

An aerial photograph of a tropical island with a white sandy beach, lush green palm trees, and a small wooden pier extending into the clear turquoise water. A speedboat is moving across the deep blue water, leaving a white wake. The text is overlaid on the image in white boxes with blue borders.

ТУРИЗМ

Е.Г. Леонидова

КАК СОЦИАЛЬНО-

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

ФЕНОМЕН

Туризм представляет собой сложный социально-культурный и экономический феномен современности, различные аспекты которого находятся в поле зрения ряда наук. Термин «туризм» (tourism) первым употребил В. Жекмо в 1830 году. Слово «туризм» происходит от французского слова «tour», что значит «прогулка».



С точки зрения экономики, туризм рассматривается как отрасль, развитие которой способно приносить значительный доход в бюджет территории, создавать новые рабочие места. По оценкам специалистов, создание одного рабочего места в туристском секторе приводит к созданию пяти рабочих мест в сопутствующих отраслях экономики.

Помимо этого, оказывается воздействие на смежные отрасли народного хозяйства. Так, кроме индустрии питания, проживания, отдыха и досуга, в туризме задействованы транспортная, промышленная, торговая индустрия.

На туристский сектор приходится 10% мирового ВВП и каждое десятое рабочее место в мире.

Экономисты выделяют прямое и косвенное влияние, которое оказывается туризмом на экономику.

Прямое влияние оказывается посредством трат туристов (покупки това-

ров и услуг) в месте пребывания, что обеспечивает рост дохода территории. Потраченные денежные средства образуют цепочку «расходы–доходы–расходы...», когда расходы туристов становятся доходами туристских организаций, которые в свою очередь часть своего дохода превращают в расход и т. д.

Когда туристское предприятие покупает местные товары, деньги туристов начинают полностью работать на экономику. Из этих доходов выплачивается заработная



плата работникам, которые в свою очередь тратят их на покупку товаров и услуг.

Часть денег, полученных от туристов, идет на создание фонда накопления, а другая – покрывает произведенные расходы на покупку товаров, приобре-

тенных в иных регионах, что представляет собой утечку денег из сферы экономики туризма.

Особое внимание уделяется косвенному влиянию туризма на экономику, т. н. «эффект мультипликатора». Суть этого явления состоит в том, что туризм стимулирует развитие других отраслей экономики. Туристский мультипликатор представляет собой коэффициент, который отражает увеличение доходов территории в зависимости от расходов туриста. Таким образом, чем больше денежных средств будет потрачено туристами в месте пребывания, тем выше эффект мультипликатора. Увеличение дохода и управление производством туристского продукта усиливают мультипликацию туристского расхода. Но чем больше товаров импортируется из других регионов, тем эффект мультипликации меньше.

В России рассчитать значение данного показателя проблематично, что связано с несовершенством туристской статистики.

Помимо экономического, туризм имеет важное социальное значение. Оно заключается в восстановлении трудоспособности населения, рациональном использовании свободного времени. Туристский отдых – смена обстановки, изменение повседневного образа жизни, освобождение от усталости.

В Российской Федерации несмотря на высокий потенциал туризм пока не оказывает должного влияния на экономику страны и ее регионов. Это связано с низким уровнем развития туристической индустрии, недостаточным инвестированием в нее со стороны государства.

При решении этих проблем экономика нашей страны и ее регионов в полной мере сможет ощутить на себе положительные эффекты туристической отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

Кусков А.С. Основы туризма: учеб. М.: КНОРУС, 2010. 400 с.

Гуляев В.Г., Селиванов И.А. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учеб. М.: Советский спорт, 2008. 280 с.

