

Светлана Александровна Щербакова/S. A. Shcherbakova

ЗНАЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАН МИРА

The Importance of the International Tourism in the World Economy

The international tourism is one of the biggest, the most dynamic and profitable branches of the contemporary world economy. The international tourism is the third branch in the world economy after the oil and auto industry. In order to get a clearer scholarly notion about the economic importance of the international tourism, it was developed a classification about the regions in 126 countries in the world and the impact of the international tourism upon their national economies. In this classification was used the cluster analysis, realized with the help of a program, named STATISTICA. The cluster analysis was used for analyzing average standartized indicators and gives full reading of them in final differentiation. The composition of the fourth chosen indicators is changeable — it varies in time and reflects the socio-economic and political changes in the world.

Современный международный туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Международный туризм – третья по доходности отрасль мировой экономики, которая незначительно уступает лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. В 2004 г. на долю международного туризма приходилось около 10,4% мирового ВВП, 12,2% общего экспорта. Этот сектор ежегодно приносит свыше 300 млрд долл. в виде налоговых поступлений и обеспечивает занятость каждого восьмого работника в мире [Tourism Highlights, 2004. Madrid, 2004. P.3].

Международный туризм характеризуется неравномерностью темпов роста, а также территориальной избирательностью, которая проявляется в различном влиянии международного туризма на экономику стран мира и регионов внутри стран. Для ряда стран, особенно из числа развивающихся малых островных государств, туристская индустрия стала главной отраслью хозяйства или, по крайней мере, главным источником поступления иностранной валюты. Между тем вопросы

территориальных различий во влиянии международного туризма на экономику стран мира в настоящее время слабо изучены и освещены в научной литературе. Ограниченность информации, неглубокая достоверность и несопоставимость статистических данных, а также недостаточная разработанность методов изучения территориальной дифференциации уровня развития туризма долгое время затрудняли изучение влияния международного туризма на экономику стран мира. Только к середине 1990-х гг., вследствие бурного развития международного туризма, была создана мощная исследовательская и статистическая база по международному туризму и выработаны методики, позволяющие проводить комплексный социально-экономический анализ мировой туристской сферы. В связи с этим, представляется целесообразным исследовать проблемы территориальной дифференциации влияния международного туризма на национальную экономику на основе новых методик оценки экономического значения международного туризма и с учетом современных тенденций его развития.

Для получения целостного научного представления об экономическом значении международного туризма была разработана классификация 126 стран всех регионов мира по влиянию международного туризма на национальную экономику.

Общепринятого подхода к проблеме классификации стран по роли международного туризма в национальной экономике не существует. Часть исследователей обычно применяют какой-либо один, по их мнению, наиболее представительный экономический показатель, в качестве которого чаще всего используют доходы от международного туризма. Этот индикатор в наиболее обобщенной форме выражает вклад международного туризма в экономику страны. Однако попытки использовать этот показатель в качестве единого критерия классификации стран мира по роли международного туризма в национальной экономике приносят спорные результаты.

Это лишний раз свидетельствует о том, что для создания научно обоснованной классификации стран по значению туризма в экономике страны требуется применить определенную систему относительных показателей, в своей совокупности достаточно полно отражающих сходства и различия изучаемых стран. Выбор показателей имеет особенно большое значение, поскольку математико-статистический анализ, составляющий органическую часть классификации, напрямую зависит от набора показателей.

При разработке классификации автором был взят особый подход – использованы группы показателей, характеризующих влияние международного туризма на национальную экономику, рассчитанные на основе последних статистических данных (доля туристских поступлений в ВВП страны, %; доля туристских поступлений в экспорте, %; доля занятого в международном туризме населения, %; доля инвестиций в международный туризм, %; коэффициент туристского отбытия, %; коэффициент туристского прибытия, %; поступления от туризма на душу населения, долл./чел; поступления от туризма на одно прибытие, долл./прибытий; расходы на туризм на душу населения, долл./чел; обеспеченность средствами размещения,

мест/чел.) с привлечением новейших методик оценки экономического значения международного туризма (метод туристского спутникового счета, метод, разработанный экспертами Всемирного Совета по Путешествиям и Туризму). Для целей классификации стран мира по роли международного туризма в экономике развивающихся стран мира был применен кластерный анализ, реализованный в программной среде STATISTICA. Кластерный анализ осуществлялся методом к-средних для стандартизированных показателей и позволил максимально полно учесть вклад каждого отобранного показателя в конечную дифференциацию.

В результате было выделено **четыре класса стран** с разной степенью влияния международного туризма на национальную экономику в 2004 г.:

I – страны с малой ролью международного туризма в национальной экономике;

II – страны с умеренной ролью международного туризма в национальной экономике;

III – страны с высокой ролью международного туризма в национальной экономике;

IV – страны, специализирующиеся на международном туризме.

Содержательная сторона классификации была усложнена. Учитывая, что состав классов весьма неоднороден, возникла необходимость подразделения классов на группы и подгруппы согласно определенным критериям. За основу была взята одна из самых обоснованных типологий стран мира, разработанная В. В. Вольским [Социально-экономическая география, 2001, с. 67], которая учитывает изменения уровня и структуры развития экономики, произошедшие за последние десятилетия:

группа А – экономически развитые страны

A1 – главные страны;

A2 – экономически высокоразвитые небольшие страны Западной Европы;

A3 – страны «переселенческого капитализма»;

группа В – страны со средним уровнем экономического развития

B1 – среднеразвитые страны Западной Европы;

B2 – среднеразвитые страны Центрально-Восточной Европы;

группа С – экономически слаборазвитые (развивающиеся страны)

C1 – ключевые страны;

C2 – страны относительно зрелого капитализма;

C3 – молодые освободившиеся государства.

В разработанной автором классификации отдельные подгруппы оказались незаполненными, что позволяет при дальнейшем рассмотрении данного вопроса, а также с учетом наметившихся тенденций включить в классификацию оставшиеся страны мира.

Класс I – страны с малой ролью международного туризма в национальной экономике.

Это наиболее многочисленный класс, в который входят 75 стран. Удельный вес доходов от международного туризма по отношению к ВВП в этих странах составляет в среднем не более 2%, а по отношению к экспорту – не более 9%. Доля занятого в международном туризме самодельного населения не превышает 8%. Данный класс весьма неоднороден. К нему относятся как наиболее экономически развитые страны, так и самые слаборазвитые страны.

Группа А – экономически развитые страны

В подгруппу А1 входят две страны «Большой семерки»: *США* – лидер по доходам от международного туризма и *Япония* с большим выездным потоком и с отрицательным сальдо туристского баланса. Основная причина, по которой международный туризм играет малую роль в национальной экономике – значительная диверсификация национальной экономики. Кроме того, в *Японии* на международный туризм возложены специфические, более узкие функции – корректировать положительное сальдо баланса, а также формировать привлекательный образ этой страны по всему миру. Необходимо отметить, что Япония за истекшее десятилетие смогла существенно повысить уровень развития международного туризма благодаря целенаправленной государственной политике.

Подгруппа А2 в данном классе не представлена.

Подгруппу А3 представлена *ЮАР* – высокоразвитая страна переселенческого капитализма, имеющая ряд специфических черт в развитии экономики: первостепенная роль добывающих отраслей (добыча алмазов, платины, золота) при диверсифицированной отраслевой структуре хозяйства, что оставляет «в тени» международный туризм при значительном туристско-рекреационном потенциале.

Группа В – страны со средним уровнем экономического развития

Подгруппа В1 в данном классе не представлена.

В подгруппу В2 входят две экономически среднеразвитые страны Европы – *Россия* и *Словакия*.

Положение *России* на мировом туристском рынке стало значительно благоприятнее. Международные прибытия в 2004 г. превысили отметку в 22 млн поездок [Tourism Highlights, 2006, p. 4]. Хотя высокая покупательная способность иностранных валют на российском рынке остается постоянно действующим положительным фактором для развития международного туризма. Привлечению иностранных туристов в Россию мешают негативный имидж страны за рубежом (в настоящее время многое делается для его изменения Правительством и лично Президентом), осложненный визовый режим, неразвитая туристская инфраструктура и др.

Развитие международного туризма в *Словакии* сдерживается отсталостью туристской инфраструктуры и относительно низким уровнем обслуживания.

Группа С наиболее полно представлена развивающимися странами.

В подгруппу С1 входят три ключевые страны развивающегося мира – *Бразилия*, *Мексика*, *Индия*. Эти страны с диверсифицированной структурой производ-

ства обладают самым крупным экономическим, людским, научно-техническим и культурным потенциалом среди развивающихся стран. Все страны располагают уникальными природными объектами и памятниками истории и культуры, благодаря которым они всё больше становятся популярными среди туристов.

В 2004 г. *Бразилию* посетили 4,7 млн туристов, а доход от туризма составил 3,2 млрд долл. [Tourism Highlights, 2006, p. 4]. Исследователи Национального агентства по туризму уверены, что эти показатели могли быть больше, однако отсутствие информации о туристских возможностях и национальных особенностях Бразилии являются сдерживающим фактором развития туризма в стране.

В состав *группы С2* входят *страны Ближнего Востока (Иордания, Сирия, Оман и др.)*. В некоторых из них сильно влияние факторов, препятствующих развитию международного туризма, долговременная сложная политическая ситуация, недостаточная государственная поддержка турбизнеса и низкая степень безопасности пребывания туристов. Тем не менее, эти страны выделяются уникальными и богатейшими культурно-историческими объектами, что позволяет говорить о специализации данных стран на культурно-познавательном туризме.

Подгруппа С3 в основном представлена *наименее развитыми странами (Ангола, Бенин, Буркина-Фасо, Бурунди, Гвинея, Демократическая Республика Конго, Замбия, Мадагаскар и др.)**.

Это страны со слабой экономикой и в основном с отрицательным сальдо туристского баланса.

Непопулярность этих стран среди туристов объясняется сильной социально-экономической отсталостью, неразвитостью индустрии туризма и туристской инфраструктуры, политической нестабильностью и угрозой разного рода заболеваний.

Следует отметить, что статистические данные по многим показателям для некоторых развивающихся стран (*Камбоджа, Мьянма* и др.) отсутствовали, поэтому в нашей работе приходилось использовать оценки экспертов.

Таким образом, большинство развивающихся стран данной группы, как и многие десятилетия назад, имеют весьма ограниченные перспективы развития международного туризма.

*Понятие о наименее развитой стране было введено ООН в 1970 г. Для внесения в этот список были взяты три критерия: очень низкий душевой доход, очень низкая доля обрабатывающей промышленности в ВВП и очень высокая доля неграмотных в населении. На сегодняшний день ООН относит к наименее развитым странам 34 страны Африки (Ангола, Бенин, Буркина-Фасо, Бурунди, Гамбия, Гвинея, Гвинея-Бисау, Демократическая Республика Конго, Джибути, Замбия, Кабо-Верде, Коморские Острова, Лесото, Либерия, Мавритания, Мадагаскар, Малави, Мали, Мозамбик, Нигер, Руанда, Сан-Томе и Принсипи, Сенегал, Сомали, Судан, Сьерра-Леоне, Танзания, Того, Уганда, ЦАР, Чад, Экваториальная Гвинея, Эритрея, Эфиопия), 9 стран Азии (Афганистан, Бангладеш, Бутан, Йемен, Лаос, Камбоджа,

Мальдивская Республика, Мьянма, Непал), 6 стран Океании (Вануату, Западное Самоа, Кирибати, Соломоновы Острова, Тувалу, Восточный Тимор) и Гаити в Латинской Америке.

Класс II – страны с умеренной ролью международного туризма в национальной экономике.

Этот класс является сравнительно однородным и представлен в основном странами Зарубежной Европы. В странах этой группы международный туризм является важным сектором хозяйства, особенно с позиции формирования валютных поступлений. Удельный вес доходов от международного туризма по отношению к ВВП в этих странах составляет в среднем более 3%, а по отношению к экспорту – не менее 15 %. Доля занятого в международном туризме населения превышает 12%. Подавляющую часть данного класса образуют развитые страны.

Группа А – экономически развитые страны

В подгруппу А1 входят *Великобритания, Германия* – члены «Большой семерки», обладающие диверсифицированной экономикой.

Подгруппа А2 представлена европейскими странами, которые являются как поставщиками туристов (*Исландия, Дания*), так и принимающими их (*Австрия, Швейцария, Финляндия*). Здесь преобладают внутрирегиональный обмен туристскими потоками, чему способствуют интеграционные процессы Европейского Союза и наличие единой валюты. Эта подгруппа стран характеризуется также высокими расходами на туризм на одного жителя.

Группа В – страны со средним уровнем экономического развития

Подгруппа В1 включает только *Ирландию*, которая специализируется на «зеленом» туризме.

В состав *подгруппы В2* входит только *Чешская Республика*, как одна из наиболее развитых стран Центрально-Восточной Европы. После распада Чехословакии в 1993 г. международный туризм стал играть заметную роль в экономике Чешской Республики.

Группа С состоит из немногочисленных представителей **развивающихся стран.**

Подгруппа С1 представлена особенно перспективной страной в туризме *Китаем*. В 2004 г. Китай посетили более 40 млн туристов, что на 19% больше, чем в 2003 г. Валютные поступления в 2004 г. превысили 25 млрд долл. [Tourism Highlights, 2006, p. 4]. Поток туристов из России, по сравнению с 2003 г., вырос на 30% и составил 1,8 млн чел. Китай интересен, прежде всего, с точки зрения культурно-познавательного туризма. В этой стране насчитывается более 2200 музеев, а в Пекине зарегистрировано более 7 000 древних культурных памятников. Большое внимание уделяется развитию пляжного туризма на островах, например, на острове Хайнань выделено 15 международных туристских зон.

Подгруппа С2 имеет следующий состав: ближневосточная страна *Кувейт* и две страны Юго-Восточной Азии – *Сингапур* и *Таиланд*. *Кувейт* является финан-

сово-избыточным крупным нефтеэкспортером, расходы на туризм в котором превышают 1300 долл. на человека. По этому показателю он приближается к подгруппе представленных выше развитых стран. *Таиланд* является одним из приоритетных направлений в Юго-Восточной Азии. *Сингапур*, используя свое выгодное экономико-географическое положение, и диверсифицировав туристское предложение, в последнее время превратился в мировой центр отдыха и делового туризма. В 2004 г. Сингапур принял рекордное число туристов – 8,3 млн чел. К 2015 г. этот показатель вырастет до 17 млн посетителей.

Подгруппа С3 включает две страны: восточноафриканскую – *Танзанию*, которая специализируется на одном виде туризма – сафари, привлекающих состоятельных европейцев и американцев, и южноазиатскую – *Непал*, некогда закрытую, но в настоящее время являющаяся одним из центров буддийского паломничества и горновосхождений.

Класс III – страны с высокой ролью международного туризма в национальной экономике.

Класс состоит из 32 стран. В государствах, входящих в этот класс, коэффициент туристского прибытия (714,8%) в 2 раза превышает среднее значение коэффициента туристского отбытия (378,4%). Часть из них давно играет существенную роль на мировом туристском рынке.

Группа А – экономически развитые страны

В *подгруппу А1* из стран «Большой семерки» входят – *Франция* и *Италия*, в которых международный туризм является одной из отраслей специализации.

Подгруппа А3 (*подгруппа А2* отсутствует) представлена странами переселенческого капитализма – *Австралия*, *Канада*, *Новая Зеландия* и *Израиль*. Первые две отличаются высокой стоимостью турпакета за счет транспортной составляющей, несмотря на это богатый и экзотичный природный мир этих стран, отчасти быт аборигенов пользуются большой популярностью среди туристов, особенно у англичан и американцев. Формирование национального рынка международного рынка *Канады* происходило под сильным влиянием и при активном участии США, что определило появление крупнейших в мире межстрановых туристских потоков (США – Канада и Канада – США). *Израиль*, созданный в 1948 г., является страной с уникальными возможностями развития не только религиозного туризма, но культурного, лечебно-оздоровительного туризма. Ежегодно Израиль посещают около 50 тыс. российских туристов.

Группа В – страны со средним уровнем экономического развития

Подгруппа В1 включает *Испанию*, *Португалию* и *Грецию*, где международный туризм стал той отраслью, которая дала стимул развитию всей национальной экономики.

Греция входит в пятерку стран, где количество приезжающих туристов превышает численность населения и занимает одно из ведущих мест в мире по объемам, выделяемым на продвижение национального туристского продукта.

В подгруппу В2 входят *Польша, Венгрия, Болгария*, а также *Словения, Хорватия*.

Польша и Венгрия вошли в 10 стран-лидеров по международным туристским прибытиям, заняв 9 и 10 место соответственно [Tourism Highlights, 2006, p. 4]. В настоящее время эти страны активно вовлечены в мировой туристский обмен. В последние годы в *Болгарии* признан приоритетным культурно-познавательный туризм. В стране насчитывается более 40 тыс. историко-культурных объектов, 7 из которых занесены в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО.

Группа С – развивающиеся страны

Подгруппа С1 в данном классе не представлена.

В подгруппу С2 входят наиболее популярными среди туристов странами: африканскими (*Тунис и Кения*), средиземноморской *Турцией*, восточноазиатской *Малайзией* и ближневосточным *Египтом**.

Североафриканский *Тунис* ежегодно посещают более 5,5 млн туристов. В стране проводится активная политика по развитию туризма. В скором будущем планируется открытие крупнейшего в регионе аэропорта Энфида, рассчитанный на прием 30 млн. пассажиров. Если ранее основными клиентами данной страны были западноевропейские туристы, то в последнее время большое внимание к этой стране стали проявлять туристы из Центрально-Восточной Европы. Так, например, каждый год в *Тунис* приезжают около 100 тыс. туристов из России и их количество к 2010 г. возрастет в 5 раз.

Международный туризм в *Кении* носит элитарный характер. Это подтверждается низкой интенсивностью туристских прибытий (35,6%). Особым спросом в *Кении* пользуются сафари на природоохранных территориях и купально-пляжный отдых на приморских курортах. Более половины всех туристских прибытий в страну приходится на Европу, прежде всего на Германию и Великобританию. Туристские потоки направлены также из Северной Америки, Азиатско-Тихоокеанского региона и Южной Азии.

*По делению ЮНВТО Египет входит в состав Ближневосточного региона.

Турция на протяжении последних пяти лет поднялась с 18 позиции на 10 место в рейтинге самых популярных мировых туристских дестинаций. Среднегодовые темпы роста прибытий туристов в Турцию за этот период составили 10,3%, тогда как в мире этот показатель не превышал и 5%. [Tourism Highlights, 2006, p. 4]. Основными потребителями туристских услуг Турции являются Германия, Россия и Великобритания. В 2004 г. Турцию посетило 1,6 млн россиян. Ежегодно на рекламную кампанию в России турецкое правительство выделяет более 5 млн долл.

В *Египте* самой серьезной проблемой развития туризма, как и в других странах Ближнего Востока, является обеспечение безопасности пребывания иностранных туристов. После громких терактов в стране была создана Туристская поли-

ция. Тем не менее, высокий культурно-исторический и рекреационный потенциал Египта, а также развитая туристская инфраструктура и поддержка со стороны правительства – всё это способствует росту как внутрирегионального, так международного туризма. Так, в 2004 г. Египет посетило около 8 млн туристов (из них 695 тыс. составляют граждане России), а доход от туризма составил 6 млрд долл. К 2010 г. планируется увеличение числа зарубежных путешественников до 16 млн чел.

Основной территориальный массив *подгруппы С3* представляют *страны Карибского бассейна*, в которых в большинстве своем развит морской круизный туризм, рассчитанный в основном на американских туристов. Международный туризм в странах этого региона стал основным каналом поступления иностранной валюты, необходимой для решения многих социально-экономических проблем.

Данный класс является «фоновым», отражающий общую картину влияния международного туризма на мировую экономику.

Класс IV – страны, специализирующиеся на международном туризме.

Доля поступлений от международного туризма в ВВП этих стран составляет в среднем более 34%, а по отношению к экспорту – не менее 67%. Страны, входящие в этот класс, ориентируются почти исключительно на въездной туризм и не заинтересованы в развитии выездного. Среднее значение коэффициента туристского прибытия (2823,4 ‰) в 2,5 раза выше среднего значения коэффициента туристского отбытия (1234,7 ‰). Доля занятого в международном туризме населения составляет около 40%.

Данный класс представлен только *подгруппой С3* и в основном состоит из *островных государств*, относительно небольших по площади. Страны ориентируются в основном на въездной туризм, быстрому росту которого способствуют комфортные климатические условия в определенный сезон года, а для островных стран Карибского бассейна – также близость к США и Канаде. Страны этой подгруппы имеют специфическую структуру экономики, в которой международный туризм, наряду с сельским хозяйством, выступает основной отраслью хозяйства. Этим объясняется активная государственная политика в сфере туризма, направленная на сглаживание сезонных колебаний в туристских прибытиях, продвижение турпродуктов на американский и европейский рынки выездного туризма, разработку и реализацию программ дальнейшего развития туристской инфраструктуры.

Состав выделенных четырех классов непостоянен, он изменяется во времени, отражая происходящие в мире социально-экономические и политические изменения.