний экономический кризис оказывает серьезное влияние на туристический спрос. Это сильно влияет на количество сегментов и туристических потоков. Ряд тенденций, таких как улучшение предпринимательства и инноваций, становятся еще более выраженными в сложных экономических условиях, чем в более благоприятных условиях. Однако для того чтобы иметь возможность оптимизировать свой потенциал, индустрия туризма должна оставаться конкурентоспособной. Это важно для укрепления индустрии туризма, опять же, чтобы добиться динамичного и устойчивого роста этого сектора, который призван обеспечить всех своих клиентов высоким качеством путешествий и сбалансированным соотношением «цена / качество».

В данной ситуации важно определить ряд четких задач, которые должны быть решены, чтобы индустрия туризма реализовала весь свой потенциал. Эти проблемы вытекают, с одной стороны, из нынешней структуры индустрии туризма и тех рамок, в которых она работает, и, с другой стороны, из ожидаемых изменений в обществе, оказывающих влияние на туристический спрос. Среди них:

1) глобализация. Различные общества, культуры и экономики все чаще переплетаются между собой;

2) демографические изменения. Население развитых стран быстрыми темпами стареет. Например, в Европе в 2020 г. около 20 % населения будет старше 65 лет. Там пожилые люди часто имеют значительную покупательную способность и много свободного времени, чтобы путешествовать. В нашей стране основная ставка на путешествия делается на платежеспособный сегмент среднего возраста;

3) доступ к информации. Компьютерные технологии, Интернет, поисковые системы, мобильные телефоны, GPS и цифровое телевидение коренным образом изменили то, как мир общается, собирает информацию и распространяет продукты и услуги;

4) использование экономического опыта. В эпоху, когда поставки в изобилии и не всегда легко отличить товары и услуги в зависимости от качества, потребители все чаще ищут другие факторы, на основе которых можно сделать выбор. «Обычные» характеристики, такие как внешний вид и содержание, а также креативное сочетание продуктов и услуг в одном приобретают все большее значение;

5) индивидуальный подбор туров. Акцент на персональные требования личностей будет увеличиваться. Потребители ищут нестандартные решения, соответствующие их собственной личности. Общество больше не может быть разделено на однородные целевые группы, но все больше состоит из многих различных групп;

6) устойчивое развитие туризма. Опасения по поводу изменения климата, загрязнения окружающей среды, социального обеспечения в настоящее время отражаются на повышенном спросе на экологически, социально и экономически ответственное потребление. Эта тенденция подкрепляется законодательной инициативой, направленной на стимулирование потребителей и компаний к более устойчивому развитию;

7) здоровый образ жизни. Сидячий образ жизни многих людей в развитых странах привел к увеличению внимания к здоровью. Граница между оздоровлением и образом жизни, с одной стороны, и здравоохранением, с другой стороны, становится все более размытой.

Перечисленные тенденции обеспечивают основу для развития конкурентоспособного туризма в современных условиях глобализации и экономической интеграции.