

На правах рукописи



Литовченко Анна Юрьевна

**ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И МЕЖДУНАРОДНОЙ
ИНТЕГРАЦИИ НА РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ
УСЛУГ В РОССИИ**

Специальность 08.00.14. – Мировая экономика

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

2 1 1.01.2008

Краснодар 2008

Диссертация выполнена на кафедре мировой экономики
Кубанского государственного университета

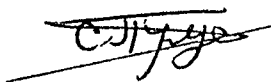
Научный руководитель:	кандидат экономических наук, доцент Мудрова Людмила Ивановна
Официальные оппоненты:	доктор экономических наук, профессор Мельников Александр Борисович кандидат экономических наук, доцент Климовец Ольга Валентиновна
Ведущая организация:	Ростовская государственная экономическая академия

Защита состоится 12 декабря 2008 г. в 13 часов на заседании диссертационного совета Д 212.101.05 по экономическим специальностям при Кубанском государственном университете по адресу: 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Кубанского государственного университета (читальный зал) по адресу: 350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.

Автореферат разослан *11* ноября 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор экономических наук,
профессор



С.Н. Трунин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Туризм – одна из самых интенсивно развивающихся отраслей мировой экономики. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel and Tourism Council), в 2006 г. мировая индустрия путешествий произвела товаров и услуг на общую сумму 6,5 трлн долл. В ближайшие 10 лет прирост объемов производства в отрасли составит не менее 4,6% ежегодно.

Всё возрастающий интерес к поиску путей эффективного развития этой отрасли появляется и в России, хотя, по сравнению с другими странами, она пока не является высокодоходной индустрией и заметным источником дохода в бюджете страны. Более того, на фоне сокращения общих объемов въездного туризма наши соотечественники по-прежнему предпочитают отдых за рубежом, при этом вывозятся и тратятся суммы, по объему сравнимые с нелегальным вывозом капитала за рубеж. По оценкам Центрального Банка России и экспертов Всемирной торговой организации, предоставляемые иностранцам услуги по статье «Поездки» оценивались в 4,3 млрд. долл. США, тогда как расходы россиян на поездки за рубеж в этот же период составили, по различным оценкам, от 11 до 12,3 млрд. долл. По данным Федерального агентства по туризму, в 2007 г. число иностранцев, посетивших нашу страну, увеличилось на 3,0 %, тогда как число россиян, выезжающих на отдых за рубеж, возросло на 31 %.

Сложившаяся ситуация объясняется неконкурентоспособностью большинства российских предприятий и организаций туристической сферы, которая все в большей степени проявляется на фоне процессов глобализации и связанной с ней либерализации отношений между странами. Российский рынок туристических услуг становится все более доступным для зарубежных производителей, представленных крупными интегрированными структурами: международными цепями отелей, сетями ресторанов, ТНК в туроператорском бизнесе и т.д. Благодаря эффектам интеграции эти структуры успешно контролируют мировой рынок туристических услуг, оставляя далеко позади российских производителей как по качественным и ценовым параметрам туристических услуг, так и по способам их продвижения.

В последние годы в отечественной туристической отрасли наметились положительные изменения, связанные в первую очередь с возрастанием статуса сферы. С начала 1990-х гг. Россия приступила к формированию национального туристского рынка, который активно становится частью международного. По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, туристический рынок нашей страны в ближайшее десятилетие «переживет бум инвестиций и войдет в тройку мировых лидеров по объемам капиталовложений в туристскую отрасль». Россия будет лидировать и по среднегодовому росту капитальных инвестиций в туристский сектор, доля которого в общем объеме инвестирования достигнет 9,8 %.

Действительно, при эффективном использовании имеющегося туристско-рекреационного потенциала отечественная индустрия туризма сможет на

должном уровне удовлетворять потребности как российских, так и зарубежных граждан, а мультипликативный эффект развития туризма обеспечит высокий рост бюджетных поступлений, позволит создать новые рабочие места, станет катализатором развития ряда смежных отраслей.

В этой связи весьма актуальным представляются анализ состояния и тенденций развития глобального рынка туристических услуг, исследование адаптивных ему форм интеграционных объединений в туристической сфере, а также объективная оценка потенциала и места российской туристической отрасли в качестве полноправного участника этого рынка.

Особо актуальной исследуемая проблема представляется для регионов, обладающих мощным рекреационным потенциалом, в том числе и для Краснодарского края, являющимся ведущим туристским центром России, и возможности его развития далеко не исчерпаны. Вместе с тем, масштабные планы по формированию в крае туристической инфраструктуры международного уровня могут реализоваться в полной мере только в условиях эффективной интеграции России в общемировой туристический комплекс.

В странах с развитой туристской индустрией широко распространена практика разработки долгосрочных государственных стратегий развития туризма, постоянно ведется мониторинг развития туристской отрасли, позволяющий оценить реальный вклад отрасли в национальную экономику. В нашей стране такая работа находится лишь в начальной стадии. Это обуславливает актуальность темы настоящего диссертационного исследования, его теоретическую и практическую значимость.

Степень разработанности темы. Анализ литературных источников, посвященных проблемам развития туризма, показывает, что наибольшее внимание исследователей привлекают вопросы формирования понятийного аппарата, выявления закономерностей функционирования туристского рынка, как элемента мирового рынка торговли услугами.

Весомый вклад в исследование экономики и управления туристско-рекреационным комплексом внесли такие зарубежные ученые, как Р. Макинтош, Ч. Голднер, Дж. Уокер, Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз, Х. Годфри, К. Кеннет, Е. Веллас, Л.Бечарель и др. В числе отечественных специалистов следует назвать таких ученых, как Г.А. Бондаренко, А.А. Гвозденко, В.Г. Гуляев, Е.Л. Драчева, Л.А. Дурович, Ю.В. Забаев, А.Б. Здоров, И.В. Зорин, Д.К. Исмаева, В.А. Квартальнов, А.В. Ключников, В.М. Козырев, А.С. Кусков, О. В. Лыскова, К.С. Савельев, Т.М. Сергеева, А.И. Сурин и др.

Вместе с тем, проблемы функционирования туристической сферы в условиях глобализации, принципы и закономерности протекающей в ней интеграционных процессов изучены недостаточно, что не позволяет сформировать теоретико-методическую базу разработки и реализации обоснованной стратегии функционирования и развития предприятий туристической индустрии в глобальном экономическом пространстве. Также мало изучены вопросы формирования системы надгосударственного и государственного регулирования туристической сферы. Слабо исследован в отечественной литературе и международный опыт развития туризма в контексте разработки

стратегии и политики развития анализируемой сферы деятельности и выбора модели интеграции в мировой рынок туристических услуг.

Актуальность проблемы, степень ее научной разработанности и практическая значимость определили цели и задачи диссертационного исследования.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальностей ВАК. Исследование выполнено в рамках п. 7 «Международная торговля услугами: тенденции развития, изменения в структуре и формах организации перспективы и стратегические приоритеты» и п. 21 «Направления и формы интеграции России в систему мирохозяйственных связей. Особенности внешнеэкономической деятельности на уровне предприятий, отраслей и регионов» специальности 08.00.14 – «Мировая экономика» Паспорта специальностей ВАК (экономические науки).

Цель и задачи исследования. Целью исследования является обоснование концептуальных подходов к формированию стратегии развития российской сферы туристических услуг в условиях, протекающих в этой сфере, процессов глобализации и международной интеграции.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

– исследовать состояние и тенденции развития туристической сферы в мировой экономике, установить ее место и роль в решении задач социально-экономического развития стран мира;

– изучить методы оценки вклада туристической отрасли в развитие мировой и национальной экономики, оценить их достоинства и недостатки с точки зрения возможностей использования при выборе инструментов регулирования и разработки стратегий развития туристической отрасли;

– исследовать особенности и динамику процессов глобализации в туристической сфере, их влияние на деятельность национальных туристических компаний и процессы международной интеграции;

– изучить и усовершенствовать теоретико-методические основы функционирования и развития туристической сферы в контексте его адаптации к современным тенденциям глобализации и международной интеграции;

– изучить принципы и особенности, классифицировать формы и методы международной интеграции в сфере туристических услуг, выявить источники получения эффектов интеграции предприятий туристической индустрии;

– используя методику TSA («Travel Satellite Account» – стандарт учета экономического воздействия туризма), дать оценку потенциала международного рынка туристических услуг и места Российской Федерации в этой системе;

– на основании проведенного анализа и обобщения мирового опыта, разработать стратегию развития российской сферы туризма, ориентированную на максимальное использование и развитие имеющегося туристско-рекреационного потенциала и на дополнительные возможности роста эффективности анализируемой сферы, открывающиеся в условиях процессов глобализации и международной интеграции.

Объектом исследования в работе выступает национальный туристско-рекреационный комплекс как элемент мирового рынка туристских услуг.

Предметом исследования явилась система экономических отношений, складывающихся между субъектами деятельности туристической сферы и между рынком туристических услуг, под действием развития процессов глобализации и международной интеграции.

Теоретико-методологические основы исследования. В основе диссертационного исследования лежат фундаментальные теоретические концепции и методологические подходы, обеспечивающие системность и комплексность изучения проблем эффективного функционирования и развития туристической сферы, объективное восприятие их свойств и взаимодействия с непрерывно изменяющейся социально-экономической действительностью. Они содержат ключевые посылки для раскрытия сущности таких понятий как глобализация и транснационализация туристической сферы, эффективность ее деятельности и стратегия развития, позволяют выделить факторы, влияющие на состояние и условия туристической индустрии, установить их соотносительность в системе «туристическая сфера – экономический рост». Это классические и современные экономические теории, диалектика, общенаучные концепции, системный и ситуационный анализ, современные теории управления, методы статистического анализа и т.д.

В основе определения направлений совершенствования теоретико-методических основ туристической деятельности лежит анализ и обобщение представлений, сформулированных в трудах отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам функционирования туристского рынка.

Нормативная база работы – международные акты, регламентирующие туристскую деятельность; Конституция РФ; Бюджетный и Налоговый кодексы РФ; Федеральные законы «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и «О специальных экономических зонах»; региональные законы, регулирующие развитие туристско-рекреационного комплекса; Концепция государственной политики развития курортного дела в Российской Федерации на период до 2010 года и другие законодательные и нормативные акты федеральных и региональных органов власти.

Эмпирическую базу исследования составили: данные Госкомстата Российской Федерации, справочные и аналитические данные Министерства финансов Российской Федерации, ВТО, WTTC (Всемирного совета по путешествиям и туризму), информация о развитии туристской отрасли в государствах с развитым туристским рынком, материалы периодической печати, ресурсы Интернет и иные статистические и информационные материалы.

Гипотеза диссертационного исследования состоит в том, что конкурентоспособность и эффективность работы российской сферы туристических услуг не может быть обеспечена без учета сложившихся в мире тенденций глобализации и международной интеграции предприятий туристической индустрии. Стратегия ее развития должна ориентироваться как на максимальное использование имеющегося туристско-рекреационного потенциала, так и на дополнительные возможности роста эффективности, открывающиеся в условиях глобализации и международной интеграции.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Сфера туристических услуг – одна из наиболее интенсивно развивающихся отраслей деятельности, роль которой в современной экономике постоянно возрастает. Рынок туристических услуг относится к числу растущих - повышается объем и эффективность экспортных операций, увеличивая валютные поступления страны. Развитие туристической сферы обеспечивает возрастание занятости населения и высокий мультипликативный эффект для смежных отраслей. Социальный эффект туризма выражается в решении проблем оздоровления населения и развития личности. Возрастающая роль туризма в экономике стран мира актуализирует изучение особенностей функционирования этой сферы человеческой деятельности и, прежде всего, ее содержательной стороны. Вместе с тем в отечественной и зарубежной литературе, посвященной проблемам экономики и управления туристической отраслью, сохраняется неопределенность и множественность подходов к определению таких основополагающих понятий как туризм, рынок туристических услуг, туристическая индустрия. Мало изученными остаются явления и процессы, возникающие в туристической сфере под действием тенденций глобализации. В этой связи понятийный аппарат науки по экономике и управлению туристической сферой нуждается в уточнении, а тенденции, проявляющиеся в ней под действием процессов глобализации – в идентификации.

2. Туристическая сфера, как и любая другая сфера экономической активности, переживает существенные трансформации под действием процессов глобализации. Указанные трансформации, наряду с общими для мировой экономики чертами (производство и потребление туристических услуг, управление, распространение информации и технологий, функционирование рынков осуществляются в глобальном масштабе; усиливаются и усложняются взаимосвязи и взаимозависимости предприятий туристической индустрии стран мира; увеличивается объем и разнообразие трансграничного движения товаров и услуг отрасли; широкое распространение новых информационных технологий), имеют свои специфические особенности. В частности, под действием глобальных тенденций компании туристической индустрии все большей степени ориентируются на международные стандарты деятельности; создание новых организационных форм оказания туристических услуг в виде транснациональных корпораций (ТНК) и международных сетевых объединений; формирование международных систем информации и коммуникаций. Показателями глобализации туристической индустрии служит и ее растущая интернационализация, выражающаяся в углублении международного разделение труда развитии и интенсификации экономического сотрудничества.

3. Многоотраслевой характер туристического продукта наложил свой отпечаток на направления и формы процесса международной интеграции предприятий туристической сферы. Туристический продукт – комплекс услуг, оказываемых предприятиями и организациями различных сфер и отраслей деятельности, обладающих определенными особенностями. В этой связи большинство интеграционных и партнерских объединений, работающих на рынке туристических услуг, созданы по отраслевому принципу – междуна-

родные цепи отелей в гостиничном бизнесе, международные сети ресторанов – в ресторанном, ТНК и международные ассоциации перевозчиков на транспорте, ТНК в туроператорском бизнесе. Потребность в расширении объемов и географических рамок рынка гостиничного бизнеса способствует также установлению партнерских межотраслевых связей, а необходимость координации действий, маневрирования ресурсами и издержками, установления устойчивого контроля над рыночным пространством приводит к возникновению межотраслевых партнерских объединений под эгидой управляющей компании. В основе указанных интеграционных процессов лежат: объединение брэндов и создание новых предприятий за пределами страны базирования; выработка общих правил и стандартов, обеспечивающих своеобразие стиля обслуживания клиентов по всему миру; широкое использование франчайзинга и передовых Интернет-технологий; централизация процессов стратегического управления и т.д.

4. Возрастание значимости туристической сферы делают ее объектом активного регулирования со стороны соответствующих наднациональных и государственных структур. При этом выбор адаптивных средств регулирования, разработка обоснованных стратегий развития требуют совершенствования методических подходов к оценке вклада отрасли в национальную и мировую экономику. Традиционно, подобная оценка ограничивалась расчетом прямого вклада отрасли в ВВП, а также весьма приблизительной оценкой косвенного вклада с использованием адаптированной модели мультипликатора Кейнса (модель Арчера и Оуэна). В этой связи, наиболее приемлемым стандартом для оценки вклада туристической отрасли, может выступать методология TSA, которая позволяет более точно оценить денежные потоки, генерируемые не только непосредственно туристской отраслью, но и связанными с ней отраслями, а также учесть ее воздействие на занятость населения. Вместе с тем, данная методика, по нашему мнению, должна быть дополнена включением такой статьи спроса, как «Перемещения внутри страны с целью отдыха». Требуется также уточнение содержания блока «Потребление индустрии туризма», в плане раздельного учета потребления товаров и услуг иностранцами и резидентами данного государства, что позволит получать две группы показателей: вклад в экономику международного туризма и общий вклад в экономику туристской отрасли.

5. Анализ мировой практики показывает, что существуют три базовых модели управления в туристической сфере: первая предполагает отсутствие централизованной государственной поддержки (США) и реализуется в ситуации наличия в сфере туризма сильных частных компаний; вторая предусматривает наличие мощного централизованного органа, концентрирующего значительный контроль над отраслью и используется в странах активно развивающихся туристический рынок (Турция, Тунис, Египет и др.); в соответствии с третьей моделью централизованный орган управления тесно взаимодействует с местными властями и частными институтами, при этом происходит делегирование им определенных полномочий. Такая «комбинированная» модель типична для развитых государств, рассматривающих туризм, как од-

но из направлений экономического развития и наиболее приемлема для России.

б. Туристическая отрасль в России развивается под воздействием ряда политических и экономических факторов, обусловленных протекающими в стране трансформационными процессами. С одной стороны, они способствовали «открытию» российского туристического рынка и взрывному росту выездного туризма, с другой – экономический кризис неблагоприятно отразился на состоянии туристической отрасли и ее инфраструктуре, резко сократилась государственное финансирование отрасли. Качество услуг, предоставляемых в российских зонах отдыха, не выдерживало конкуренции с зарубежными аналогами. Все это способствовало не только сокращению поездок внутри страны, но и постепенному снижению привлекательности России для иностранных гостей. Преодолеть указанные негативные тенденции и обеспечить России достойное место на мировом рынке туруслуг позволят объективизация оценки значимости отрасли в национальной экономике, а также разработка и реализация стратегии, учитывающей мировой опыт развития анализируемой сферы деятельности, сложившихся в ней тенденций глобализации и международной интеграции.

Научная новизна работы в целом состоит в обосновании автором собственного видения процессов глобализации и международной интеграции в туристической сфере, а также вытекающих из них направлений развития туристической отрасли в России, позволяющих обеспечить как существенный рост эффективности отрасли, так и ее успешную интеграцию в систему мирохозяйственных связей. В процессе реализации авторского подхода получены следующие научные результаты:

– определено содержание процессов глобализации в туристической сфере, состоящее в том, что анализируемая сфера работает как единая система в режиме реального времени в масштабе всей планеты; производство и потребление туристических услуг, управление, распространение информации и новых технологий осуществляются в глобальном масштабе; усиливаются и усложняются взаимосвязи и взаимозависимости предприятий туристической индустрии стран мира, развиваются процессы их международной интеграции; увеличивается объем и разнообразие трансграничного движения товаров и услуг отрасли, унифицируются требования к их качественным характеристикам; формируется глобальный рынок туристических услуг, обеспечивающий взаимодействие глобального спроса и предложения и установление общемировых цен на туристический продукт;

– выявлены формы (отраслевые ТНК и ассоциации, межотраслевые партнерские объединения, стратегические альянсы по главе с управляющей компанией) и методы (объединение брэндов и создание новых предприятий за пределами страны базирования; внедрение общих правил и стандартов, обеспечивающих своеобразие стиля обслуживания клиентов по всему миру; широкое использование франчайзинга и передовых Интернет-технологий) международной интеграции в туристической сфере, формирующие основу для разработки и реализации эффективной стратегии интеграции туристической отрасли

страны, в том числе России в глобальную систему мирохозяйственных связей;

– предложена типовая структура и функциональная модель деятельности наиболее развитой формы интеграции в туристической сфере – международного стратегического альянса, представленного как крупное международное партнерское объединение отраслевых ТНК, ассоциаций и неконсолидированных предприятий, непосредственно производящих туристический продукт, с центром в виде узкоспециализированного ядра (управляющей компании; сети специализированных организаций, выполняющих отдельные управленческие и научно-исследовательские функции и удаленных филиалов, обеспечивающих продвижение ее продукта), в котором концентрируются функции координации, консалтинга, стратегического управления и управления бизнес-процессами, мобилизации и дистрибуции ресурсов, разработки новых турпродуктов и инструментов продаж, что позволяет раскрыть механизмы интеграционных процессов в туристической сфере;

– усовершенствована методика TSA, оценивающая вклад туристической отрасли в ВВП и эффективность ее работы, в направлении включения новой статьи спроса «Перемещение внутри страны с целью отдыха», а также, в части выделения в статье «Потребление индустрии туризма» разделов по регионам дестинации, а также раздельного учета потребления товаров и услуг индустрии туризма и путешествий иностранными гостями и резидентами, что позволит не только максимально точно и объективно оценить вклад отрасли и ее мультипликативный эффект, но и дифференцировать этот вклад по влиянию на национальную и мировую экономику;

– использование усовершенствованной автором методики оценки вклада туристической отрасли в экономику (TSA), на примере Краснодарского края позволило установить недооценку значимости туристической отрасли в экономике России: вклад туристической сферы в Краснодарском крае, обладающем наиболее высоким туристско-рекреационным потенциалом в России, не превышает 30% (что ниже общемирового уровня), при этом удельный вес добавленной стоимости турпродукта в валовом региональном продукте соответствует вкладу туристской отрасли в экономику развитых стран (в 2007 г. – 9,2%), т.е. происходит недооценка значимости отрасли;

– разработана концепция государственной стратегии развития туристической отрасли России, в рамках которой сформулированы ее цели и задачи, определены формы государственной поддержки отрасли и ее приоритеты развития, сгруппированные по ряду направлений: формирование имиджа России, как страны благоприятной для туризма; совершенствование нормативно-правового поля туристской деятельности и приведение его в соответствие с международными стандартами, модернизация и развитие туристской инфраструктуры, доведение качества туристических услуг до уровня мировых стандартов; постоянный мониторинг рынка и его экспортной составляющей; развитие международной интеграции, включая создание собственных ТНК и международных партнерских объединений для усиления контроля над рыночным пространством, роста конкурентоспособности и вклада отрасли в социально-экономическое развитие страны.

Теоретическая и практическая значимость полученных результатов. Теоретические положения и практические рекомендации диссертационного исследования могут быть использованы в дальнейших исследованиях посвященных развитию туризма; в практической работе организаций исследуемой сферы, при подготовке законодательных и нормативных актов, регулирующих туристско-рекреационную деятельность.

Материалы работы могут быть использованы в процессе вузовской подготовки специалистов в области мировой экономики и экономики туризма.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования были представлены автором на 7 российских и международных конференциях. На основе материалов исследования опубликовано 10 работ, в т.ч. одна в журнале, рекомендованном ВАК.

Теоретические положения диссертационного исследования использованы при подготовке учебного курса «Экономика международного туризма» и апробированы автором на экономическом факультете КубГУ.

Структура работы определена целью и последовательностью решения сформулированных задач и построена по проблемно-тематическому принципу. Диссертация состоит из введения; трех глав; заключения; списка литературы, включающего 137 библиографий и 15 приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность выбранной темы диссертации, показана степень разработанности проблемы, определены цель, задачи, предмет и объект исследования, его методологический инструментарий и эмпирическая база, сформулирована гипотеза научного исследования, изложены положения, выносимые на защиту, отражена научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе работы «Теоретико-методические основы развития процессов глобализации туристической сферы» выявлены роль и место туристической сферы в социально-экономическом развитии, предпосылки возникновения и тенденции развития глобального рынка туристических услуг, раскрыты сущность, особенности и формы международных интеграционных процессов в туристической сфере, дана оценка эффектов интеграции.

Туризм, как форма международных экономических отношений, приобрел тенденцию к высоким темпам развития, во многом опережающим развитие других видов услуг. Доля поступлений в ВВП от международного туризма для мира в целом составляет 3,6%, а с учетом связанных с туризмом отраслей – 10,3%. В 2007 г. в сфере туризма и сопряженных с ней отраслях работали 234,305 млн. человек, что составило 8,7% занятости. На первое место по этому показателю, по оценкам специалистов WTTC, вышли страны Восточной Азии, на второе – государства Южной Азии, в Европе прямо или косвенно в сфере туризма и путешествий задействованы 24 300 тыс. человек. На долю туризма приходится около 11% мировых потребительских расходов. Число туристских поездок во всем мире приближается к 800 млн. и, по про-

гнозам Всемирной туристской организации (ВТО), к 2010г. достигнет миллиарда. В списке стран, лидирующих по расходам туристов, США, Япония, государства Евросоюза, Канада и Мексика. По прогнозам специалистов, к 2016 г. расходы на туризм увеличатся почти вдвое, а вклад международного туризма в мировую экономику достигнет 12 119 млрд долл. При этом, спрос на туристские услуги будет возрастать на 4,2–4,6% ежегодно, образуя устойчиво растущий рынок.

При анализе характерных особенностей рынка туристских услуг необходимо учитывать следующие моменты:

- предметом купли-продажи является туристический продукт, особенностями которого являются многоотраслевой характер производства, неразрывность процесса производства и потребления, изменчивость качества, неспособность к хранению и то, что главным ресурсом его развития служит разнообразие мира;

- в механизм туристического рынка включается значительное число посреднических звеньев, которые обеспечивают связь спроса и предложения;

- спрос на туристические услуги отличается значительной дифференциацией потребителей по материальным возможностям, возрасту, целям и мотивам поездок; высокой эластичностью и замещаемостью (индивидуальность потребностей, высокая степень их дифференциации; часто значительная отдаленность по времени и месту от туристического предложения);

- туристическое предложение характеризуется тем, что товары и услуги имеют тройственный характер – природные ресурсы, созданные ресурсы, туристические услуги.

Говоря о рынке туристических услуг, следует также отметить своеобразие его инфраструктуры, включающей средства размещения туристов, объекты общественного питания, транспорт, собственно объекты предоставления туристских услуг, которые обслуживают не только туристов, но и других субъектов, не имеющих отношения к туризму.

Важнейшей тенденцией современного этапа развития сферы туристических услуг является ее глобализация. Под действием глобальных тенденций компании туристической индустрии все больше ориентируются на международные стандарты деятельности; создание новых организационных форм оказания туристических услуг в виде транснациональных корпораций (ТНК) и международных сетевых объединений; формирование международных систем информации и коммуникаций.

Таким образом, глобализацию в туристической сфере, с нашей точки зрения, можно определить как процесс резкого усиления международных туристических потоков, потоков услуг, капитала, информации и технологий, следствием которого становится усиление взаимосвязи и взаимодействия предприятий и организаций туристического бизнеса в мировом масштабе, а также возникновения глобальных форм его интеграции. Глобализация имеет долговременный характер, а ее движущими силами являются революция в сфере информационно-коммуникационных технологий, обострение международной конкуренции, унификация стандартов и либерализация националь-

ных рынков туристических услуг. Вследствие глобализации формируется глобальный рынок туристических услуг, определяемый нами как сфера устойчивого международного движения туристических услуг, в рамках которой формируются глобальный спрос и предложение и устанавливаются мировые цены на туристический продукт.

Одной из важнейших основ глобализации рынка туристических услуг является интернационализация деловой активности в туристическом бизнесе, которая, наряду с общими чертами, имеет выраженную специфику, связанную со своеобразием турпродукта. Действительно, туристический продукт представляет собой комплекс услуг, оказываемых предприятиями и организациями различных сфер и отраслей деятельности, каждая из которых обладает значительной спецификой. В этой связи, большинство ТНК, работающих на рынке туристических услуг, созданы по отраслевому принципу – гостиничный, ресторанный бизнес, транспорт и т.д.

Ярким примером создания ТНК в туристическом бизнесе являются интегрированные гостиничные цепи. К числу наиболее известных гостиничных цепей, управляемых из США, относятся Hospitality Franchise System (4400 отелей и 435000 номеров в 6 странах), Holiday Inn Worldwide (2031 отелей и 365309 номеров в 62 странах), Best Western International (3401 отелей и 276659 в 60 странах), Marriott Hotel (2600 отелей и 500000 номеров в 27 странах), Hilton (более 800 отелей в 27 странах), IТТ Sheraton (417отелей и 129937 номеров в 61 стране). Среди других стран можно отметить Францию (Ассог, Club Méditerranée), Великобританию (Forte Hotels, Hilton International), Германию (Robinson Club GmbH), Испанию (Grupo Sol Melia). Объединение в международные цепи требует выработки правил и стандартов, обеспечивающих своеобразие стиля обслуживания клиентов всех входящих в них отелей.

Потребность в расширении объемов и географических рамок рынка гостиничного бизнеса способствует установлению партнерских связей с предприятиями и организациями других отраслей туристических услуг. В частности речь идет о заключении партнерских соглашений с онлайн-компаниями и турагентствами, такими как Expedia. Inc, Hotels.com, Priceline.com, Los-Angeles.com и др. Целью таких соглашений является увеличение объемов продаж через сеть Интернет, завоевывающих все большую популярность в мире. Как показывает статистика последних лет, в сети представлено около 80 млн гостиничных номеров, их бронирование через Интернет составляет до 95%, а число продаж – 10% от общего объема.

Процессы транснационализации проявляются также в ресторанном бизнесе (McDonalds, Pizza Hart, Сbappo, Rock, Wag mama, Friday's, Beers tube, Federico Fellini и др.). Международные ресторанные сети обладают рядом особенностей. В своем подавляющем большинстве они объединяют предприятия так называемого быстрого сервиса (quick service). Данный формат подразумевает быструю подачу блюд и длительное пребывание посетителей в ресторане, что отличает quick service от традиционного фаст-фуда. Еще одна особенность международных ресторанных сетей состоит в том, что все предприятия, расположенные за пределами страны базирования, являются фран-

чайзинговыми. Потенциальные франчайзеры из других стран при этом должны иметь стаж эффективного управления рестораном, опыт в области коммерческой аренды или развития недвижимости, максимальную приближенность к международным стандартам работы. Кроме того, претендент должен быть заинтересован в масштабном развитии сети у себя в стране.

Примерами транснационализации в туроператорском секторе является немецкая сбытовая сеть ТУИ, британская компания «Фест Чойс Холлидейс», швейцарская «Куони» и французская «Клуб Мед». Эти компании – крупнейшие холдинги, ведущие туроператорскую деятельность в различных странах мира через расположенные там дочерние компании и филиалы.

Что касается международных перевозчиков, обслуживающих туристические поездки, то здесь выраженных тенденций к транснационализации не отмечено. Примером ТНК в области авиаперевозок может послужить «Стар Альянс», который объединяет немецкие, шведские, канадские, бразильские и др. авиалинии. Большинство компаний остаются национальными, хотя и участвуют в международном сотрудничестве посредством установления партнерских отношений, не предусматривающих потерю их самостоятельности. Наиболее распространенная форма такого сотрудничества – членство в международных ассоциациях – Международной организации гражданской авиации (ИКАО), Международной организации воздушного транспорта (ИАТА), Международном Союзе автомобильного транспорта (МСАТ-IRU) и других.

Задачами ассоциаций перевозчиков является разработка единых стандартов обслуживания и контроль за их соблюдением, обеспечение координации и безопасности перевозок, профессиональная подготовка и повышение квалификации кадров, информационная поддержка и др. Деятельность данных ассоциаций финансируется правительствами стран участниц.

Наряду с внутриотраслевым сотрудничеством перевозчики сотрудничают с Интернет компаниями, обеспечивающими доступ к компьютерным системам резервирования. При этом авиа- и железнодорожные компании, фирмы по аренде автомобилей платят взнос для включения в базы данных.

Формирование отраслевых интеграционных и партнерских объединений служит необходимым, но недостаточным условием для обеспечения эффективного функционирования туристической отрасли. Деятельность отраслевых ТНК и партнерских объединений, участвующих в создании турпродукта, нуждается в управлении и координации. В ответ на данную потребность возникли управляющие компании, к числу которых относится компания «Амадеус RMS (Revenue Management System)» – признанный лидер в разработке информационно-технологических, управленческих и дистрибутивных решений для индустрии туризма. Ее клиентами являются 49 международных гостиничных цепей, более 1000 отелей, железнодорожные и авиакомпании, компании по аренде автомобилей, страховые провайдеры и туроператоры.

Подразделения компании располжены во многих странах. Головной офис компании, определяющий общекорпоративную, маркетинговую и финансовую стратегию, находится в Мадриде (Испания); Центр развития продуктов – в Ницце (Франция); Центр обработки информации – в Эрдинге

(Германия). Имеются региональные офисы в Майами, Буэнос-Айресе и Бангкоке. Принципиальная схема деятельности международного партнерского объединения во главе с управляющей компанией представлена на рис. 1



Рис. 1. Принципиальная схема функционирования международного стратегического альянса в сфере туризма во главе с управляющей компанией (составлено автором)

Услуги, предлагаемые компанией «Амадеус», делятся на четыре группы:
 – дистрибуция ресурсов (Distribution & Content),
 – инструменты продаж и электронная коммерция (Bales & e-commerce),

- управление бизнес-процессами (Business Management),
- консалтинговые услуги (Services & Consultancy).

Кроме того, компания «Амадеус», имеет информационные подразделения, которые с высокой точностью прогнозируют будущий спрос, выдают рекомендации по ценообразованию и управлению, обеспечивая рост доходов клиентов в среднем на 8% в год.

Обобщая представления об интеграционных процессах в туристической сфере, следует отметить их большее разнообразие по сравнению с производственной сферой и наличие выраженной специфики, связанной с особенностями производства и распределения туристического продукта (рис. 2).



Рис. 2. Типы международных интеграционных и партнерских объединений в туризме (разработано автором)

Во второй главе «Оценка потенциала мирового рынка туристских услуг и механизмы его регулирования» изучены экономические аспекты функционирования туристической сферы, проанализирован международный опыт ее регулирования и с этих позиций дана оценка эффективности регулирования

анализируемой сферы в России.

Большинство исследователей экономических механизмов функционирования туристской сферы полагают, что ее развитие в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, нежели имманентными (внутренними) причинами. Не менее значимо и то обстоятельство, что туризм является важнейшим катализатором экономического роста.

Одним из первых на туризм как экономическое явление обратил внимание американский экономист П. Ротоу, который определил корреляции между экономическими стадиями развития стран и характерными особенностями развития в них туризма. В настоящее время модели экономического воздействия туризма на сферу экономики стран мира намного усложнились и базируются не столько на теоретических концепциях и гипотезах, сколько на статистических данных. Наиболее обоснованный, с нашей точки зрения, подход к оценке экономического влияния сферы туризма на экономику основан на использовании методики TSA. Ее главное отличие – учет денежных потоков, генерируемых не только туристской отраслью, но и связанными с ней отраслями экономики. Эта методика обеспечивает:

- сведения о потребителях турпродуктов, а также услуг и товаров сопряженных отраслей, которые ранее не учитывались;
- полный объем документации для анализа всей цепочки производства туристической продукции и для оценки способности страны обеспечить туристам качественное и своевременное обслуживание;
- учет взаимосвязи индустрии туризма с другими секторами экономики;
- формирование баз данных для разработки стратегических планов, выделения приоритетов и выбора инструментов стимулирования социально-экономического развития страны;
- предоставление информации о спросе и предложении в сфере занятости, необходимой для планирования и развития трудовых ресурсов.

Несмотря на очевидные достоинства, анализируемая методика точки зрения автора, нуждается в совершенствовании в части выделения в статье «Потребление индустрии туризма» разделов по регионам дестинации, а также отдельного учета потребления товаров и услуг индустрии туризма иностранными гостями и резидентами, что позволит не только максимально точно оценить вклад отрасли и ее мультипликативный эффект, но и дифференцировать этот вклад по влиянию на национальную и мировую экономику.

Анализ мировой практики позволил автору выделить три базовых модели управления в туристической сфере: первая предполагает отсутствие централизованной государственной поддержки (США) и реализуется в ситуации наличия в сфере туризма сильных частных компаний; вторая – предусматривает наличие мощного централизованного органа, концентрирующего значительный контроль над отраслью и используется в странах активно развивающихся туристический рынок (Турция, Тунис, Египет и др.); в соответствии с третьей моделью централизованный орган управления тесно взаимодействует с местными властями и частными институтами, при этом происходит делегирование им определенных полномочий. Такая «комбинированная модель

типична для развитых государств, рассматривающих туризм как одно из направлений экономического развития и наиболее приемлема для России.

В третьей главе «Стратегические направления развития сферы туристических услуг в России» на основе усовершенствованной автором методики оценки вклада туристической отрасли проведен сравнительный анализ производства совокупного туристского продукта в России, Краснодарском крае и регионах мира (рис. 3), разработана концепция государственной стратегии развития туристской отрасли России, определены приоритеты и формы ее государственной поддержки, направления и методы интеграции в глобальное экономическое пространство.

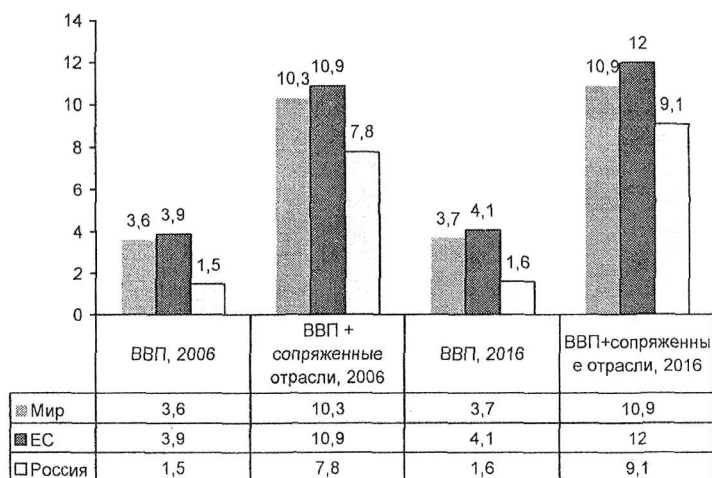


Рис. 3. Вклад в ВВП туристской отрасли в 2006 и 2016 гг., % (составлено автором по данным WTTC)

В ходе анализа было также установлено, что вклад туристской отрасли в экономику Краснодарского края, обладающего наиболее значимым туристско-рекреационным потенциалом в России, не превышает 30% (намного ниже общемирового уровня), при том, что удельный вес добавленной стоимости турпродукта в валовом региональном продукте соответствует вкладу туристской отрасли в экономику развитых стран (в 2007 г. – 9,2%), т.е. происходит недооценка значимости отрасли.

Анализ наиболее успешных с точки зрения развития туризма стран, а также характер распределения их бюджета, расходуемого на государственную поддержку развития сферы туризма, дает возможность определить основные составляющие стратегий, обычно используемых в мировой практике. Среди них следует особо отметить детальный анализ собственных рынков, оценку соотношения традиционных и перспективных направлений, учет общемировых тенденций и мультипликативного эффекта от развития туризма,

проведение ежегодных международных кампаний под определенными заглавными девизами, а также широкое использование возможностей передовых информационных технологий как базовой платформы общения с потребителями туристских услуг.

Разработка эффективной стратегии развития туристической сферы требует, в частности, всестороннего учета общемировых тенденций, сложившихся в данной сфере. Важнейшей из них является глобализация, следствием которой стало развитие процессов транснационализации, либерализации внешнеэкономических отношений между странами, углубление взаимосвязи и взаимозависимости национальных экономик.

Процесс транснационализации в туристической сфере проявляется через концентрацию и централизацию капитала в масштабах мирового хозяйства, формирование интеграционных и партнерских структур, которые, используя преимущества масштаба, широкой продуктовой и региональной диверсификации, мобильности ресурсов по всему миру способны получать эффект синергии, обеспечивать принципиально новый уровень удовлетворения потребностей рынка, снижать риски рыночной неопределенности. В этих условиях незначительные по масштабам деятельности и уровню концентрации капитала предприятия российской туристической индустрии оказываются неконкурентоспособными перед лицом транснациональных объединений, проигрывая им как в издержках, так и в качестве предоставляемых услуг.

Следовательно, полноценное участие России в глобальных процессах, протекающих в мировой туристической сфере, требует учета тенденций ее транснационализации и превращения последней в одно из важнейших стратегических направлений развития туристического сектора страны. Поиск эффективных механизмов реализации данной стратегии требует в свою очередь глубокого изучения мирового опыта формирования и развития транснациональных структур и адаптации его к условиям российской экономики.

В условиях возрастающего влияния транснациональных образований на мировом рынке туристических услуг и их усиливающейся экспансии на рынки национальных государств, обеспечение необходимого уровня конкурентоспособности российского туристического сектора и его полноценного участия в мирохозяйственных процессах требует создания структур, сопоставимых по потенциалу, спектру и качеству оказываемых услуг. Вместе с тем, данная задача может быть решена только в случае преодоления широкого круга проблем, присущих России как стране с переходной экономикой: низкий уровень капитализации предприятий туристической индустрии, недостаточная развитость их внешнеэкономической деятельности, высокие издержки и недостаточная прибыльность, ограниченность спектра и качества оказываемых услуг и, как следствие, низкая инвестиционная привлекательность.

Для развития сферы туристических услуг, роста объемов их экспорта необходимо, прежде всего, обеспечить последовательное формирование имиджа России как страны благоприятной для туризма за счет проведения государственной компании по продвижению отечественного туристского продукта на международном рынке. Государство должно сыграть решающую

роль и в обеспечение условий для модернизации и развития туристской инфраструктуры, реализации мер по облегчению визовых и прочих формальностей, связанных с въездом и пребыванием в стране иностранных туристов.

Еще одной важной предпосылкой должно стать долгосрочное планирование развития туристско-рекреационной сферы на государственном уровне. План комплексного развития отрасли, который в настоящий момент находится в стадии разработки, необходимо сделать частью государственной экономической стратегии и политики. Государственная политика, в свою очередь, должна основываться на четком понимании того, какой Россия хочет видеть свою туристско-рекреационную отрасль.

Основные задачи формирования эффективной стратегии развития туристской отрасли должны включать:

- определение обоснованных целей и задач развития отрасли, исходя из учета имеющегося внутреннего туристско-рекреационного и экономического потенциала страны и тенденций развития внешней среды;

- всестороннее исследование сложившейся в мире передовой практики работы в туристической отрасли и ее адаптация к условиям России;

- приведение нормативно правовой базы и качества туристических услуг в соответствие с мировыми стандартами;

- совершенствование системы подготовки кадров для туристической отрасли с использованием зарубежного опыта;

- разработка и реализация государственной программы развития туристической инфраструктуры;

- определение на основе анализа текущей рыночной ситуации и прогнозов ее развития направлений совершенствования и диверсификации туристических продуктов и освоения наиболее перспективных рынков их сбыта;

- разработка долгосрочной программы маркетинга и рекламы отрасли, согласованной со стратегическими целями и задачами ее развития;

- создание и продвижение на мировом рынке отечественных брендов туристических продуктов, улучшающих внешний образ российской туристической сферы и повышающих ее инвестиционную привлекательность.

Стратегия развития отрасли должна содействовать эффективному использованию, постоянному совершенствованию и возобновлению факторов производства туристско-рекреационных услуг в направлении:

- оптимизации использования естественных преимуществ географического положения государства, отдельных регионов и центров за счет проведения эффективной транзитной политики, активизации приграничного туристского обмена с соседними странами, развития системы коммуникаций;

- охраны и восстановления национального природного и историко-культурного наследия путем совершенствования нормативно-правовой базы, законодательного выделения статуса рекреационно-туристских территорий и расширения их фонда, соблюдения научно обоснованных норм емкости рекреационно-туристских территорий, привлечения внутренних и внешних инвестиций в реконструкцию и благоустройство туристских объектов;

– совершенствования общехозяйственной и специализированной инфраструктуры с использованием сложившегося в мировой практике разделения сфер приложения капитала между государственным и частным секторами;

– создания благоприятного инвестиционного климата на макро- и микроуровне в целях притока отечественного и иностранного капитала, непосредственное участие и поддержка со стороны государства в осуществлении крупных инвестиционных проектов;

– совершенствования системы подготовки и повышения квалификации кадров с учетом реально существующей и перспективной потребности национального туристско-рекреационного комплекса в специалистах;

– создания информационно-аналитической базы, включающей материалы нормативно-правового, статистического, программного, научного, учебно-методического, рекламно-информационного, коммерческого характера; формирование соответствующей организационной инфраструктуры путем создания Национального центра маркетинговых исследований в туризме;

– совершенствования системы статистического учета в туризме в целях расширения информационной базы для научного анализа и выработки эффективных управленческих решений, приведение отечественного статистического аппарата в соответствие с общепринятыми международными стандартами и рекомендациями ВТО;

– организации научных исследований в сфере туристско-рекреационной деятельности путем частичного бюджетного финансирования наиболее значимых исследовательских проектов, содействия интеграции национальных исследовательских структур в международные программы;

– стимулирование внедрения инноваций в процессы создания и продвижения туристского продукта, использование новых туристских ресурсов и продуктов, развитие нетрадиционных (альтернативных) видов туризма;

– содействия продвижению национального туристского продукта путем частичного бюджетного финансирования и создания благоприятных условий для рекламно-информационной и выставочной деятельности, использования в этих целях имеющейся организационной инфраструктуры (зарубежные дипломатические и консульские учреждения, торговые представительства) и ее дальнейшего развития путем создания туристских информационных центров;

– обеспечения безопасности иностранных посетителей за счет профилактических мероприятий и усиленного контроля органов внутренних дел над состоянием правопорядка в районах объектов туристского посещения;

– приоритетного развития перспективных направлений приема иностранных посетителей путем дополнения Национальной программы развития туризма как базового программного документа.

Реализация обособленной стратегии развития туристической сферы России – важнейшее условие достижение ее конкурентоспособности и эффективной интеграция в мировую систему.

В заключении сделаны основные обобщения и выводы, полученные в ходе исследования.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих работах:

Статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК.

1. Мудрова Л.И., Литовченко А.Ю. Россия на мировом рынке туристических услуг // Региональная экономика: теория и практика. 2008. №2. 0,62 п.л. (авторских 0,31 п.л.)

Другие публикации:

2. Мудрова Л.И., Литовченко А.Ю. Проблемы развития туризма в России // Сборник материалов Международного семинара «Альтернативы экономического роста в России». Краснодар, КубГУ, 2003. 0,08 п.л. (авторских 0,04 п.л.)

3. Литовченко А.Ю. Проблемы формирования комплексной туристско-рекреационной политики // Сборник материалов Международной научной конференции «Современная социально-экономическая трансформация России: ориентиры и итоги в контексте глобализации и регионализации». Краснодар, КубГАУ, 2006. 0,42 п.л.

4. Мудрова Л.И., Литовченко А.Ю. Формирование эффективной туристско-рекреационной политики // Сборник материалов Международной научно-практической конференции Ч. 2. «Актуальные проблемы социально-экономического развития России». Краснодар, КубГУ, 2007. 0,12 п.л. (авторских 0,06 п.л.)

5. Литовченко А.Ю. Туристический сектор в системе международной торговли услугами // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Экономико-правовые проблемы бизнеса в контексте инновационного развития». Краснодар, ЮИМ, 2007. 0,3 п.л.

6. Литовченко А.Ю. Стратегические направления рынка туристических услуг в России // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Ресурсный потенциал национальной экономики в условиях глобализации». Краснодар, КубГУ, 2007. 0,12 п.л.

7. Литовченко А.Ю. Предпосылки возникновения и тенденции развития глобального рынка туристических услуг // «Теоретико-методические основы развития процессов глобализации туристической сферы». Краснодар, ЦНТИ, 2008. 2 п.л.

8. Литовченко А.Ю. Сущность и особенности протекания глобальных интеграционных процессов в сфере туристических услуг // «Теоретико-методические основы развития процессов глобализации туристической сферы». Краснодар, ЦНТИ, 2008. 2,1 п.л.

9. Литовченко А.Ю. Направления и формы интеграции России в мировой рынок туристических услуг // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции «Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2008», том 6. Одесса, Черноморье, 2008. 0,15 п.л.

10. Литовченко А.Ю. Развитие туристско-рекреационного комплекса в условиях глобализации // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Управление человеческими и природными ресурсами в условиях глобализации». Краснодар, КубГУ, 2008. 0,13 п.л.

Кубанский государственный университет
350023 г. Краснодар ул. Октябрьская № 25.
х/ц. «КНИГА»
Заказ № 176 Тираж 130 .

— 0 12 —