

Библиографический список

1. Экономика черной металлургии СССР. Учеб. / Под. ред. Н.П. Банного. – М.: Металлургия, 1971. – 744 с.
2. Тростянский С.Н. Сравнительный анализ методики учета основных средств согласно МСФО 16, ПБУ 6/1 и главы 22 Налогового кодекса РФ // Экономика в промышленности. 2011. № 4. С. 126–129.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС

РФ 19.07.2000) (ред. от 28.12.2010) (с изм. и доп., вступающими в силу с 04.01.2011).

4. Учет основных средств ПБУ 6/01 (в ред. Приказов Минфина РФ от 18.05.2002 № 45н, от 12.12.2005 № 147н, от 18.09.2006 № 116н, от 27.11.2006 № 156н, от 25.10.2010 № 132н).

5. Международные стандарты финансовой отчетности. Перевод полного официального текста ЕС. – М.: АСКЕРИ, 2011. – 998 с.

УДК 338.46

Туристический бизнес и платежный баланс страны

© 2012 г. Е.И. Герасимова *

Туризм представляет собой определенную социально-экономическую сферу общества. Он приобрел глобальный характер и существенно влияет на экономическую, социальную, политическую и культурную сферы многих стран мира. Туризм является высокодоходной сферой экономической деятельности, сравнимой по эффективности инвестиционных вложений с автомобилестроением, нефтегазодобывающей и перерабатывающей отраслями промышленности. На его долю приходится примерно 30 % мировой торговли услугами, около 7 % мировых капиталовложений и 10,5 % мирового ВВП [1].

По данным Всемирного совета туризма и путешествий, оборот мировой туристской индустрии в 2010 году составил 5,8 трлн долл. Суммарные вложения в сферу туризма в 2010 г. оценивались в 1,2 трлн долл., что составляет 9,2 % инвестиций в экономику всех стран.

В 2010 г. во всем мире наблюдалась высокая туристическая активность – число международных туристских прибытий по сравнению с 2009 г. возросло на 6,7 % и составило 935 млн. Такой рост более чем компенсирует замедление, вызванное экономическим спадом, причем предыдущий рекордный показатель прибытий 2008 г. был превышен на 22 млн [2].

Индустрия туризма в 2010 г. создала во всем мире более 235 млн рабочих мест, что составило 8,2 % от общего количества рабочих мест, обеспечив, таким образом, каждое 12 рабочее место.

По прогнозам Всемирного совета по туризму и путешествиям, к 2020 г. вклад туризма в мировой ВВП составит 9,6 %, обеспечивая каждое 11 рабочее

место. При этом на долю туризма будет приходиться 5,2 % мировых потребительских ресурсов и 9,4 % общего объема инвестиций [3].

Понимание содержания туризма как «совокупности социально-экономических отношений, обусловленных производством, распределением, обменом и потреблением услуг, удовлетворяющих специфические потребности с целью восстановления и развития физических и духовных сил индивидуума в процессе добровольного передвижения вне постоянного места жительства» нашло наибольшее распространение в советской политической экономии и практике туризма [4].

Туризм характеризуется неравномерностью темпов роста, а также территориальной избирательностью, которая проявляется в различном его влиянии на экономику как стран в целом, так и отдельных регионов внутри стран. Для ряда развивающихся стран, особенно малых островных государств, туристская индустрия стала главной отраслью хозяйства или, по крайней мере, главным источником поступления иностранной валюты.

Современному туризму как экономическому явлению присущи следующие качества:

- индустриальная форма;
- он выступает в виде турпродукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться;
- создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и катализатором ускоренного развития национальной экономики;
- является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения;
- характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций;

* Аспирантка Московского городского университета управления Правительства Москвы.

– возникает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы;

– совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность создают ту разность потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребность людей к познанию и перемене мест своего пребывания.

Зарождение основных туристских потоков происходит в экономически развитых странах Европы, Северной Америки, а также Азиатско-Тихоокеанского региона, характеризующихся высоким уровнем жизни населения и диверсифицированной инфраструктурой путешествий. На постиндустриальные страны приходится 57 % всех туристских прибытий, на развивающиеся страны – 30 % и на страны с переходной экономикой – 13 % [5]. Однако во многих странах с формирующейся рыночной экономикой в последние десятилетия наблюдался быстрый экономический подъем и рост личного дохода. Особенно это заметно в Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии, Центрально-Восточной Европе, на Ближнем Востоке и на юге Африки, что непременно скажется на изменении в географии туристских потоков.

С точки зрения развития международного туризма последнее десятилетие можно охарактеризовать усилением сдвига в спросе в сторону внутреннего туризма, приоритетом путешествий на недалекие расстояния, сокращением продолжительности пребывания, выбором более экономичного транспорта и размещения, что ведет к экономии расходов на международный туризм.

Экономическое значение туризма, в т.ч. международного, не ограничивается прямыми финансовыми результатами. Современное развитие туризма и производство туристских продуктов также невозможно представить обособленным, изолированным, функционирующим и развивающимся вне национальной экономики. В реальной хозяйственной жизни оно базируется на межотраслевой производственной кооперации, связывающей туризм и сопряженные с ним отрасли экономики. Транспорт, сельское хозяйство, строительство, которые, с одной стороны, поставляют туризму необходимые средства и технические условия производства, т.е. формируют материально-техническую базу туризма, с другой – доводят всевозможные туристические продукты до потребителя.

Туризм как торговлю услугами на мировом рынке можно назвать «невидимым экспортом», вносящим соответствующий вклад в платежный баланс страны. Положительным явлением считается, когда сумма ввоза туристами валюты превышает сумму ее вывоза [6].

ВТО провела классификацию стран по положению туризма в их платежном балансе, т.е. по поступлениям от международного туризма и платежам резидентов страны для осуществления путешествий.

Поступления и расходы, связанные с потоком капиталов, затраты на импорт товаров и услуг, предназначенных для потребления туристами, и платежи от инвестиций и работы за рубежом были исключены из баланса. Баланс текущего туристского счета отражает экономическую ситуацию страны, он может быть как положительным, так и отрицательным.

Текущий туристский баланс, как правило, положительный в странах Средиземноморья, таких как Франция, Италия, Испания, Кипр, Мальта, а также Австрия и Швейцария, характеризующихся наличием условий для зимнего туризма. Из развивающихся стран к ним можно отнести, например, Тунис, Таиланд, Мексику, страны Карибского бассейна и ряд других.

Отрицательный текущий туристский баланс в основном присущ индустриальным странам, например скандинавским государствам, Германии, Канаде и нефтедобывающим странам Персидского залива.

В большинстве развивающихся стран ситуация крайне неблагоприятная. Они имеют отрицательный туристский баланс из-за того, что не обладают необходимой инфраструктурой для привлечения туристов из других стран и часто обязаны импортировать многие продукты, потребительские товары и оборудование для создания и поддержки инфраструктуры. Кроме того, они платят из валютных выручек от туризма проценты за кредиты, а также заработную плату иностранному персоналу, который помогает управлять фирмами. Часть денег уходит в виде репатрированной прибыли транснациональным корпорациям и др. Средства от туристической индустрии влияют на суммарный баланс экономической деятельности государства и должны тщательно анализироваться для точного определения воздействия туризма на платежный баланс и на всю экономику в целом [7].

Усилия по привлечению иностранных туристов в Россию имеют влияние на ситуацию платежного баланса. Так, например, по расчетам НИИ статистики Госкомстата России, доходы бюджета от деятельности организаций, непосредственно связанных с обслуживанием туристов, составляют около 12 %. Фирмы, обслуживающие туристов из-за рубежа, стимулируют продажу сопутствующих товаров, материально помогая национальной экономике.

Прямое влияние туризма на экономику страны или региона – это результат расходов туриста на покупку услуг и товаров туризма. Прямое влияние понимается как результат вклада денег туристами в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест.

Расходы туристов повышают доход туристского региона, что, в свою очередь, ведет к цепочке «расходы – доходы – расходы» и т. д. до тех пор, пока эти связи не замыкают цепочку. Таким образом, влияние первичного дохода вследствие туристских расходов сложно переоценить, так как с ним связаны последующие циклы туристских вложений.

Кроме прямого влияния туристских расходов на развитие региона, существует также косвенное влияние, или «эффект мультипликатора»¹, который вступает в силу по мере циркуляции туристских расходов в регионе.

Деньги туристов начинают полностью работать на экономику региона, когда туристская фирма покупает местные (региональные) товары и услуги. Продавцы этих товаров и услуг, получив деньги от туристов, выплачивают из них заработную плату своим работникам, которые, в свою очередь, тратят их на покупку товаров, оплату услуг и т.д. Однако если работники, получив зарплату, тратят ее на приобретение импортных товаров или отдых за рубежом, то цикл замыкается и происходит утечка денежных средств из региона.

Сочетание прямого и косвенного влияния расходов туристов определяет воздействие туристического бизнеса на местную экономику в целом. Обычно не весь доход, полученный в каждом цикле расходов туристов, бывает потрачен. Некоторая часть его откладывается, а другая тратится за пределами данного региона. Чем больше потрачено в пределах региона, тем больше эффект мультипликатора. Способность удерживать туристский доход в пределах региона зависит от экономической замкнутости района и самостоятельности местной экономики. Если местная экономика способна производить товары и услуги, которые пользуются спросом у туристов, то эффект мультипликатора будет очень значителен. Чем больше товаров импортируется из других регионов, тем меньше эффект мультипликатора.

Таким образом, можно сделать вывод, что для получения максимальной экономической выгоды от туристских расходов необходимо вкладывать как можно больше средств, полученных от туристского бизнеса, в местную экономику путем покупки

национальных товаров и услуг, так как замораживание денежных средств или приобретение импорта в больших объемах не способствует промышленному развитию принимающей страны.

В России сейчас утечка достаточно велика, так как из-за упадка производственной сферы отелям, транспортным предприятиям и прочим поставщикам туристской отрасли приходится закупать оборудование и некоторые услуги у зарубежных производителей.

Наибольшее положительное влияние туризма на экономику государства происходит в том случае, когда туризм в стране развивается всесторонне, т.е. не превращает экономику страны в экономику услуг. Другими словами, туризм в стране должен развиваться параллельно и во взаимосвязи с другими отраслями социально-экономического комплекса.

Библиографический список

1. URL: <http://milanaspres.wordpress.com>.
2. URL: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>.
3. URL: http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Policy_Research/Annual_Reports,_Progress_and_Priorities/.
4. Байназаров Ю.К. Статистические методы оценки деятельности туристских предприятий (объединений) и повышение их роли в условиях полного хозяйственного расчета. – М.: ЦРИБ «Турист», 1989. – 85 с.
5. Максаковский В.П. Географическая картина мира, 4-е изд., испр. и доп. – М.: Дрофа, Кн.1 – 2008, 495 с.; Кн.2 – 2009, 480 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
7. Боголюбов В.С. Экономика туризма. – М.: Академия, 2005. – 311 с.

¹ Понятие «мультипликатор» (от лат. *multiplicator* – умножающий) было введено в экономическую науку в 1931 г. английским экономистом Ричардом Каном.