

© 010 г. Г.Ю. Щекин, К.С. Смирнов

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЛИЯНИЯ

Дается определение туризма и его нормативно-правовая трактовка западными и отечественными специалистами. Рассматривается история возникновения международного туризма и акцентируется внимание на его основных макрорегионах. Международный туризм определяется как самостоятельный экономический феномен мировой экономики. Выделяются основные экономические возможности международного туризма, обуславливающие экономическое развитие принимающего региона.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, международный туризм, развитие экономики, туристский регион, экономика туризма.

Обыденное представление о туризме, которое можно встретить в журнальных статьях, слышать от руководителей регионов и даже от представителей экономической науки заключается в том, что «туризм – это вид движения и хозяйства». Это наиболее распространённое утверждение о туризме, с которым мало кто спорит по существу. И действительно, туризм сегодня представляет собой явление, включающее разнообразные виды деятельности и производства. Этот феномен как вид социально-экономической деятельности обусловлен тем, что в современных экономических условиях происходит интенсивное расширение интегративных связей между странами, что выражается в активизации торговых, культурных, научно-технических взаимосвязей. В этом можно усмотреть некий специфический аспект общего процесса глобализации. В связи с этим, многие рассматривают туризм как отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребность туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом [1]. По вопросам трактовки понятия «туризм», в научной литературе, отсутствует однозначное его определение. Это связано с наличием множества интерпретаций которые вызваны разнообразием науч-

ных дисциплин, которые изучают этот феномен. Различные правовые определения туризма можно объяснить различными целями нормативных актов, а также развитием самого указанного понятия.

Одно из первых рабочих определений понятия туризма было дано Организацией Объединенных Наций в 1954 г., которое трактовало туризм как активный отдых, который должен способствовать укреплению здоровья, физическому развитию человека и связанный с передвижением за пределы постоянного места жительства. В материалах Всемирной конференции по туризму, проводимой Всемирной туристской организации в 1981 году в Мадриде, туризм определяется как один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта. Среди специалистов получило широкое распространение, следующее инвариантное определение туризма, предложенное Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма. Согласно этому инварианту, туризм есть совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места жительства и работы [2]. В качестве оптимального определением туризма можно выделить трактовку, предложенное доктором исторических наук, профессором В.А. Квартальновым, который под туризмом понимает временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [3].

Отечественное законодательство также внесло свои предложения и коррективы в определение понятия туризма. Так, 24 ноября 1996 г. Президентом РФ был подписан Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132 - ФЗ, разработанный в рамках Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации». Данный закон призван регулировать отношения между туристом и туристской организацией, определять права, обязанности и ответственность сторон. В соответствии со ст. 1 рассматриваемого закона, туризм – это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан или

лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных или религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой должностью в стране (месте) временного пребывания. Данный термин будет являться ключевым для определения туризма, так как он является основополагающим для всей туристской деятельности в стране [4]. Указанный закон акцентирует внимание на основных видах туризма, к которым относит: внутренний и международный туризм. Как предложено в нормативном акте, международный туризм – это деятельность, связанная с осуществлением туризма жителей одной страны на территории других стран. Такие туристы относятся к категории иностранных туристов [5].

Рассматриваемый вид туризма как самостоятельной отрасли мировой экономики возникает и начинает успешно формироваться после Второй мировой войны. До указанного периода международный туризм практически не существовал, а международные поездки носили главным образом деловой характер, были уделом избранных или были связаны с переселением жителей из одной страны в другую для постоянного проживания. Поездки с туристической целью носили ограниченный и случайный характер, так как:

1. преобладал низкий жизненный уровень населения ведущих стран мира после опустошительной Первой мировой войны;
2. существование колониальных империй Англии, Франции, Португалии, Испании, Бельгии, которые препятствовали обмену туристами;
3. слабое развитие международного транспорта, которое вместе с короткой продолжительностью отпусков делало практически невозможным выездной туризм;
4. сложные процедуры получения выездных виз серьезно мешали развитию международного туризма;
5. слабое развитие инфраструктуры международного туризма, недостаточно высокое качество туристских услуг также являлись негативным фактором, сдерживающим его развитие.

Благоприятная ситуация для развития международного туризма наступила в конце 40-х – начале 50-х гг. минувшего века, когда после Второй мировой войны многие европейские страны столкнулись с тяжелыми проблемами в области экономики и хозяйства: разрухой, хаосом в управлении, развалом товарной и

финансовой систем. Стабилизация ситуации требовала целого комплекса разнообразных скоординированных, а главное быстрых и выверенных действий. В этих условиях правительства стали обращаться и к международному туризму, возлагая на него большие надежды, связанные с активизацией платежного баланса, достижением финансового развития и, в конечном счете, долгосрочным экономическим подъемом. В середине минувшего века внимание правительств индустриально-развитых стран и международных организаций было сфокусировано на депрессивном положении развивающихся стран, социально - экономическое положение которых находилось в упадническом состоянии. Для разрешения данной проблемы Генеральной Ассамблеей ООН была принята Декларация о предоставлении независимости колониальным странам и народам, которая была принята по инициативе СССР 14 декабря 1960 г. и объявила 70-е гг. «Декадой развития». Для стран третьего мира консультанты разработали программы преодоления экономической отсталости, в которых туризму отводилось существенное место [6].

Проводимая политика достаточно быстро принесла свои положительные результаты и уже в 1960 г. в мире было зарегистрировано 70 млн. прибытий, а в последующие годы эта цифра постоянно возрастала. В 1995 г. число прибытий возросло в восемь раз, что составило 561 млн. человек. Основным толчком для бурного роста международного туризма в указанный промежуток времени стал рост реальных доходов населения ведущих мировых держав. В результате этого роста население получило возможность тратить все более возрастающую в абсолютном и относительном выражении величину своего дохода на увеселительные поездки и туризм. Наблюдаемый постоянный рост туристских поездок позволил экспертам Всемирной туристской организации прогнозировать, что предполагаемое число поездок в мире в 2010-2012 гг. удвоится и достигнет миллиарда туристских прибытий. Большой вклад в развитие международного туризма внесли, разумеется, реклама и информационные технологии в области предложения туристских услуг. Все средства массовой информации (особенно пресса и телевидение), включая глобальную систему Интернет, доводят до потребителя громадное количество информации о туристских услугах, условиях их оказания и стоимости.

Международный туризм в мире крайне неоднороден по степени своего развития, что объясняется в первую очередь, разными уровнями социально-

экономического развития стран и регионов. Центральным (ядрами) развития туризма, согласно Всемирной Туристской Организации, являются шесть, несколько отличающихся по составу туристских макрорегионов мира, к которым отнесены:

– Европейский регион (страны Западной, Северной, Южной, Центрально-Восточной Европы, включая все бывшие республики СССР, а также государства Средиземноморья: Турция, Кипр, Израиль);

– Американский регион (страны Северной, Центральной и Южной Америки, островные государства и территория Карибского бассейна);

– Азиатско-Тихоокеанский регион (страны Восточной и Юго-Восточной Азии, Австралия и Океания);

– Ближневосточный регион (страны Западной и Юго-Западной Азии, а также Египет и Ливия);

– Африканский регион (страны Африки, за исключением Египта и Ливии);

– Южно-Африканский регион (все страны Южной Азии) [7].

На современном этапе международного туризма формируется глобальное мировое туристское пространство. Этот процесс идет как вглубь путем структуризации туристского процесса и усиления его центрально – периферийной структуры, так и вширь путем вовлечения новых территорий и государств в сферу интересов международного туризма. За свои быстрые темпы роста международный туризм был признан «экономическим феноменом XX века». Ежегодные капиталовложения в развития данного сектора экономики составляют около 11% общего объема всемирных капиталовложений, что составляет второе место после капиталовложений в промышленность. Большое значение для развития туризма имеет сам регион, принимающий туристов. Именно он представляет не что иное, как место, откуда туристы начинают свое путешествие, где они его заканчивают и куда они инвестируют собственный капитал. В данном регионе постоянно идет процесс мотивации (и стимуляции) потенциальных потребителей к путешествиям. Современные государства, развивающие туризм, стремятся достичь от него максимальной экономической эффективности. Экономическая эффективность туризма означает получение выигрыша (экономического эффекта) от организации туризма в масштабах государства, туристского обслуживания населения региона,

производственно-обслуживающей деятельности. Международный туризм способствует притоку валюты в страну, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т.д. Для получения максимальной выгоды от туризма каждое государство разрабатывает туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики государства.

К числу основных факторов, обуславливающих экономическое развитие принимающей стороны в сфере туризма, можно отнести:

1. рост реальных доходов и соответственно покупательской способности населения;
2. изменение структуры потребительского спроса (увеличение спроса на различные услуги, образование здравоохранение и т.д.);
3. развитие транспортной инфраструктуры в регионах;
4. развитие региональных средств массовых коммуникаций;
5. перераспределение собственности в регионах;
6. необходимость обеспечения экономической самостоятельности территорий на основе эндогенных процессов регионального общественного воспроизводства;
7. увеличение денежного потока в регион, привлечение иностранного капитала;
8. оптимизация налоговых поступлений принимающего региона с целью увеличения последних.

Международный туризм оказывает влияние на жизнь местного населения по целому ряду направлений: это материальная и духовная деятельность, система ценностей, общественное поведение, интересы и т.д. В регионах, где наблюдается социально-культурная активность, где туризм носит традиционный характер и количество туристов не уступает численности местного населения, а их культурный уровень приблизительно одинаков, не отмечается особого воздействия туризма. Однако в ряде регионов рост туризма может привести к значительным переменам в социальной структуре, окружающей среде и местной культуре. Это явление стало основой изучения проблемы социального взаимодействия, вызванного контактом между культурами. Хотя воздействие туризма на жизнь местного населения может быть не только положительным, так и отрицательным. Итак, на основании изложенных доводов можно утверждать, что современный международный туризм весьма благотворно и позитивно влияет

на экономику принимающего региона. В связи с этим международный туризм можно интерпретировать как туризм, который представляет собой одну из ключевых отраслей экономики страны или отдельного региона, который участвует в контроле над развитием других отраслей и активно формирует валовой национальный (региональный) продукт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Туризм и гостиничное хозяйство. Ростов н/Д., 2007.
2. *Александрова А.Ю.* Международный туризм. М., 2002. .
3. *Кравченко В.А.* Туризм. М., 2003. .
4. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (от ред. 05 февраля 2007 г., № 12-ФЗ) // информационная система «Гарант»;
5. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм. СПб., 2004.
6. *Лебедев А.В.* Формирование межрегионального туристского комплекса в условиях туристско-рекреационной особой экономической зоны. Автореф. дис... канд. эконом. наук. М., 2009.
7. *Щербакова С.А.* Международный туризм: экономика и география. М., 2007.

***Волгоградский государственный
медицинский университет***

14 сентября 2010 г.