

РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ И СОЦИАЛЬНО-
КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Искандар Бохадирович Шарафутдинов

преподаватель кафедры общих и специальных наук факультета туризма ЧГПУ
iskandar.cspu@gmail.com

Аннотация. В материале рассматривается роль туристической сферы в экономике страны, ее влияние на культурное наследие, социальную сферу. Анализируется взаимосвязь туристического рынка и всех сфер, важных для развития государства в целом. Приводятся факторы, влияющие как на мировой туризм, так и на туризм в рамках одного государства. Рассматривается роль международных связей в развитии туристической отрасли.

Ключевые слова: туризм, экономика, социум, культура, туристический потенциал, туристы, путешествия, сфера услуг, международный туризм.

Туризм как сфера хозяйственной деятельности имеет огромное значение и ряд характерных особенностей. Туризм служит интересам человека, общества в целом и является источником доходов, как на микро, так и на макроэкономическом уровнях. Туризм становится одним из основных факторов создания дополнительных рабочих мест, ускоряет развитие дорожного и гостиничного строительства, стимулирует производство всех видов транспортных средств, способствует сохранению народных промыслов и национальной культуры регионов и стран.

По данным Всемирной туристской организации, число туристских прибытий к 2020 г. составило 1,6 млрд. человек, мировые доходы от туризма в 2020 г. Были в пределах 2 трлн. долл. [1, с. 88].

Туризм - очень многогранно развитая отрасль хозяйства, являющаяся одной из главных составляющих дохода в некоторых странах, влияющая на развитие их экономики и мирового сотрудничества. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые.

Экономическое развитие туризма характеризуется впечатляющими данными по мировому экономическому рынку. Они показывают, что туризм является самой динамично развивающейся отраслью во многих странах мира и что его роль в

мировой экономике непрерывно растет. Международный туризм оказывает мощное воздействие на занятость населения. Индустрия туризма – трудоемкий процесс, поэтому в нем заняты в основном неквалифицированные работники. Однако это не означает, что в сфере туризма не используется высококвалифицированный труд. В данной сфере новые рабочие места в географическом плане распространяются шире, чем в других развивающихся секторах экономики. На развитие туризма в мире оказывают влияние научно-технический прогресс, повышение качества жизни населения, увеличение продолжительности свободного времени, отпусков, экономическая и политическая стабильность и ряд других факторов.

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Основу современного туристского рынка, как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска работников. В последнее время в туризме возрастает роль деловых поездок, а также путешествий лиц пенсионного возраста. Размер и степень влияния международного туризма в мире можно оценить по следующим показателям.

По мнению многих ученых-аналитиков в основе развития международного туризма лежат следующие факторы-возможности:

1. Экономический рост и социальный прогресс привели к расширению объема не только деловых поездок, но и поездок с познавательными целями.
2. Совершенствование всех видов транспорта удешевило поездки, сделало их возможными для многих слоев населения.
3. Увеличение числа наемных рабочих и служащих в экономически развитых странах и повышение их материального и культурного уровня повысили их стремление к духовным и познавательным ценностям.
4. Интенсификация труда и получение трудящимися более продолжительных отпусков предполагают необходимость более содержательного отдыха.
5. Развитие межгосударственных связей и культурных обменов между странами привело к расширению межличностных связей как между, так и внутри регионов.
6. Развитие сферы услуг стимулировало технологический прогресс в области телекоммуникаций, увеличило заинтересованность в посещении различных стран и регионов.
7. Ослабление ограничения на вывоз валюты во многих странах и упрощение пограничных формальностей также стимулирует развитие туризма.

Экономические возможности развития туризма в международном масштабе создали благоприятные условия для развития организационно-экономических процессов в отдельных странах.

Для многих из них международный туризм является:

1. Важнейшим источником валютных поступлений;
2. Фактором, стимулирующим рост платежного баланса;

3. Мощным стимулом развития и диверсификации многих отраслей (возникают как предприятия, так и отдельные отрасли, обслуживающие сферу туризма).

Туризм оказывает воздействие на экономику практически по всем аспектам фундаментального определения этой сферы жизни общества. В экономическом отношении туризм рассматривается: 1) как определенная совокупность общественных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции; 2) часть народнохозяйственного комплекса данной страны, включающая определенные отраслевые виды производства и экономической деятельности; 3) экономическая наука, изучающая туризм как отрасль хозяйства страны или региона (экономика туризма); 4) общественная наука, изучающая поведение в сферах производства туристского продукта, его потребления, распределения и обмена. Экономисты анализируют процессы, происходящие в этих сферах, прогнозируют их последствия для физических лиц, организаций и общества в целом; 5) современная экономическая теория, изучающая поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях туристской экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления туристских услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, фирмы и общества в целом.

С точки зрения фундаментальной экономики туризм представляет собой экономический комплекс, развитие которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, нежели имманентными (внутренними) причинами. Но туризм также и важнейший катализатор экономического роста многих быстро развивающихся стран, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг. Другими словами, если туристы не только вывозят часть заработанных в других производствах средств, но и создают в других странах новые рабочие места.

Современный туризм как экономическое явление:

1. Имеет индустриальную форму;
2. Выступает в виде туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться;
3. Создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и катализатором ускоренного развития национальной экономики;
4. Выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся на туризме;
5. Является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения;
6. Характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;
7. Выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы;

8. Совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность и создают ту разность потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию.

Узбекистан, несмотря на высокий туристский потенциал, в настоящее время занимает незначительное место на мировом туристском рынке. По оценкам экспертов потенциальные возможности Узбекистана позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры принимать значительно больше иностранных туристов в год. Однако, на сегодняшний день, количество приезжающих в Узбекистан иностранных гостей с туристскими, деловыми и частными целям, не соответствует его туристскому потенциалу [1, с. 74].

Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями. Растущий уровень жизни в развитых индустриальных странах мира ведет к росту продолжительности отпусков работников и достаточно высокому уровню пенсионного обеспечения, что также оказывает значительное влияние на развитие туризма. Спрос на путешествия и туризм определяется одновременно и рыночными механизмами (спросом на туристские, экскурсионные и другие услуги, предложением этих услуг и их распределением), и экзогенными переменными, т.е. факторами, не связанными непосредственно с туризмом и путешествиями, но оказывающими существенное влияние на степень и форму спроса на туристскую деятельность. Экзогенные факторы включают демографические и социальные изменения, экономические и правовые достижения, развитие торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий и повышение безопасности путешествий.

К демографическим и социальным изменениям относятся: старение населения, более ранний выход на пенсию с достаточным пенсионным обеспечением, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, семей с двумя работающими членами семьи, тенденция к более поздним бракам, рост числа бездетных семей, увеличивающийся срок оплачиваемого отпуска, лучшее понимание возможностей путешествия и забота об окружающей среде. Таким образом, изменения, происходящие в демографической структуре и социальных моделях общества, приводят к тому, что все большее количество людей в мире имеют время, желание и финансовые возможности для путешествий.

В практике туристской деятельности различают страны – поставщики туристов (направляющие страны) и страны, как правило, принимающие туристов. К первым могут быть отнесены: США, Германия, Англия, Бельгия, Дания и др. Ко вторым – Франция, США, Испания, Италия, Венгрия и др. Статистика ВТО показывает, что за последнее время международные путешествия и доходы от них выросли во всех регионах мира. Эксперты ВТО указывают на то, что существует четкая связь между

тенденциями развития туризма и общим состоянием экономики в стране. Динамика путешествий очень чувствительна к тому, находится ли экономика на подъеме или идет на спад. Анализ туристского рынка в каждом туристском регионе мира освещает историю развития, текущее состояние и будущее мирового туристского сектора и преследует основные цели: идентифицировать те регионы, где международный туризм возрастает, и те, где он снижается; объяснить причины больших различий в географическом распределении числа туристов и доходов от них и динамику этих различий; идентифицировать страны, где международный туризм имеет большой потенциал для превращения в важный элемент экономического развития.

Географическое сосредоточение международных туристских обменов соответствует географической концентрации торговли, однако имеет два важных отличия. Во-первых, страны с положительным балансом по поступлениям от туризма, например США, Испания, Португалия, Греция, часто имеют отрицательный баланс в торговле. Страны с отрицательным балансом по туристским обменам имеют положительный торговый баланс, например Германия, Япония. Во-вторых, обмен туристскими услугами между индустриальными странами с аналогичными образцами спроса не обязательно является обменом продуктами подобных типов, как в торговле товарами. Действительно, обмен товарами между индустриальными странами является, прежде всего, обменом продуктами одной и той же категории, например торговля автомобилями между США и Японией или продуктами питания между европейскими странами. Это так называемая внутриотраслевая торговля. В туризме обмен подобными продуктами также существует, например, в секторе культурного туризма, но в меньших размерах. Как правило, происходят обмены традиционными видами туризма. Например, жители северных стран Европы в основном проводят отпуск на курортах стран Средиземноморья, а жители южных теплых стран отдают предпочтение отдыху на горнолыжных курортах. Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма охватывает большую часть мировой экономики. Многие развитые страны считают туризм и сферу услуг приоритетным направлением своего экономического развития, поскольку данная отрасль очень привлекательна в инвестиционном плане. Далее она способствует развитию инфраструктуры региона или страны, притоку валютных средств. Пример целевых программ по развитию туризма в Узбекистане показывает прямой эффект от их реализации: а именно строительство гостиниц, ресторанов, горнолыжных комплексов, дорог и т.д. Но сама реализация данных программ требует вложений в другие отрасли народного хозяйства: строительство, обрабатывающая промышленность. Мультипликативный эффект от реализации данных программ подразумевает вовлечение в этот вид различных субъектов предпринимательства (рекламные агентства, предприятия торговли, общественного питания, развлекательные учреждения, транспортные фирмы), что обеспечивает приток денег в местные, региональные и федеральные бюджеты. Таким образом, международный

туризм будет продолжать свое развитие, несмотря на риск экономического спада, так как туристский спрос имеет свои собственные детерминанты. Неоспорим и тот факт, что международное неравенство в секторе туризма значительно. Для достижения равнозначного успеха в мире новые подходы поощрения развития туризма должны базироваться на международной кооперации. Следовательно, международная кооперация и соглашения между ключевыми компонентами туризма (гостиницы, транспорт, туристские фирмы) должны гарантировать будущее развитие индустрии. Туризм – как вид социально-культурной деятельности и как индустрия, производящая услуги, необходимые для удовлетворения потребностей, возникающих в процессе путешествий, представляет собой важнейшую сферу экономики, дальнейшее развитие и совершенствование которой будет способствовать увеличению доходов государства.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма: учебное пособие / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др. - М.: Кнорус, 2010. С. -576.
2. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов. - М.: Издательский центр «Академия», 2009. - 288 с. 2. Скороходов А.В. Международный туризм: учеб. пособие. - М.: Инфа - М, 2007. С.-321.
3. G'ayratovna, S. S., & Vaxodirovich, S. I. (2023). Measures for Further Development of Tourism Authority Organized in Tashkent Region. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 2(10), 134-137.
4. Polatova, T. D. (2023). Eschatology as a religious-mythological phenomenon in philosophy and literature. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 11(4), 590-594.
5. Скороходов А.В. Международный туризм: учеб. пособие. - М.: Инфа - М, 2007. С -321.