**2. Статистика и география туристских потоков, доходов и расходов**

1. Факторы, воздействующие на развитие туризма

2. Основные показатели туристской активности

3. География туристских потоков

4. География туристских доходов и расходов

1. Факторы, воздействующие на развитие туризма

Географию туризма в меньшей степени интересуют комплексные физико-географические исследования природы, экономики, населения какого-то региона за рубежом или в нашей стране, и не устанавливается взаимодействие между обществом людей и окружающей средой. В большей части она изучает и описывает те особенности природы (рельеф, воды, растительность, животный мир, ландшафт, геология), которые являются притягивающей силой для туриста и экскурсанта. Кроме того, в сферу деятельности дисциплины входят памятники археологии, истории и культуры, объекты и события, которые привлекают людей с самыми разными потребностями. Цели, виды и формы путешествий, планирование тура тесно связаны с определенными географическими районами и объектами.

Причины, воздействующие на динамику, структуру туризма, формирующие его специфику на уровне регионов и отдельных стран, группируются в виде факторов развития.

Факторы подразделяются на:

1. физико-географические,

2. экономико-географические,

3. социально-экономические факторы

4. этнические,

5. культурно-исторические

6. геополитические факторы

7. демографические факторы;

8. научно-технические факторы.

К физико-географическим (природным) факторам относятся характер рельефа (равнинный, горный, предгорный, пустынный и т. д.), особенности географического положения, климатические и ландшафтные особенности местности, богатство и уникальность растительного и животного мира, наличие экзотических и уникальных природных объектов, морские и океанские ресурсы, леса, необъятный животный мир, минеральные воды и грязи. На основе этого естественного разнообразия развиваются различные виды туризма. В горах — альпинизм, скалолазание, горнолыжный и спелеотуризм. На побережьях и акваториях южных морей есть прекрасные условия для купально-пляжного отдыха, серфинга, дайвинга.

В современных путешествиях есть место для орнитологических туров и сафари, рафтинга (сплав по рекам), пустынного, арктического, круизного и экологического туризма. Ничего бы этого не было, если бы наш мир был представлен во всех его уголках однообразной природой.

Многие территории обладают лечебными свойствами благодаря их природным особенностям — климату, выходам на поверхность минеральных источников, лечебным грязям, особым растениям, которые формируют микроклимат, имеющий оздоравливающий эффект. Чем богаче разнообразные природные ресурсы в каком-то регионе, тем больше у него возможностей для привлечения туристов.

К экономико-географическим факторам прежде всего относятся: выгодность экономико-географического положения (относительно туристских рынков, транзитные возможности); уровень социально-экономического развития принимающей страны и страны, поставляющей туристов; наличие квалифицированных кадров для организации приема туристов; уровень цен на ресурсы, услуги средств размещения, общественного питания, транспорта, экскурсионные и т. д.; уровень развития внешних и внутренних транспортных связей данного района.

Экономико-географические факторы влияют на развитие туризма двояко. С одной стороны они выступают как объекты, привлекающие туристов в конкретное место, с другой стороны являются важным средством развития рекреации и туризма. В первом случае из-за различий в уровне развития регионов и стран экономики у представителей деловых и промышленных кругов проявляется интерес. В программу путешествий бизнесмены включают посещение научных центров и промышленных предприятий с целью изучения опыта, ознакомления с результатами в научно-технической сфере, технологий, повышения профессионального уровня. Во втором случае экономико-географические факторы способствуют развитию материальной базы туризма, модернизации и реконструкции объектов, внедрению новейших технических достижений и информационных технологий.

Социально-экономические факторы имеют наиболее важное влияние на развитие туризма. Устойчивое развитие хозяйства создает экономическую основу путешествий. Растут доходы населения, формируется новый стиль жизни, требующий достойного отдыха. Рост доходов расширяет социальную базу туризма, путешествия становятся доступными многим. Развитие экономики позволяет делать инвестиции в индустрию гостеприимства, создавать туристскую инфраструктуру, обеспечивать высокое качество туристского сервиса

Этнические факторы влияют на развитие туризма следующим образом. На нашей планете проживает большое количество различных наций и народностей, которые имеют свои историю, культуру, традиции, обычаи, религию. Все больше и больше людей стремятся познакомиться с жизнью разных народов, посещая различные страны.

С этническими факторами тесно связаны культурно-исторические факторы. Культурно-исторические особенности разных стран также лежат в основе контрастности и разнообразия мира. История, сохранившаяся в памятниках, традиции и обычаи народов, архитектурный облик старых городов, гастрономические изыски национальной кухни — все привлекает путешественника, устремившегося за новыми впечатлениями. Кому подавай шумный бразильский карнавал, кому — спокойное созерцание японского сада камней. В Китай отправляются полакомиться необычными блюдами и прикоснуться к истории древнейшего государства, взойдя на Великую стену. Во Франции можно наслаждаться прекрасным вином, путешествуя по городам и весям виноградарства — Шампань, Божоле, Коньяк и оценить по достоинству замковую архитектуру Средневековья. В Новой Зеландии желающие могут стать участником фестиваля стригалей овец, а в Таиланде увидеть жилые кварталы на воде (вся жизнь их обитателей проходит в джонках) …Туристов всегда привлекают музеи, выставки, картинные галереи, архитектурные памятники и исторические места. Интерес к ним – мощный рычаг для развития туризма.

Геополитический фактор в последние годы стал весьма существенным при принятии туристами решений по поездкам. Среди политических факторов, влияющих на развитие туризма, следует отметить взаимоотношения между странами, которые могут способствовать или, наоборот, препятствовать туристскому обмену между ними. Развитию туризма и иных форм внешнеэкономических отношений способствуют урегулирование разногласий между странами, заключение договоров о сотрудничестве, отказ от территориальных притязаний и признание сложившихся границ.

На развитие международного туризма влияет внутриполитическая обстановка в странах и регионах, а также в тех районах, через которые проходят туристские коммуникации. Смена политических режимов, сопровождающаяся массовыми волнениями и использованием вооруженных сил (Руанда, Уганда, Индонезия) религиозный фанатизм (арабские страны), терроризм (Египет), захват заложников (Филиппины) представляют большую опасность для туристов и не способствуют их притоку в страну.Турист, прежде чем поехать в какой-либо регион, тщательно взвесит все «за» и «против» с точки зрения стабильности ситуации, отсутствия межнациональных конфликтов, отношения местного населения к приезжим и т. д.

Демографические факторы также оказывают влияние на развитие туризма. Рост населения увеличивает мировой туристский потенциал, в результате чего новые людские резервы вовлекаются в туристскую деятельность.

Научно-технические факторы влияния на туризм особенно значимы в эпоху НТР. Современная наука и техника преображают путешествия, делают их мобильными, зрелищными и более разнообразными, чем прежде. Новые технические возможности позволяют безопасно и комфортно путешествовать на традиционном автобусе, многопалубном круизном теплоходе, подводной лодке или воздушном шаре. С помощью новых технологий в тематических парках разворачиваются захватывающие картины и действия, переносящие туристов то в иные миры, то в другие страны нашей планеты; возможными стали и «путешествия во времени».

2.Основные показатели туристской активности

С ростом объема и экономического значения туризма шло развитие статистики, особенно в области учета международных туристских поездок.

Статистика международного туризма включает два основных раздела:

1) статистика туристских потоков;

2) статистика туристских доходов и расходов.

Для каждого из них разработана система показателей. Важнейшими показателями туристских потоков являются

1. количество прибытий (убытий)

2. и продолжительность пребывания.

Объяснение

1. Под количеством прибытий (убытий) понимается число зарегистрированных туристов, прибывших в ту или иную страну (выбывших из нее) за определенный период времени, обычно календарный год.

Количество прибытий (убытий) служит основным показателем, характеризующим туристское движение. Поскольку турист может посетить несколько стран в течение года и даже в ходе одной поездки побывать в разных государствах, фактически численность туристов меньше количества прибытий (убытий).

Прибытия (убытия) учитываются в абсолютном выражении в виде числа поездок за тот или иной отрезок времени. В 2001 г. число международных туристских прибытий достигло 692,7 миллионов. В развитии туризма, несмотря на кратковременные колебания, прослеживается устойчивая тенденция к росту. Средние ежегодные темпы прироста туристских прибытий за период с 1950 по 2000 г. составляли 7 %. За период 1990—2000 г. средние ежегодные темпы прироста туристских прибытий снизились до 4,3 %.

Страны лидеры по туристским прибытиям в 2001 г.

1. Франция (76,5 млн),

2. Испания и США (по 49,5),

3. Италия (39,0),

4. Китай (33,2),

5. Великобритания (23,4).

Последнее время быстро увеличивалось количество прибытий в Россию, которая за несколько лет передвинулась с 20 на 7 место в мировом рейтинге. В группу мировых лидеров входят также Мексика, Австрия, Германия. Очень быстро развивается туризм в Китае: 20 лет назад страна занимала в мире 40-е место по прибытиям

Абсолютные показатели туристских потоков не позволяют судить об уровне туристской активности отдельной страны и регионов, так как они зависят от общей площади и численности населения. Поэтому для оценки интенсивности прибытий (убытий) используют относительные показатели.

Интенсивность прибытий определяют как количество туристов приходящегося на 1 жителя страны (региона). Иногда интенсивность прибытий оценивается в процентах, т. е. в расчете на 100 человек населения принимающей страны. В целом по миру этот показатель равен 0,11 (11 %).

По отдельным регионам и группам стран этот показатель существенно отклоняется от среднемирового значения. Если в Центральной Африке и Южной Азии он составляет 0,005, то в Карибском бассейне и Океании не менее 0,4. Самая высокая туристская активность отмечается в Европе — свыше 0,6.

По отдельным странам разброс значений еще больше:

в Китае — 0,02,

Франции — 1,3,

Андорре — 26.

Аналогичным образом определяют интенсивность убытий. Удобнее оценивать выезд в процентах (на 100 жителей страны выезда), так как это показывает, какая часть ее населения (региона) выезжает.

Для поездок за границу максимальные значения показателя характерны для Северной и для Западной Европы — более 70 %. В некоторых странах (Германия, Нидерланды) интенсивность убытий составляет более 100 %. Это означает, что часть туристов выезжает два и более раз в году.

2. Наряду с количеством прибытий (убытий) в статистике турпотоков используется другой показатель — продолжительность пребывания. Он измеряется количеством ночевок, совершаемых туристом.

Продолжительность пребывания всех туристов в стране в течение определенного временного периода подсчитывают суммированием количества ночевок, совершаемыми всеми туристами. Общее количество ночевок — показатель более гибкий чем количество туристских прибытий.

Например, Франция по прибытиям значительно опережает Испанию, но продолжительность пребывания там туристов значительно меньше. В итоге Испания опережает Францию и по количеству ночевок и доходам от туризма.

Поэтому важным показателем, характеризующим длительность посещений, служит средняя продолжительность пребывания одного туриста в стране.

Объяснение.

Средняя продолжительность пребывания наиболее значительная для стран, удаленных от основных туристских рынков:

Австралия — 24 ночевки,

Новая Зеландия — 19.

Для небольших по площади стран, а также ориентированных на деловой туризм, средняя продолжительность пребывания составляет минимальную величину:

Сингапур — 3 дня,

Гонконг — 3,9 дней.

В зависимости от продолжительности пребывания (числа ночевок) выделяют несколько сегментов рынка путешествий.

Краткосрочные поездки (1—3 ночевки) предпринимаются для отдыха и развлечений в выходные и праздничные дни, а также с деловыми целями.

Во вторую группу (4—7 ночевок) входят поездки с разными мотивами, осуществляемые преимущественно во время дополнительного отпуска. Именно этот сегмент рынка развивается опережающими темпами.

Среднесрочные поездки (8—28 ночевок) посетители совершают, находясь в продолжительном отпуске, главным образом для отдыха и лечения.

Наконец, поездки продолжительностью 29—91 и 92—365 ночевок относятся к долгосрочному туризму. Часть лиц, прежде всего экономически неактивных, предпринимают их для отдыха, развлечений, лечения, другая — с деловыми и профессиональными целями (экспедиции, учеба и пр.).

По данным ВТО, общее количество туристских ночевок в мире в середине 90-х гг. составило 8,2 млрд. Основная их доля — около 70 % — приходится на внутренний туризм.

В статистике туристских доходов и расходов учитывается сумма денег, ввезенных (вывезенных) туристами при поездках за границу с туристскими целями. Иностранные туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет принимающей страны (туристский доход) и тем самым активизируют ее платежный баланс. Поэтому приезд иностранных туристов получил название активного туризма.

Напротив, выезд туристов сопряжен с оттоком денег из страны их постоянного проживания (туристский расход). Международные платежи по туристским операциям такого рода фиксируются в пассиве платежного баланса страны — поставщика туристов, а сам туризм именуется пассивным.

Разность между доходами и расходами в туризме — туристское сальдо. Положительное туристское сальдо имеют страны с притоком валюты, превышающим расходы на международный туризм (США, Франция, Китай).

Отрицательное туристское сальдо характерно для стран — доноров международного туризма, поставляющих на международный туристский рынок многочисленных путешественников (Германия, Япония, Великобритания).

Туристское сальдо мира равняется нулю, так как доходы и расходы туристов равны.

3. География туристских потоков

Всемирная Туристская Организация выделяет в мире 6 туристских регионов (несколько отличных по составу от тех, которые выделяют в отечественной географии).

1. Европа — страны Западной, Северной, Южной, Центральной и Восточной Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Восточного Средиземноморья (Израиль, Кипр, Турция).

2. Америка — страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна.

3. Азиатско-Тихоокеанский — страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия, Океания.

4. Африка — страны Африки, кроме Египта и Ливии.

5. Южная Азия — все страны Южной Азии.

6. Ближний Восток — страны Западной и Юго-Западной Азии (кроме Турции и Израиля) и две африканские страны (Египет, Ливия). ВТО этот регион называет «Средним Востоком»

Региональное распределение турпотоков в основных чертах сложилось давно.

С начала массового развития туризма и по настоящее время на мировом рынке туризма лидирует Европа — 400,3 млн прибытий в 2001 г. (57,8 %). Этот регион пользуется большой популярностью у самих европейцев, а также жителей США и Канады.

Вторую позицию долгие годы удерживает Америка (120,8 млн прибытий в 2001 г. — 17,4 %). Европа и Америка (прежде всего Северная), являются ключевыми туристскими регионами мира. На них приходится 75 % всех прибытий в мире

При этом ежегодные темпы роста туристских потоков в Европе и Америке за последние 50 лет были несколько ниже среднемировых — 6,6 % и 5,9 % в год соответственно. А за период 1990—2000 они составили 3,6 и 3,3 % соответственно (средние по миру — 4,3 %). Поэтому доля этих регионов устойчиво сокращается.

Более динамично развиваются молодые туристские регионы, особенно Азиатско-Тихоокеанский. Снижение туристской активности в этом регионе наблюдалось лишь в 1997-98 гг., что было связано с региональным финансовым кризисом. Но уже в 1999 г. регион преодолел его последствия, и в 2001 г. принял 115,1 млн туристов (16,6 % от мирового туристского потока).

Туристские прибытия в Африке в 2001 г. составили около 28,2 млн чел.,

на Ближнем Востоке — 22,5 млн чел.,

в Южной Азии — 5,7 млн чел.

За период 1990—2000 гг. Средние многолетние темпы роста числа прибытий для этих регионов выше среднемировых: в Африке — 6,1 %, на Ближнем Востоке — 10,0 %, в Южной Азии — 6,8 %. Но при низких абсолютных значениях показателя прибытий эти регионы оказывают слабое влияние на мировую динамику туризма.

Следует отметить, что 2001 г. стал кризисным для международного туризма в первую очередь из-за теракта в Америке, а также военной операции в Афганистане и национальном конфликте в Израиле. Это единственный год после второй мировой войны, когда произошло снижение основных туристских показателей. Наиболее пострадали регионы Америка (спад по прибытиям 5,9 %), Южная Азия (6,3) и Средний Восток (3,1 %). Сокращение прибытий по миру составило 0,6 %. Единственные регионы, где численность туристов увеличилась — АТР (5,5 %) и Африка (3,8 %).

К началу ХХI в. в сравнении с 1950—70 гг. произошли сдвиги в региональной структуре туристских прибытий. Доля Европы и Америки снизилась при одновременном повышении удельного веса АТР и стабильности положения остальных регионов. По оценкам ВТО, к 2020 г. Европа удержит лидерство по прибытиям, но ее позиции будут ослаблены, на второе место выйдет АТР, оттеснив Америку.

В целом для географии туристских поездок присущи следующие черты.

1. преобладание внутрирегиональных поездок (80 % всех убытий) над межрегиональными (20 % убытий). Так, в Европе на внутрирегиональные туристские потоки приходится до 90 % всех убытий, в Америке и АТР — 75 %. Но, по оценкам экспертов ВТО, в будущем при том, что внутрирегиональные поездки также будут преобладать (¾ всех убытий), более интенсивным станет межрегиональный обмен туристами.

2. для туристских поездок характерна меридиональная направленность туристских потоков. Туристы из северных стран предпочитают отдых в теплых приморских странах. Хотя в последнее время расширяются и встречные потоки путешественников с юга на север, например, в страны Северной Европы с хорошо сохранившейся природой.

3. формирование туристских потоков между бывшими метрополиями и колониями. Этому способствуют: сохранение экономических и культурных связей между странами, отсутствие языкового барьера (в большинстве бывших колоний язык бывшей метрополии является государственным), интерес к историческому прошлому.

Например,

в Индии и Пакистане, бывшими британскими колониями до 1947 г., доля туристских прибытий из Великобритании в два раза больше, чем из других европейских стран.

А каждый третий европеец, вступивший на африканский континент — француз.

Конечно, большинство стран, находившихся в колониальной зависимости, отличаются невысоким уровнем социально-экономического развития, что не позволяет их гражданам активно путешествовать. Поэтому среди таких потоков преобладают поездки из бывших метрополий и слабо выражен обратный поток.

4. География туристских доходов и расходов

В 2001 г. международные туристские доходы составили 462,2 млрд долларов США. На Европу пришлось 230 млрд долл. Европейцы тратят на путешествия столько же, сколько туристы остальных регионов вместе взятые. На втором месте — Америка (122,4 млрд). Доходы от международного туризма АТР — 82 млрд, Африки — 11,7 млрд, Ближневосточного региона — 11,2 млрд, Южной Азии — 4,7 млрд долларов (табл. 2).

Региональное распределение поступлений от международного туризма примерно совпадает с географией туристских прибытий. Самым доходным регионом остается Европа, но ее доля снижается из-за роста непродолжительных поездок с меньшими среднедушевыми затратами.

В целом поступления от международного туризма концентрируются в группе развитых стран Северной Америки (США, Канада) и Западной Европы (Франция, Великобритания, Германия). К числу самых доходных направлений относятся средиземноморские и альпийские страны (табл. 2) На их долю первых 16 стран приходится более 60 % всех поступлений от международного туризма.

Таблица 2. Самые доходные направления международного туризма в 2001 г.

Страна Доход от международного туризма, $ млрд Доля в мировых поступлениях, %

1. США 72,3 15,6

2. Испания 32,9 7,1

3. Франция 29,6 6,4

4. Италия 25,9 5,6

5. Китай 17,8 3,8

6. Германия 17,2 3,7

7. Великобритания 15,9 3,4

8. Австрия 12,0 2,6

9. Канада 10,7\* 2,3

10. Греция 9,2\* 2,0

11. Турция 8,9 1,9

12. Мексика 8,4 1,8

13. Гонконг (КНР) 8,2 1,8

14. Австралия 7,6 1,6

15 Швейцария 7,6 1,6

16. Россия 7,5\* 1,6

Всего 16 стран 291,7 62,8

\* данные за 2000 г.

Объем поступлений от международного туризма широко используется для оценки уровня доходности туристского направления. Уровень доходности зависит от величины туристских прибытий и от количества денег, оставляемых одним туристом.

Более точными показателями экономической эффективности туризма являются доход с одного прибытия (туриста) и размер туристского дохода, приходящийся на душу населения.

По оценкам ВТО, поступления с одного прибытия составили в 1966 г. 730 долл. США, но из-за проблем, которые испытывал туризм в последние годы, снизилось до 667 долл. в 2001 г.

Значения этого показателя сильно варьируют по странам. Доход с прибытия ниже в странах, имеющих общую сухопутную границу с главными странами — поставщиками туристов, как например страны-соседи США: Канада (527 долл.) и Мексика (302).

Также низкими показателями поступлений с одного прибытия отличаются бывшие социалистические страны Восточной Европы.

Высокий уровень доходов с прибытия отмечается в странах, удаленных от основных рынков выездного туризма или отличаются высокой стоимостью жизни и являются дорогими туристскими направлениями (Австралия — 1617 долл., США — 1611). К числу дорогих направлений относятся и страны, ориентирующиеся не на массовый, а элитный туризм (Дания — 1928, Швеция — 1496).

Международные туристские расходы в 2000 г. равны туристским доходам и составили около 476 млрд долларов США. Основные расходы на международный туризм, по данным ВТО, несет население развитых стран, главным образом США, ФРГ, Великобритании и Японии. На их долю приходится 38% всех расходов. Кроме них, заметную роль в формировании международных туристских расходов, играют другие страны «большой семерки» — Франция, Италия, Канада.

Таблица 3. Расходы на международный туризм по основным направлениям, млрд долл., 2001 г.

Страна Расходы на международный туризм Доля в мировых расходах на туризм, %

1. США 58,9 12,7

2. Германия 45,9 9,9

3. Великобритания 36,9 8,0

4. Япония 31,9\* 6,7\*

5. Франция 17,5 3,8

6. Италия 14,2 3,1

7. Китай 13,1 \* 2,8\*

8. Нидерланды 12,2\* 2,6\*

9. Канада 12,1\* 2,6\*

10. Бельгия и Люксембург 10,2\* 2,2\*

11. Австрия 9,7 2,1

12. Республика Корея 6,9 1,5

13. Швеция 6,8 1,5

14. Швейцария 6,6 1,4

15. Тайвань 6,4\* 1,3\*

Всего 15 стран 282,9 62,2

\* данные на 1999 год

Существенно различается величина расходов на 1 поездку по регионам мира. Разброс значений показателя достигает 100-кратной величины. На одном из последних мест находится Центральная и Восточная Европа — в 1990 г. на поездку за границу (включая транспортные расходы, тратилось в среднем 25,3 долл. В 1995 г. расходы на поездку составили 220 долл, почти в 9 раз больше, чем в 1990 г. Но несмотря на внушительный рост, сохраняется отставание по этому показателю Центральной и Восточной Европы от других субрегионов мира.

Бесспорным лидером по такому показателю, как туристские расходы населения в расчете на одну поездку за границу, являются Австралия и Новая Зеландия. В середине 1990-х гг. Поездка за границу жителям Австралии и Новой Зеландии обходилась в среднем в 2500 долл. (включая транспортные расходы, которые составляют 30 % от стоимости поездки), что более чем в три раза превышало среднемировой уровень. Высокие затраты на путешествие объясняются их удаленностью от основных центров туризма.

Максимальное положительное туристское сальдо имеют Испания (24,1 млрд долл.), США (13,4), Франция (12,1 млрд дол.), Италия (11,7 млрд долл.).

Самое большое отрицательное туристское сальдо сохраняют Германия (-28,7 млрд дол.) и Япония (-28,5 млрд долл.), а также — Великобритания (-21,0 млрд долл.), Нидерланды (-5,1 млрд долл.). Отрицательное сальдо характерно для всех северных стран Европы, Бельгии с Люксембургом, для Канады, Тайваня. Отрицательное сальдо могут себе позволить только богатые страны с высокими личными доходами и положительным балансом внешней торговли.

Значительное отрицательное сальдо имела до последнего времени Россия, однако в 1999 г. вследствие дефолта 1998 г. сальдо достигло положительного значения — 0,1 млрд долл.