УДК 338.48 + 379.8 + 711.455 + 339.91

Е. П. Чилова
И. М. Темкина

РЫНОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

В статье рассматриваются международный туризм как часть международных экономических отношений, его содержание, динамика за последние 50 лет и перспективы развития до 2020 г. В качестве экономической основы формирования основных центров мирового туристского рынка обоснованы международное разделение труда и его основные факторы. Особое внимание уделяется воздействию международного туризма на экономическое и социальное развитие. Для определения социально-экономического эффекта от развития мирового рынка туристских услуг разработана система критериев и показателей на макро- и микроуровнях. В качестве конкретного примера проведено детальное изучение национального рынка международных туристских услуг Греции, для оптимизации которого предложены рекомендации его развития в условиях конкуренции внутри региона стран Средиземноморья.

К л ю ч е в ы е с л о в а: международный туризм, глобализация мировой экономики, национальный рынок международных туристских услуг, региональный конкурентный рынок, международное разделение труда, критерии и показатели социально-экономического эффекта от развития мирового рынка туристских услуг.

Международный туризм является составной частью международных экономических отношений. В отраслевом аспекте его следует рассматривать как часть мировой торговли услугами. Значение международного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие современного общества возрастает по мере ускорения процесса глобализации мировой экономики.

Современный этап международной хозяйственной жизни с количественной стороны характеризуется увеличением масштабов международного обмена, ростом не только традиционной торговли товарами и услугами, но и международной миграцией капитала и трудовых ресурсов, обменом информацией и технологиями, способствующими инновационному развитию.

С позиции качественных характеристик процесс глобализации экономики рассматривается как новый этап в развитии цивилизации, который характеризуется усилением взаимосвязей и взаимозависимостей между национальными хозяйствами и различными сферами их деятельности.

Увеличение международных туристских потоков сопровождается серьезными изменениями в социально-экономической, финансовой, научно-технической и других сферах общественной жизни человека.

Основными статистическими показателями международного туризма является общее количество прибытий иностранцев во всех странах мира в течение календарного года. Так, в 2006 г. зарубежные страны посетили 846 млн туристов, а поступления от международного туризма в общемировую систему доходов превысили 733 млрд долларов [6].

© Чилова Е. П., Темкина И. М., 2010

Если прием туристов активизирует платежный баланс стран, то это «активный туризм». В случае если выезд туристов за границу ведет к оттоку валюты из страны проживания, это «пассивный туризм».

Данные показывают, что во второй половине прошлого века международный туризм превратился в самый быстрорастущий сектор мирового рынка (табл. 1).

Таблица 1

Динамика международных туристских прибытий и поступлений от туризма*

Год	Число прибытий, млн чел.	Среднегодовое изменение, %	Поступление от туризма, млрд долл.	Среднегодовые изменения, %
1950	25,282	—	2,100	—
1960	69,296	10,6	6,867	12,6
1970	159,690	8,7	17,900	10,0
1980	284,841	6,0	102,372	19,1
1990	459,233	6,5	264,708	21,2
1995	566,082	3,6	393,230	13,4
2005	803,000	5,5	682,7	6,6
2006	846,000	5,4	733,0	6,2

*Источник: [6].

Несмотря на некоторые кратковременные колебания в отдельные периоды, количество прибытий более чем за пятьдесят лет выросло в 34 раза, а поступления от туризма увеличились в 366 раз. Значительный рост поступлений от туризма связан с повышением качества туристских услуг, со сдвигом потоков туристов в страны с более высоким уровнем цен и с высокими стандартами обслуживания, такими, как страны Западной Европы, Северной Америки, Япония.

Социальный и экономический прогресс привел к созданию мощной туристской индустрии, которая, в свою очередь, существенно изменила внешний облик и жизнь многих стран.

Мировой рынок туристских услуг развивается крайне неравномерно: в настоящее время более половины его (точнее 54,5 %) приходится на страны Европы, второе место занимает Американский регион. В сумме на их долю приходится 70,5 % всех туристских прибытий в мире.

Последние годы наиболее динамично развивается туристский рынок стран Азии и Океании. К началу XXI в. на его долю приходилось 14,5 % мирового рынка туристских услуг.

В начале текущего столетия быстро увеличивается посещаемость стран Африки и Ближнего Востока.

С конца XX в. наблюдаются высокие темпы экономического роста и увеличение числа населения в Японии, Китае, Индии, Индонезии, и в этих странах следует ожидать развития туризма опережающими темпами.

По прогнозам ВТО, в 2020 г. количество прибытий международных туристов составит 1 млрд 602 млн человек. Европа удержит доминирующие позиции, хотя и несколько снизит свой удельный вес в общемировом количестве туристских прибытий (44,8 %), на второе место выйдет Азиатско-Тихоокеанский регион (27,3 %), а на третьем месте будет Америка (17,7 %).

По расчетам ВТО, преимущественными поставщиками туристов являются США, Бельгия, Дания, Германия, Голландия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия. А к странам, в основном принимающим туристов, относятся Австралия, Греция, Кипр, Италия, Испания, Мексика, Турция, Португалия, Франция, Швейцария (табл. 2).

Таблица 2

Прогноз прибытий международных туристов в мире, млн чел.*

Регион	2010	2020
Европа	527	717
Восточная Азия/Тихий океан	231	438
Америка	195	285
Африка	46	75
Средний Восток	37	69
Южная Азия	11	19
Всего	1047	1602

* Источник: [1, *288*].

Последние годы страной-лидером по международным прибытиям была Франция (79,1 млн человек), десятку стран лидеров замыкала Россия (19,9 млн человек). К 2020 г., по прогнозам ВТО, первое место займет Китай (137,1 млн человек), Россия останется в конце первой десятки — 9-е место (47,1 млн человек).

Экономической основой размещения основных центров туристского рынка является международное разделение труда, которое в наиболее общем виде определяется как специализация отдельных стран в рамках мирового хозяйства на производстве определенных товаров и услуг.

Развитие международного разделения труда определяется тремя группами факторов:

1) природно-географическими. Их влияние ослабевает, но полностью их преодолеть не удается;

2) технико-технологическими. Это прежде всего информационно-коммуникационные технологии, которые резко меняют систему распределения туристского продукта;

3) социально-экономическими. Эти факторы зависят от социально-экономического развития стран и условий жизни населения. Они оказывают наиболее сильное и всевозрастающее влияние на туристскую специализацию стран и международный туристский обмен [2].

Международный туризм превратился в самостоятельную отрасль, которая входит в число трех крупнейших отраслей мировой экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению, удельный вес которых в мировом экспорте — 11 и 8,6 % соответственно. Суммарный доход от международного туризма уже в конце прошлого века составлял 7 % общего мирового экспорта и 3 % мирового экспорта услуг.

Анализ международного туризма позволяет сделать следующие выводы:

1. Рынок международных туристских услуг за последние полвека отличается устойчивым и динамичным ростом.

2. Интенсивное развитие международного туризма связано в первую очередь с экономическим и социальным прогрессом, особенно в развитых странах.

3. Развитие международного туризма в мире осуществляется крайне неравномерно по регионам и напрямую связано с темпами и динамикой их экономического роста.

4. По прогнозам ВТО, к 2010 г. количество прибытий туристов должно возрасти втрое.

5. Для расчета влияния международного туризма на национальную экономику и платежный баланс страны необходим анализ доходов и расходов международного туризма.

6. Прошедшие полвека показали, что поступления от международного туризма в целом растут быстрее, чем количество прибытий туристов.

7. Анализ стоимостных показателей доходности туризма свидетельствует о превращении его в одну из ведущих отраслей мирового хозяйства. По прогнозам ВТО, в 2010 г. доходы от международного туризма составят 922 млрд долларов, а в 2020 г. — до 2 трлн долларов, ожидается рост более чем в 2 раза; расходы туристов на одно путешествие также увеличатся — с 860 долларов в 2006 г. до 1248 в 2020-м.

8. Доходность туристской дестинации считается наиболее достоверной, если рассчитываются отношение дохода от одного прибытия и размер дохода от туризма на душу местного населения. В среднем поступления от одного прибытия, по расчетам ВТО, составляют 860 долларов, в Англии этот показатель максимальный — 1037 долларов, а в Китае минимальный — 19 долларов. По отдельным странам эта величина существенно отличается. Наиболее высокий уровень доходов наблюдается в странах, удаленных от крупных рынков выездного туризма, где высока стоимость жизни и развит элитарный туризм.

9. Существенно меняется структура услуг международного туризма. Увеличивается удельный вес познавательного туризма (10 %), активных видов туризма, растет специализированный туризм (экологический, оздоровительный), круизный, деловой.

Особое значение с каждым годом приобретает проблема безопасности и своевременной информации туристов.

Развитием туризма в мире занимается около 70 международных организаций, в том числе специализированные в системе ООН, неправительственные по международному туризму, кроме того, региональные, национальные и др.

Между социально-экономическим развитием стран и ростом международ-

ного туризма существует сложная двухсторонняя связь. Развитие экономики, научно-технический прогресс, качественный рост уровня жизни населения создают базу, надежную основу для роста международного туризма количественно и качественно.

Одновременно и сам международный туризм многообразно влияет на мировую экономику и социально-экономическое развитие отдельных стран.

Среди основных направлений этого воздействия в первую очередь следует выделить:

— стимулирование экономики в целом и ее диверсификацию;

— ускорение развития сферы услуг для населения;

— совершенствование транспортного сектора;

— развитие строительства;

— стимулирование научно-технического прогресса и в первую очередь развития средств информации и связи;

— совершенствование сферы банковских и страховых услуг;

— обеспечение занятости населения и кадровое развитие рынка туристских услуг [3].

Особое значение для любой страны имеет использование туризма как источника валютных поступлений и оптимизации платежного баланса. Все перечисленные направления приобретают особое значение в период экономического кризиса и преодоления его экономических последствий.

В развитии туризма в любой стране многое зависит от деятельности государства в этой сфере, наиболее важными направлениями его деятельности являются следующие:

— законодательное обеспечение процесса развития рынка туристических услуг и прежде всего упрощение процесса оформления документов и таможенного досмотра;

— стимулирование развития материально-технической базы туризма;

— совершенствование всех отраслей инфраструктуры и в первую очередь транспорта;

— информационное и кадровое обеспечение туризма;

— охрана порядка и обеспечение безопасности.

На развитие международного туризма всегда влияют экономическая, экологическая и политическая обстановка в мире. Так, в 2009 г. финансово-экономический кризис негативно сказался на рынке мирового туризма. Число людей, посетивших другие страны, по сравнению с 2008 г. уменьшилось на 4 %, доходы от туризма сократились на 6 %. Эксперты ООН рассчитывают, что в 2010 г. число туристов будет на 3–4 % больше, чем в 2009-м. [4].

Для определения социально-экономического эффекта от международного туризма на мировом и национальном уровне прежде всего необходима разработка системы критериев и показателей. В данной статье мы остановимся на некоторых критериях и показателях на национальном (макро) уровне.

К основным критериям оценки получаемого эффекта можно отнести:

— экономический эффект от развития международного туризма (это количественные и качественные воздействия на экономику страны);

— социальный эффект (выражается в росте уровня жизни населения за счет увеличения ВВП, положительных сдвигов в проблеме занятости населения и росте его квалификации);

— организационный эффект (связан с оптимизацией отраслевой структуры экономики, организацией объектов бизнеса, обслуживающих сферу туризма и др.);

— управленческий и информационный эффект (выражается в развитии отраслевого менеджмента, совершенствовании всех форм информации).

Среди конкретных количественных показателей эффективности на макроуровне в первую очередь следует отметить:

— суммарные поступления от иностранного туризма в календарном году;

— доля поступлений от иностранного туризма в ВВП;

— доля поступлений от иностранного туризма в платежном балансе страны;

— доход от одного прибытия иностранного туриста в страну;

— размер дохода от туризма, приходящийся на душу населения принимающей страны;

— разница доходов и затрат на международный туризм в календарном году и др.

Все эти показатели целесообразно рассматривать на примере национального рынка международных туристских услуг. В качестве объекта была выбрана Греция.

За последние 50 лет прошлого столетия (1950–2000) число прибытий выросло:

— в мире почти в 28 раз;

— в Европе — приблизительно в 24 раза;

— в Греции — в 31 раз.

Следовательно, темпы роста международного туризма в Греции были выше, чем в Европе и в мире (табл. 3).

Таблица 3

Международные прибытия в Грецию, Европу и мир в 1950–2000 гг.*

Год	Мир, млн чел.	Европа, млн чел.	Греция, тыс. чел.
1950	25,3	16,8	33,30
1960	69,3	50,4	399,40
1970	15,8	117,3	1609,20
1980	286,0	188,3	5271,10
1990	457,2	282,7	8873,00
2000	696,8	402,5	13 095,55

* Рассчитано автором по [6] и [7].

В стране туризм развивается давно, и в этой сфере накоплен значительный опыт регулирования данной отрасли: к примеру, до 2010 г. была разработана государственная стратегия по развитию туризма.

Туризм в Греции является прибыльной отраслью: за 50 лет общие доходы выросли в 29 раз, а расходы — всего лишь в 5 раз.

За последующее десятилетие, с 2000 до 2010 г., количество прибытий увеличилось более чем на 7 млн человек. Эти цифры значительно превышают первоначальные расчеты ВТО, а планируемые доходы до конца 2010 г. более чем на одну треть превысят доходы 2000 г. (табл. 4).

Таблица 4

Прогнозируемые цифры роста туристских прибытий и доходов от туризма в Греции (2000–2010)*

Год	ВСПТ	ВТО	Стабилизация**	Цель по прибытиям	Цель по доходам, млн долл.
% прироста	2,30	2	3,97	4,5	5,0
2000	13 095 545	13 095	13 095 545	13 095 545	9221
2001	13 396 743	13 357 456	13 615 438	13 684 845	9682
2002	13 704 868	13 624 605	14 155 971	14 300 663	10 166
2003	14 020 080	13 897 097	14 717 963	14 944 192	10 674
2004	14 342 541	14 175 039	15 302 266	15 616 681	11 208
2005	14 672 420	14 458 540	15 909 766	16 319 432	11 769
2006	15 009 866	14 747 711	16 541 384	17 053 806	12 357
2007	15 355 113	15 042 665	17 198 077	17 821 227	12 975
2008	15 708 280	13 343 518	17 880 840	18 623 183	13 624
2009	16 069 571	15 650 389	18 590 710	19 461 226	14 305
2010	16 439 171	15 963 396	19 328 761	20 336 981	15 020

* Источник: [8].

** Коэффициент стабилизации разработан по показателям с 1990–1999 гг.

Греческий рынок международных туристских услуг — это часть регионального рынка побережья Средиземного моря. Примерно в одинаковых конкурентных условиях здесь находятся рынки туристских услуг шести стран — Испании, Турции Кипра, Португалии, Египта и Греции. Данные по всем странам приведены в табл. 5.

Из таблицы видно, что по числу прибытий в 2000 г. 1-е место занимала Испания, 2-е — Греция, последнее — Кипр. В такой же последовательности распределились места шестерки по доходам от рынка международных туристских услуг.

По статистике ВТО, регион, на который приходится более 1/3 (35,8 %) прибытий, включает шесть стран — Грецию, Италию, Испанию, Турцию, Хорватию, Россию. В 2005 г. эти страны занимали следующие доли рынка: Испания — 12,6 %, Италия — 8,3 %, Турция — 4,6 %, Россия — 4,5 %, Греция — 3,2 %, Хорватия — 1,9 %. Конкурентное преимущество в этих странах зависит

Таблица 5

Динамика туристских прибытий, доходов и капиталозатрат стран Средиземноморья*

Страна	Показатели	1990	2000
Испания	Туристские прибытия, тыс. чел.	37 441	48 200
	Доход, млн долл.	18 593	31 197
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	497	647
Турция	Туристские прибытия, тыс. чел.	4799	10 428
	Доход, млн. долл.	3225	7636
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	672	732
Кипр	Туристские прибытия, тыс. чел.	1561	2686
	Доход, млн. долл.	1258	1819
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	806	677
Португалия	Туристские прибытия, тыс. чел.	8020	12 096
	Доход, млн. долл.	3555	6204
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	443	513
Египет	Туристские прибытия, тыс. чел.	2411	5506
	Доход, млн. долл.	1994	4300
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	827	781
Греция	Туристские прибытия, тыс. чел.	8873	13 096
	Доход, млн. долл.	2587	9221
	Капиталозатраты, долл. 1 чел.	292	704

*Рассчитано автором по [5–7].

от целого ряда различных факторов, в том числе сезонности, суммы и распределения прибыли, количества и качества отелей, сервисного обслуживания, наличия памятников истории, культуры и многих других объективных и субъективных факторов.

В каждой из перечисленных стран эффекты от рынка международных туристских услуг зависят от развития индустрии туризма в целом и целой системы внутренних и внешних факторов.

Количественно эти эффекты могут быть рассчитаны через систему предложенных выше показателей.

Общий вывод от проделанного исследования, теоретически обоснованный на основе анализа международного туризма в целом и апробированный в результате изучения национального рынка международных туристских услуг Греции и ряда других стран, состоит в том, что международный туризм на супермакро- и макроуровнях (мировом и национальном) многообразно влияет на решение экономических и социальных проблем. В целом этот тренд имеет положительную направленность, но его конечный эффект зависит от эффективного использования целой системы разнонаправленных факторов. При этом международный туризм на всех уровнях имеет двухсторонние связи: степень развития рынка международных туристских услуг напрямую зависит от разви-

тия экономики и уровня жизни населения, в то же время сам международный туризм при правильном направлении его развития способствует успешному решению социально-экономических задач принимающей страны.

---

1. *Дурович А. П.* Организация туризма М. ; СПб., 2009.

2. *Александрова А. Ю.* Пространственная поляризация мирового туристического рынка. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования / МГУ. М., 2008.

3. *Писаревский Е. Л.* Актуальные вопросы развития туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. 2009. № 3. С. 2–11.

4. Центр новостей ООН: Рынок международного туризма возрождается [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/russian/news/fullstorynews.asp?newsID=13228 (дата обращения: 11.03.2010).

5. Euromonitor International // Market and lifestyle statistics on Greece [Электронный ресурс]. URL: http://www.euromonitor.com/factfile.aspx?country=GR (дата обращения: 19.03.2010).

6. World tourism organization (UNWTO) // Tourism Indicators [Электронный ресурс]. URL: http://www.unwto.org/facts/eng/indicators.htm (дата обращения: 21.03.2010).

7. Ελληνική Στατιστική Αρχή. // Τουρισμός. Статистическая служба Греции // Туризм [Электронный ресурс]. URL: http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE (дата обращения: 5.04.2010).

8. Ελληνικός Τουρισμός 2010 Стратегия по развитию туризма в Греции до 2010 г. [Электронный ресурс]. URL: www.sete.gr/files/Media/Ebook/020626Ellinikos.Tourismos.2010.ppt (дата обращения: 7.04.2010).

Рукопись поступила в редакцию 4 мая 2010 г.