



Туризм во внешнеэкономических связях России

С.С. Алабян

Кандидат экономических наук

(Центр внешнеэкономических исследований УРАН Института экономики РАН)

Л.С. Алабян

Директор региональных проектов журнала «Туристический олимп»

1. Место туристской индустрии в мирохозяйственных связях.

Международный туризм — одна из важных и быстрорастущих отраслей мировой экономики, один из довольно прибыльных видов бизнеса, привлекающий крупные инвестиции, обеспечивающий растущую занятость и поступление доходов, в том числе в государственные бюджеты многих стран. Фактически в современной мировой экономике формируются элементы глобальной туристической системы, включающей целый ряд важных самостоятельных инфраструктурных составляющих, таких как международные сети отелей, системы воздушных, водных и наземных перевозок, компьютерные системы бронирования билетов и мест. Поэтому без всякого преувеличения можно говорить о рождении новой полноценной отрасли экономики мирового значения — туристской индустрии со всеми сложными составляющими ее элементами, характерными для других отраслей хозяйственной деятельности.

Растущий спрос на туристские услуги во всем мире объясняется, прежде всего, социально-экономическими причинами (рост доходов и свободного времени, увеличение сроков оплачиваемых отпусков, достаточный уровень пенсионного обеспечения, изменения в составе семей в направлении уменьшения числа детей), а также рядом экономических причин: прогрессом в развитии транспорта, его удешевлением и доступностью, ослаблением валютных ограничений, либерализацией визового режима, глобализацией и компьютеризацией мирового сообщества.

Правовая основа мировой туриндустрии. Как и другие отрасли экономики, международный туризм — объект как международного, так и национального регулирования. Ведущей международной межправительственной организацией, отвечающей за развитие туризма, Генеральная ассамблея ООН признала Всемирную туристическую организацию (World Tourist Organisation, UNWTO) в 1975



году правопреемницей Международного союза национальных туристических организаций.

Всемирная туристическая организация (UNWTO) включает следующие категории членства:

1) действительные члены (суверенные государства, в том числе Россия и большинство стран СНГ);

2) ассоциированные члены (территории, не несущие самостоятельной ответственности за свою внешнюю политику) и

3) присоединившиеся члены (межправительственные, негосударственные и коммерческие организации и объединения, действующие в сфере, представляющей интерес для туризма). Всемирная туристическая организация приняла ряд официальных документов по организации международного туризма. Важнейшим из них является Кодекс поведения туриста (1985 г.), издает статистические справочники и прогнозы, предлагает информационные банки данных для туристического бизнеса.

Ею зафиксированы три основных действующих в международном туризме понятия: «туризм», «турист (посетитель)» и «экскурсант».

Туризм определяется как активный отдых, влияющий на укрепление здоровья и связанный с передвижением за пределы постоянного места жительства.

Турист — любое лицо, которое остается на территории другого государства не менее 24 часов, но не более 1 года в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, без занятия в стране временного проживания оплачиваемой деятельностью.

Таким определением проводится грань между туризмом и экономической миграцией. Статус туриста по международным соглашениям создает для путешественника целый ряд льгот, которые состоят в упрощенном визовом режиме и скидках по оплате транспортных услуг и стоимости проживания.

Экскурсант — путешественник, который провел за границей менее 24 часов. Эта категория широко распространена в странах Западной Европы и Восточного Средиземноморья.

Таким образом международный туризм представляет собой большой комплекс очень современных быстро развивающихся в глобализирующемся мире услуг, объединяемых в туристскую индустрию. В этот комплекс входят:

- средства временного размещения (гостиницы, мотели, кемпинги),
- объекты общественного питания,
- объекты и средства развлечения,
- объекты познавательного, делового, спортивного и иного назначения.

Важной составной частью туристской индустрии выступает собственно туристический бизнес. В туристическом бизнесе как и в любом другом бизнесе имеются основные специфические понятия:

а) туроператоры — фирмы, производящие туристический продукт;

б) турагенты — самостоятельные фирмы или агенты, которые распространяют туристический продукт по письменным соглашениям с туроператорами.

Экономическая основа мировой туристской индустрии. Туристская индустрия — одна из самых капиталоемких и трудоемких отраслей мировой экономики. По оценке Всемирной туристической организации, к концу 1990-х гг. на долю международного туризма приходилось 11% мирового ВВП, 6% мирового экспорта товаров и услуг и около 10% рабочих мест, ежегодное общее число прибытий туристов по всем странам мира достигало 660 млн.¹ За последующие пятнадцать лет международный туризм вырос в полтора раза. При этом все показатели международного туризма непрерывно растут и обгоняют по темпам роста мировой ВВП в целом. Это дает основания для прогноза о превращении уже к середине XXI в. международного туризма в крупнейшую отрасль мировой экономики, осуществляющую внешнеэкономическую и международную деятельность.

Особенностью международного туризма является то, что он развивается неравномерно и по годам и по регионам мира. В 1999 г. максимальное количество посетителей прихо-



дилось на страны Европы (58,7%). На страны Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) приходилось 14,3% посещений. В последующем наиболее быстрыми темпами стали расти туристические поездки в страны Ближнего и Среднего Востока (Египет, Израиль, ОАЭ), Юго-Восточную Азию (Таиланд, Сингапур, Индонезия). В первую десятку стран по приему иностранных гостей в начале века входили: Франция (71,4 млн чел.), Испания (52,0 млн), США (47,0 млн), Италия (35,8 млн), Китай, Великобритания, Мексика, Канада, Польша, Австрия.

По величине доходов от иностранного туризма ситуация иная. Здесь первая десятка стран включает США (73,0 млрд долл.), Италию (31,0), Испанию (25,2), Францию (24,7), Великобританию, Китай, Австрию, Канаду, Германию и Мексику.² Наибольшее положительное сальдо туристического баланса имеют Испания, Италия, Франция, Турция и Мексика, а наибольшее отрицательное сальдо характерно для Германии, Японии, Великобритании и государств Северной Европы.

Мировой туризм в 2007 году. По данным UNWTO, 2007 год стал пиком международного туризма за последние 25 лет. При этом численность отдыхающих выросла за год на 6%, по сравнению с 2006 годом, составив 898 миллионов человек. Для сравнения скажем, что в 1950 году число путешественников-туристов во всем мире составляло всего 20 миллионов.

Самой привлекательной оставалась Европа, где провели отпуск или каникулы более половины всех путешественников – 480 миллионов человек, почти на 20 миллионов больше чем в 2006 году. Лидерами по привлекательности для туристов в Европе были Турция, Греция, Португалия Италия и Швейцария.

Ближний Восток, несмотря на политическую нестабильность, остается по-прежнему привлекательным для иностранных туристов, поток которых вырос на 5 млн по сравнению с 2005 годом и достиг 46 млн человек. На 6 млн человек вырос поток туристов, посетивших страны Северной Америки, и на 3 миллиона – страны Африки. В Азиатско-Тихоокеанском регионе поток туристов вырос на 17 млн человек, достигнув 185 миллионов - благодаря экономическому росту, который продолжается там

с 2000 года. Самым большим спросом пользовалась Малайзия – ее посетили на 20% больше туристов, чем в 2006 году, Камбоджа (плюс 19%), Вьетнам (16%) и Индонезия (15%). Эксперты прогнозируют, что в 2008 году рост международного туризма продолжится, несмотря на замедление темпов мировой экономики и финансовый кризис США.³

2. Туристический бизнес в России.

В Российской Федерации туризм регулируется Федеральным законом «Об основах туристической деятельности» от 24.11.96, Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 8 августа 2001 года № 128-ФЗ в редакции Федерального закона от 19.07 № 136-ФЗ; Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Постановлением Правительства РФ от 18 июля 2007 года № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».⁴

Указанные законы и постановление правительства определяют принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристического рынка в РФ и порядок рационального использования туристических ресурсов, т.е. природных, исторических, социально-культурных и иных объектов, которые способны удовлетворять духовные потребности туристов и содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Все важнейшие понятия системы туризма, которые употребляются в их российской правовой базе, соответствуют общепринятым международным терминам.

Закон от 24.11.96 определяет основные понятия туристической деятельности в России. Прежде всего, он выделяет туризм выездной (импорт туристических услуг) и туризм въездной (экспорт туристических услуг), которые представляют собой международный туризм РФ. Кроме того, самостоятельной частью туристического бизнеса является внутренний туризм (путешествия лиц, постоянно проживающих в РФ, по территории страны), а в его составе — туризм социальный и самодельный. Закон рассматривает туризм как одну из приоритетных отраслей экономики страны.



Туризм в РФ в дореформенный период. В СССР международный туризм был жестко монополизирован в рамках немногих организаций в соответствии с государственной монополией на внешнеэкономическую деятельность. Въездной туризм был сосредоточен в государственной организации «Интурист», а выездной — в Центральном совете по туризму и экскурсиям при Всесоюзном центральном совете профсоюзов и Бюро международного молодежного туризма «Спутник» при ЦК ВЛКСМ, которые формально имели статус общественных организаций.

Быстрый рост международных поездок граждан произошел во второй половине 1980-х гг. В этот период основной поток международного обмена осуществлялся между СССР и странами Центральной и Восточной Европы. Максимального объема международный туризм в России в условиях СССР достиг в 1989 г. (въезд туристов 2,3 млн чел., выезд – 2,2 млн).⁵

Развитие туристической индустрии в России сегодня, формы ее финансирования и место среди других видов услуг. В современных условиях финансирование туристической деятельности происходит из двух источников: из государственного бюджета и за счет хозяйственной деятельности.

В 2006 году расходы государственного бюджета на услуги, связанные с туристическим бизнесом, составляли 8% (233,3 млрд рублей) и были на пятом месте из 13 объединенных отраслей, содержащихся в официальном Кратком статистическом сборнике Росстата за 2007 год - сразу за такими мощными отраслями экономики, как транспортные услуги (21,3%), услуги связи (18,7%), коммунальные (18,4%) и бытовые (9,9%). Место туристической индустрии как подотрасли экономики страны в общей сумме финансирования расходов государственного бюджета на все виды услуги за 2007 год, видны из таблицы 1.

Таблица 1

Структура продаж услуг в России в 2007 году

Наименование услуги	Млрд руб.	Удельный вес (в %)
Всего,	2798,4	100,0
в том числе по видам:		
Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	72,4	2,6
Услуги культуры	66,1	2,4
Туристические услуги	42,6	1,5
Санаторно-оздоровительные	42,2	1,0

Источник: Россия в цифрах, 2007. Росстат, с.152-154.

Важным моментом при анализе проблем туристической индустрии является то, что все три подотрасли общей экономической категории «туристическая индустрия», имеют три разные степени капитализации. Подотрасль, «собственно туризм», полностью капитализирована и на 100% состоит из частных фирм и организаций. Подотрасль «оздоровительные учреждения» имеет примерно 40% капитализации. При этом все так называемые юридические лица имеют разные источники финанси-

рования, частично из государственного бюджета, частично от своей предпринимательской деятельности. Как видно из вышеприведенной таблицы, в 2006 году они получили из бюджета для своей хозяйственной деятельности 42,6 млрд рублей. По существующему порядку из этой суммы они возвратили в бюджет в виде налога на прибыль и НДС 55%. Оставшуюся часть фирмы пустили на содержание инфраструктуры и развитие хозяйственной деятельности. меры поступлений



Кроме государственного бюджета, вторым крупным источником доходов туристической индустрии является профессиональная деятельность по экспорту и импорту турпродукта в России и за рубежом. По данным Роскультуры, в 2006 году по этой статье общий доход отрасли составил 29,5 млрд долл.⁶

В отчете Центробанка России, туристическая индустрия и все другие связанные с ней поездки туристов называется объединяющим термином «поездки». Их доля в общей сумме экспорта услуг в Российской Федерации составила в 2005 году 22,3%, что видно из таблицы 2.

Таблица 2

Экспорт услуг РФ в 2005 году (в млн долл.).

<i>Всего</i>	<i>Сумма</i>	<i>Удельный вес</i>
Всего услуги	24566	100,0
Транспортные услуги	9113	37,1
Поездки	5466	22,3
Прочие	9987	40,6

Источник: Сайт Центробанка РФ. Отчет за 2005 г.

Важной особенностью развития туристической индустрии в последние годы, является значительный рост ее объемов. За один только 2006 год разрывы от экспорта турпродукта, по данным Ростуризма, увеличились более чем на четверть (26,7 %).

Характерно, что быстрыми темпами увеличивается как экспорт, так и импорт турпродукта. Так, за период с 1993 года объемы въездного туризма увеличились на 47% и достигли 2 млн 275 тысяч человек, и выездного

– на 452% и достигли 7 млн 132 тысяч человек. По индексу физического объема (113,9) туризм в 2006 году занимал среди платных услуг населению РФ третье место сразу после таких крупных отраслей экономики, как транспортные (121,3), юридические (118,8) и услуг связи (118,7 коммунальные (118,4), и бытовые (119,9).

Рост объемов экспорта и импорта, т.е. выездов и въездов по годам, за последние 10 лет виден из таблицы 3.⁷

Таблица 3

Динамика количества выезжающих и въезжающих туристов (тыс. человек, без стран СНГ)

Годы	Въездной туризм	Выездной туризм
1993	1543	1577
1994	915	2522
1995	1787	2555
1996	1716	3422
1997	2290	4084
1998	1904	3251
1999	1924	2580
2000	2215	4252
2001	2051	3972
2006	2275	7132

Источник: Россия в цифрах, 2007. Росстат, с.319,351.



Следует отметить, что официальная статистика России и стран СНГ взаимные поездки своих граждан в качестве туристов не отражают и не фиксируют. Однако фактически он существует в виде т.н. «социального», «самодетельного» туризма, паломничества и в других формах, и мы в своих рассуждениях пытаемся найти место этой части культурного взаимодействия граждан России и других стран постсоветского пространства.

Во въездном туризме в РФ лидируют Польша, Финляндия, Китай, Германия и США. Граждане РФ выезжают больше всего в Китай, Турцию, Польшу, Финляндию, Испанию, ОАЭ, Германию и Италию. Популярностью пользуется также Кипр, Греция, Египет, Болгария. Первые места, которые занимают Китай, Польша, частично Турция и ОАЭ, в очень большой степени связаны с челночной и приграничной торговлей, а не с оказанием туристических услуг в их классических формах.

Различные виды туризма в РФ развиваются по-разному. Общим является то обстоятельство, что туристическая отрасль приватизирована, различные составные части индустрии туризма, в том числе гостиницы, санатории, пансионаты, базы отдыха и т.д., стали объектами предпринимательской деятельности российских и иностранных юридических и физических лиц с очень небольшим участием государства. То же относится и к туристическим фирмам — туроператорам и турагентам. В общей сложности в РФ действуют

несколько тысяч туристических фирм с преобладанием турагентств по выездному туризму.

Государство стремится поддерживать, прежде всего, въездной и внутренний туризм путем налоговых и таможенных льгот, предоставления льготных кредитов и прямых бюджетных ассигнований на разработку федеральных и региональных целевых программ развития туризма. Туристско-экскурсионные путевки освобождены от уплаты НДС.

Въездной туризм (экспорт туристических услуг) требует крупных инвестиций, прежде всего на строительство гостиниц и других средств размещения. Хотя в последнее время в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи появились первоклассные гостиницы, принадлежащие известным международным гостиничным комплексам — «Холидей Инн», «Кемпински», «Мариотт», «Шератон», продолжает сохраняться нехватка гостиниц, обеспечивающих привычные условия комфорта и сервиса для иностранных туристов. Несоответствие в соотношении «цена — качество» в организации въездного туризма, недостатки в рекламе и маркетинге отечественного туризма, сдерживают его рост. Как и все сырьевые экспортные отрасли экономики РФ, въездной туризм сталкивается с серьезной конкуренцией на насыщенном международном рынке путешествий, несмотря на богатейшие туристические ресурсы, о чем мы подробно говорим в конце статьи в специальном разделе о новых формах туризма в России.

*Окончание статьи см. в одном из
следующих номеров журнала*