

УДК 338.48 (492)

О.Д. СТРОЧКО, Я.Н. ШАМШУРА

**ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА НИДЕРЛАНДОВ:
МЕСТО В ЦЕНТРАЛЬНО-ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ**

*УО «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова»,
г. Витебск, Республика Беларусь
1972geo@tut.by, yanika9320@gmail.com*

Статья посвящена определению места туристской индустрии Нидерландов в Центрально-Западной Европе. Предложена классификация стран региона по уровню развития туризма. Уровень развития туристской отрасли в Нидерландах оценивается как средний.

Индустрия туризма – мировой экономический феномен. При разумной организации туризм является катализатором экономического развития регионов, способствует созданию новых рабочих мест, обеспечивает рост уровня жизни территорий. Опыт Нидерландов в этой области заслуживает изучения в нашей стране.

Для достижения цели исследования – определить место Нидерландов в туристской индустрии Центрально-Западной Европы, – использовалась методика А.Ю. Александровой [1, 2, 3, 4], включающая четыре группы показателей:

- уровня социально-экономического развития (R_1);
- уровня туристского спроса (R_2);
- уровня туристского предложения (R_3);
- значимости международного туризма в экономике страны (R_4).

Каждая группа показателей оценивалась балльно-рейтинговым методом по отдельности. В соответствии с ранговым местом предложена группировка стран региона:

- с высоким уровнем развития исследуемого показателя (1–3 места);
- со средним уровнем развития исследуемого показателя (4–6 места);
- с низким уровнем развития исследуемого показателя (7–9 места).

Эта методика – многомерно-статистический подход к классификации стран по уровню развития международного туризма. Она дополнена и адаптирована нами под реально доступный статистический материал из отчетов ЮНВТО, сайтов национальных статистических комитетов стран региона.

Место Нидерландов в Центрально-Западной Европе по уровню социально-экономического развития определялось на основании индекса человеческого развития (ИЧР) (Доклад ПРООН 2014 года [6, 7]). Для нашего исследования не было необходимости использовать рейтинг всех стран мира, достаточно той части глобального рейтинга, которая отражает взаиморасположение стран Центрально-Западной Европы, так же учитывались расходы в странах региона на международный туризм [5].

Установлено, что Нидерланды попадают в группу стран с наиболее высоким региональным уровнем социально-экономического развития – итоговый ранг – 3 (таблица 1) вместе с Германией, Великобританией и Швейцарией. Это объясняется тем, что Нидерланды рано вступили на путь развития капитализма. Стимулом быстрого распространения капиталистических отношений, стремительного роста городов, была победа в буржуазной революции 1566–1609 гг. Активная торговля и судоходство – результат выгодного приморского положения и ограниченности собственной ресурсной базы, способствующих превращению Нидерландов в крупнейшую колониальную державу и мирового лидера в 16 веке. Нидерланды заняли ведущее место в мировой торговле и стали выполнять посреднические функции, развивая сферу услуг. Особое значение для экономики страны в настоящее время имеет туризм. Обслуживанием иностранных туристов занято свыше 200 тыс. человек, поступления от этой отрасли хозяйства составляют более 3 % стоимости экспорта [5]. Современные Нидерланды – государство с высокоразвитой промышленностью, продуктивным сельским хозяйством и эффективной системой внешней торговли.

Таблица 1 – Ранжирование стран Центрально-Западной Европы по уровню развития туристской индустрии

Страна	R_1	R_2	R_3	R_4	ΣR	Итоговый ранг
Австрия	7	2	2	1	12	1
Бельгия	4	6	3	7	20	7
Великобритания	2	3	5	3	13	2
Германия	1	5	6	4	16	4
Ирландия	5	4	7	5	21	8
Люксембург	6	8	4	7	25	9
Нидерланды	3	4	6	6	19	6
Франция	4	1	8	2	15	3
Швейцария	3	7	1	6	17	5

Показатели уровня туристского спроса в странах Центрально-Западной Европы [5, 8]:

- коэффициент туристского прибытия;
- коэффициент туристского выбытия;
- доля страны в общем объеме туристских прибытий в мире, %;
- доля страны в общем объеме туристских отбытий в мире, %;
- количество туродней, дней.

Ранговое место Нидерландов в этой группе показателей – 4 (таблица 1) позволяет отнести страну в группу со средним региональным уровнем туристского спроса. Таким же уровнем этого показателя характеризуются Ирландия и Германия.

Нидерланды не являются региональными лидерами по уровню туристского спроса, в связи с тем что:

- 1) площадь территории невелика – 41 526 км² (131 место в мире, 6 место в регионе), поэтому ограничено число интересных и уникальных туристских объектов;
- 2) своеобразие климатических условий в стране: высокая влажность и частые дожди;
- 3) устойчивый относительно слабый туристский имидж:
 - страна с быстрым капиталистическим развитием, со значительной долей типичных высоко урбанизированных территорий и уничтоженной окружающей средой;
 - активный и разрекламированный имидж более интересных стран для туризма у других стран региона – Франции, Великобритании, Австрии;
- 4) относительно высокая стоимость туристских услуг.

Имеющийся уровень туристского спроса на Нидерланды на региональном и мировом рынке определяется:

- 1) компактностью территории и близкой доступностью рекреационных и туристских объектов;
- 2) разнообразием эксклюзивных нетипичных предложений (легализованная проституция, публичное употребление легких наркотических веществ);
- 3) комфортным температурным режимом;
- 4) высокой экономической и политической стабильностью, с высокой степенью гарантии безопасности пребывания;
- 5) высоким качеством и уровнем туристских услуг.

Определение уровня туристского предложения в Центрально-Западной Европе проводилось расчетом следующих показателей [5,8]:

- плотности средств размещения, шт/км²;
- коэффициента интенсивности использования фонда объектов размещения;
- коэффициента использования вместимости предприятий размещения;
- обеспеченности объектами ЮНЕСКО: 1) коэффициент территориальной локализации; 2) коэффициент душевой локализации.

Ранговое место по этой группе показателей у Нидерландов – 6 (таблица 1). Следовательно, страна характеризуется средним уровнем туристского предложения, как Люксембург, Великобритания и Германия. Это объясняется небольшой территорией страны и ограниченным числом интересных и уникальных объектов, ее имиджевыми особенностями.

Уровень значимости международного туризма в экономике страны определялся ранжированием показателей [5, 8]:

- доля добавленной стоимости, созданной в международном туризме, %;
- доля занятого в международном туризме населения, %;
- доля инвестиций в международный туризм, %;
- доля туристских услуг в общем объеме экспорта страны, %.

Ранговое место по данной группе показателей у Нидерландов – 6 (таблица 1). Это – основание для оценки уровня значимости международного туризма в экономике страны как среднего, наравне с такими странами как Германия, Ирландия и Швейцария. Ограниченные возможности туристского предложения и относительно невысокий

туристский спрос на страну определяют существующий уровень значимости туристского сектора в ее экономике.

Учет ранговых мест по всем четырем группам показателей позволяет определить итоговый ранг стран региона по уровню развития туристской индустрии (таблица 1).

На основании итогового ранжирования (таблица 1) нами предложена группировка стран Центрально-Западной Европы по уровню развития туристской индустрии:

– первая группа – страны с высоким уровнем развития: Австрия, Великобритания, Франция;

– вторая группа – страны со средним уровнем развития: Германия, Швейцария, Нидерланды;

– третья группа – страны с низким уровнем развития: Бельгия, Ирландия, Люксембург (рисунок 1).



Рисунок 1 – Группировка стран по уровню туристской индустрии Центрально-Западной Европы

Развитию туризма в Нидерландах, на наш взгляд, способствуют:

- 1) политическая стабильность в стране;
- 2) надежные гарантии безопасности пребывания;
- 3) возможности комплексного использования туристско-рекреационных объектов;
- 4) эксклюзивные туристские предложения;
- 5) высокий уровень туристской инфраструктуры;
- 6) выгодное размещение в европейском регионе с значительным потенциальным и реальным спросом на туристские услуги, особенно со стороны стареющего материально обеспеченного и активного населения, не ищущего экстремальных условий для отдыха.

В качестве факторов, ограничивающих деятельность туристской индустрии в Нидерландах, следует отметить:

- 1) относительно небольшое количество природных и культурно-исторических объектов;
- 2) проигрывающие имиджевые характеристики туризма конкретно в этой страны.

Туристская индустрия Республики Беларусь переживает стадию формирования, она особенно восприимчива к новому опыту и достижениям, которые могут быть позаимствованы у стран с эффективной организацией данного вида деятельности. Нидерланды – вполне сформировавшийся и благополучный туристский район, опыт которого может быть изучен и успешно адаптирован в нашей стране.

Список литературы

- 1 Александрова, А.Ю. География туризма: учеб. пособие для вузов / Ю.А. Александрова [и др.]; под общ. ред. А.Ю. Александровой. – М.: КноРус, 2015. – 592 с.
- 2 Александрова, А.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
- 3 Александрова, А.Ю. Статистика туризма: учеб. пособие для вузов / Ю.А. Александрова [и др.]; под общ. ред. А.Ю. Александровой. – Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
- 4 Александрова, А.Ю. Структура туристского рынка: учеб. пособие для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Соло-Пресс, 2002. – 264 с.
- 5 Мировой Атлас Данных // Международные расходы на туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://knoema.ru/atlas/ranks> – Дата доступа: 13.04.2016.
- 6 Центр гуманитарных технологий информационно-аналитический портал // Индекс развития человеческого потенциала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info> – Дата доступа: 17.04.2016.
- 7 United Nations Development Programme Human Development Reports // Trends in the Human Development Index [Electronic resource]. – Mode of access: <http://hdr.undp.org/en/composite/trends> – Date of access: 13.04.2016.
- 8 World Travel Tourism Council // Country Reports [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/> – Date of access: 17.03.2016.

O. STROCHKO, Ya. SHAMSHURA

INDUSTRY OF TOURISM OF THE NETHERLANDS: THE PLACE IN CENTRAL WESTERN EUROPE

The article is devoted to defining the place of the tourism industry of the Netherlands in Central-Western Europe. The classification of the countries of the mentioned region in terms of tourism development is given. The level of tourism industry development in the Netherlands is estimated as average.