

УДК 338.48:379.85

И.С. КАБИРОВ,
старший преподаватель

Чистопольский филиал Института экономики, управления и права (г. Казань)

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

В статье рассмотрены теоретические аспекты оценки влияния туризма на экономику страны, для чего автор выделил основные мультипликаторы, позволяющие сделать эту оценку комплексной.

В настоящее время туризм представляет собой сложное массовое явление, которое влияет на экономику многих стран и регионов. Актуальность тематики обусловлена тем, что туризм является высокодоходной и динамичной отраслью современной мировой экономики. Существует множество различных определений туризма, но до сих пор в научной литературе отсутствует однозначное его определение. Однако, несмотря на различие формулировок, все авторы включают в понятие "туризм" такие элементы, как туристские потребности и мотивации, особенности поведения туристов, их пребывание вне постоянного местожительства, деятельность организаций-посредников, отношения, связи, складывающиеся между туристами и производителями товаров и услуг.

Обобщая множество определений понятия туризма, мы предлагаем следующее.

Туризм – это сложная социально-экономическая система, которая состоит из ряда взаимосвязанных компонентов: во-первых, это граждане (туристы), совершающие временные выезды (путешествия) с постоянного места жительства, не превышающего 12 месяцев подряд, в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, и иных целях с возможностью занятия оплачиваемой деятельностью, при которой денежные средства остаются в стране (месте) временного пребывания; во-вторых, это организаторы-посредники, которые занимаются туроператорской и турагентской деятельностью; в-третьих, это совокупность взаимоотношений (явлений, связей), возникающих во вре-

мя поездки и пребывания людей в местах, не являющихся местами их постоянного или длительного проживания; в-четвертых, это инфраструктура туризма, включающая в себя места показов, средства транспорта, объекты развлечения, размещения и обслуживания туристов и т.д.

Авторская концепция определения туризма представлена на рис. 1.

Туризм оказывает прямое и косвенное влияние на экономику страны. Прямое воздействие выражается в виде увеличения дохода страны за счет прямых расходов туристов. Потраченные денежные средства туриста, или же расходы туриста, вкладываются в индустрию (инфраструктуру) страны, обеспечивая тем самым занятость

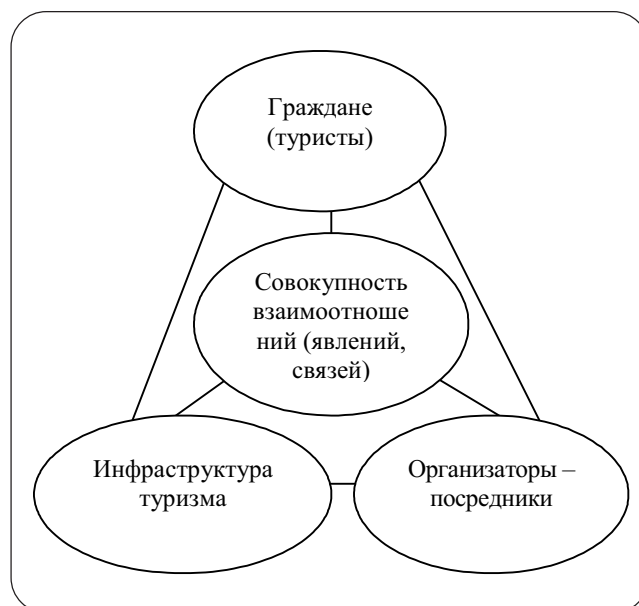


Рис. 1. Обобщенная концепция понятия туризм

населения, пополнение бюджета налогами, иными словами, увеличение дохода не только туристских организаций, но принимающей страны в целом. В связи с этим образуется некая цепочка "расходы – доходы – расходы – ...", когда расходы туристов становятся доходами туристских организаций, которые, в свою очередь, часть своего дохода превращают в расход и т.д.

Особое внимание уделяется косвенному воздействию туризма на экономику страны ("эффект мультипликатора"). Суть этого влияния состоит в том, что туризм стимулирует развитие других (смежных) отраслей экономики. Туристская индустрия в своей деятельности пользуется услугами банков, аэропортов, вокзалов, страховых компаний и других предприятий, внося свою некую часть денежных средств в их развитие. В итоге, чем больше этих денежных

средств будет потрачено в пределах страны и останется на ее развитие, тем выше "эффект мультипликатора". И наоборот, чем меньше доля дохода будет потрачена в пределах страны и больше товаров и услуг импортировано из других стран, тем "эффект мультипликатора" ниже.

В связи с этим, определим предприятия, которые имеют прямое и косвенное отношение к туризму (рис. 2).

Понятие "мультипликатор" впервые как экономическую категорию ввел английский экономист Р. Кан в 1931 г. Мультипликатор (от лат. *multiplicator* – умножитель, умножающий) – это численный коэффициент, показывающий во сколько раз возрастает доход при данном росте инвестиций [1, с. 145]. Теорией мультипликатора занимались выдающиеся зарубежные ученые, такие как Дж. М. Кейнс [2], П. Самуэльсон [3],



Рис. 2. Предприятия, взаимодействующие прямо и косвенно с туризмом

Р. Харрод [4] и др. Научные исследования в области туристского мультипликатора содержатся в работах российских ученых: В.А. Квартально-го [5], Г.А. Папирына [6], М.А. Жуковой [7] и др.

Туристский мультипликатор представляет собой коэффициент, который отражает увеличение доходов страны в зависимости от расходов туриста. В обобщенном виде величина мультипликатора (K) определяется следующей формулой:

$$K = \frac{1}{(1 - \text{МСП})} = \frac{1}{\text{МСН}},$$

где МСП – предельная склонность к потреблению; МСН – предельная склонность к накоплению.

В.Г. Гуляев предлагает следующую математическую модель туристского дифференцированного мультипликатора [1, с. 152]:

$$K_i = \frac{\sum_{I=1}^m \sum_{i=1}^n Q(I) \times R(I, i) \times V_i \times 1}{1 - P \times \sum_{i=1}^n X(i) \times Z(i) \times V(i)},$$

где I – категория (виды) туризма: познавательный, оздоровительный, деловой и проч., $I = 1, 2, 3, \dots, n$; i – вид предприятия, для которого рассчитывается туристский мультипликатор; $i = 1, 2, 3, \dots, m$; $Q(I)$ – доля расходов производимых туристами I вида в общих расходах; $R(I, i)$ – доля расходов туристов I вида через предприятие i -го вида; $V(i)$ – прямые и косвенные доходы, генерируемые единицей расходов, совершаемых предприятием i -го вида; P – маржинальная склонность к потреблению (МСП); $X(i)$ – доля расходов местных жителей, совершаемых в рамках предприятия i -го вида в общих потребительских расходах; $Z(i)$ – доля от $X(i)$, относящаяся к конкретному региону страны.

Как видно, вышеприведенная модель построена на принципе мультипликации туристских расходов и с учетом следующих факторов:

- категорий (видов) туризма;
- разновидностей предприятий, получающих дополнительный доход;

- доли расходов, производимых туристами в общих расходах;

- доли расходов, производимых через предприятия смежных отраслей экономики;

- прямых и косвенных доходов, генерируемых единицей туристских расходов;

- расходов местных жителей и их доли в общих потребительских расходах.

Следует отметить, что расходы туристов реализуются на предприятиях туристской сферы (размещения, питания, транспортного обслуживания и др.) (рис. 3). Представим основные доходы, генерируемые туристскими расходами в рамках туристского мультипликатора [1, с. 154].

Как видно из рис. 3, расходы туристов преобразуются в доходы предприятий индустрии туризма, предприятий сопутствующих отраслей экономики (торговли, общепита, транспорта, сферы досуга и развлечений, бытового обслуживания и т.д.), а также дополнительные доходы населения региона. Эти доходы выступают дополнительной прибылью, инвестициями и выливаются в дополнительные поступления в бюджеты разных уровней в виде налогов, и других платежей; в дополнительные доходы населения за счет дополнительной заработной платы и новых рабочих мест и т.д. Однако некая часть доходов отчуждается на накопления и сбережения, на оплату товаров и услуг за пределами страны (региона) и т.д.

Автор считает целесообразным выделить следующие виды мультипликаторов:

- мультипликатор дохода, показывающий дополнительные доходы, получаемые за счет дополнительных расходов туристов;

- мультипликатор продаж, измеряющий дополнительные обороты (валовую выручку) туристских предприятий в результате увеличения расходов туристов;

- мультипликатор занятости, определяющий общее количество рабочих мест, созданных за счет увеличения расходов туристов;

- мультипликатор производства, определяющий объем дополнительного производства, полученного при увеличении расходов туристов;

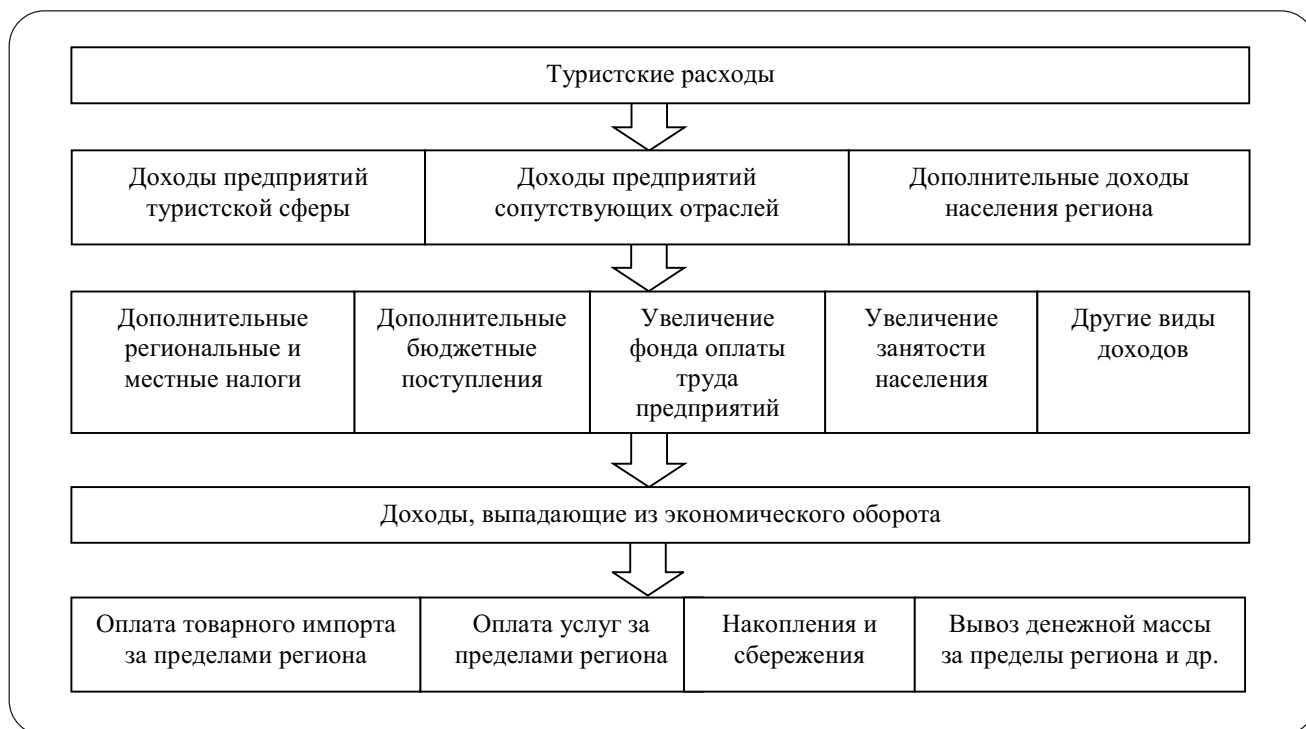


Рис. 3. Динамика оборота туристских расходов

– налоговый мультипликатор, показывающий объем налоговых поступлений в результате увеличения расходов туристов;

– инвестиционный мультипликатор, определяющий воздействие капиталовложений на суммарный доход и пр.

В заключение отметим, что с помощью мультипликатора можно оценивать влияние туризма на экономику страны (региона) по сравнению с другими отраслями экономики, а также эффективность инвестиций в туристскую отрасль и др. Однако возникают трудности при расчете некоторых мультипликаторов. К примеру, расчет мультипликатора занятости является сложным из-за широкого распространения временной и неполной занятости в туризме. Одной из основных проблем расчета мультипликатора является несовершенство туристской статистики, но в целом оценка прямого влияния туризма на развитие страны (региона) не вызывает серьезных затруднений.

Список литературы

1. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник / Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.
2. Кейнс Джон Мейнард. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / вступ. статья Н.А. Макашевой. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
3. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика; пер. с англ. – М.: "Издательство БИНОМ", 1997. – 800 с.
4. Харрод Р. Классики кейнсианства. В 2 т. Т. 1: К теории экономической динамики. – М.: Экономика, 1997. – 416 с.
5. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 208 с.
7. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.

В редакцию материал поступил 27.04.09.

Ключевые слова: туризм, экономика, мультипликатор, оборот туристских расходов, модель туристского дифференцированного мультипликатора.