



Контекст: Туризм в Европе и в мире

Ключевые слова:

туризм: определение, типы туризма, отношение к промышленности и экономике, тенденции

Туризм – это передвижение и посещение различных мест, независимо от цели. Он включает частные путешествия во время отпусков или отдыха, а также деловые путешествия.



Определение туризма

Определение Всемирной Туристической Организации (ВТО): туристы – это люди, которые "путешествуют и остаются в местах вне их обычной окружающей среды в течение не больше, чем одного года для досуга, бизнеса и других целей, не связанных с осуществлением деятельности, которая вознаграждается со стороны посещенного места". Другими словами: турист – это человек, который посещает другие места для частного интереса, или кого посылают в эти места (например, компаниями), но он не работает там. Деловые туристы могут поехать в эти места для конференции, симпозиума или дальнейшего образования. Частные туристы могут поехать туда для приключений, отдыха, образования, паломничества или других целей.



Туризм как вид экономической деятельности

Туризм может быть также определен как сфера услуг с тремя главными составляющими:



Транспорт:

обеспечение доставки людей от одного места на другое



Проживание:

предоставление людям местожительства



Услуги:

предложение товаров и персонал для выполнения пожеланий путешественников

Для определения туризма расстояние между домом туриста и посещенного места не уместны.



Важность туризма в экономике

Мы можем определить “индустрию туризма” в узком смысле – гостиницы, рестораны, кафе, бары и столовые, а так же туристические агентства и экскурсионные бюро.

Мы можем также определить “экономику туризма” в более широком смысле, включив сюда смежные сферы, типа транспорта и других отраслей, которые зависят от индустрии туризма.

В зависимости от более узкого или более широкого определения, туризм вносит 4-11 % в валовый внутренний продукт (ВВП) Европейского союза и 4-12 % к занятости людей. Поэтому туризм – важный экономический сектор.



1. Музей Естествознания в Вене: туризм является комплексной индустрией без четких границ. Музеи, памятники или зоопарки – это только несколько примеров. Иногда главная цель не в том, чтобы привлечь туристов достопримечательностями, а в том, чтобы заставить их пойти туда, и этим вносится вклад в туристическую индустрию и сервис.



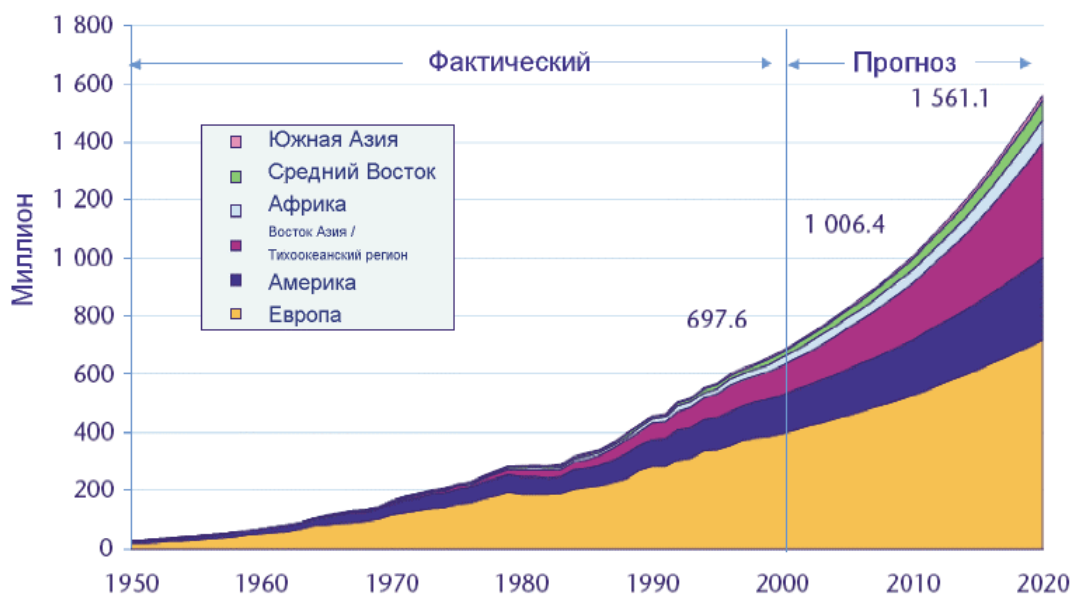
Рост туризма

Европа является самым важным туристическим местоназначением и самой важной областью в мире, генерирующей туризм. Число туристов со всего мира, прибывающих в Европу, повысилось от 25,3 миллионов в 1950 г. до 414 миллионов – в 2003 г. и может дойти до 700 миллионов и выше – в 2020 г. Определено, что приблизительно 20 % туризма подпадает под категорию деловых путешествий.

2. Человек продающий мороженное: нормальный бизнес или туристическое обслуживание?

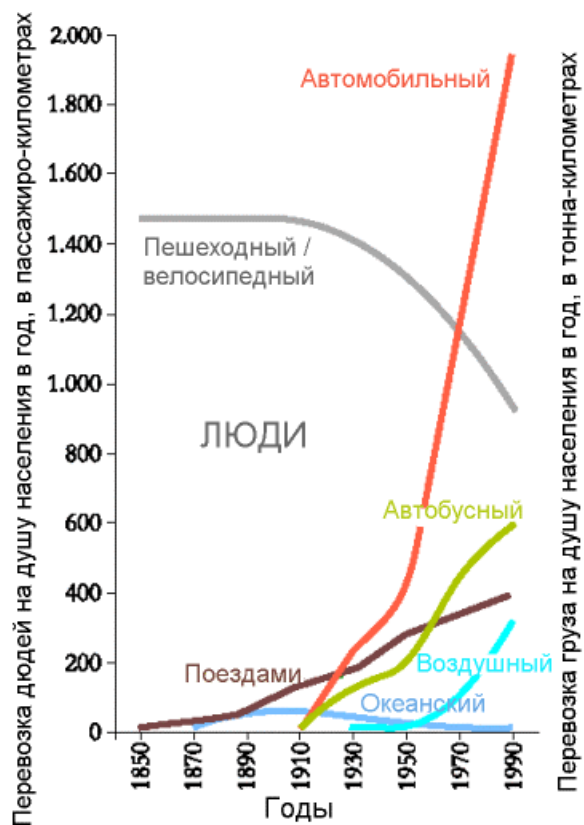
Хотя туризм всегда испытывает временные трудности, например, из-за войн (нападение террористов в 2001 г. в Нью-Йорке, война в Ираке), болезней (атипичная пневмония в Азии) или кризисов в поставке энергии (нефтяной кризис в 1970-ых), в 2010 – 2020 гг. снова ожидается экспоненциальный рост туризма по всему миру.

Международное движение туристов, 1950 - 2020



Source: WTO, *Tourism highlights edition 2003*, p. 7.

3. Международное движение туристов – фактические данные и оценки будущего. Источник: WTO.



Перевозка груза на душу населения в год, в тонна-километрах



Туризм и авиация

Авиационные технологии стали намного совершеннее за вторую мировую войну, и этот потенциал стал сейчас доступен для гражданской авиаиндустрии. Путешествия на дальние расстояния воздушным путем растут по экспоненте. В настоящее время люди путешествуют ежегодно в среднем больше на 400 км воздушным путем, чем поездом, но явно меньше, чем машинами (приблизительно 2000 км). Каковы причины этого выбора?

Выбор способа используемого транспорта – решение в планировании отпуска. Когда место назначения может быть выбрано свободно (в 80 % случаев), играют роль следующие факторы: расстояние, затраты на поездку, качество жилья и качество и разнообразность досуга на месте назначения. Рост дохода и образования увеличивает вероятность, что будет выбран более быстрый транспорт и более дальние расстояния.

4. Движение людей в мире, рассчитанное на душу населения в 1850-1990 гг. Источник: Гильберт (2001 г.).

Дешевые авиалинии значительно уменьшили стоимость поездок, принося людям больше свободы выбора мест назначения и меньшего беспокойства о цене. Влияние цены может быть явным, потому что 87 % европейцев, путешествующих в пределах Европы, начинают разговор со стоимости транспорта – это для них самый важный фактор.



5. Решение потребителя может быть проиллюстрировано шестиугольником, включающим основные компоненты.

Перспектива

В будущем можно ожидать, что туризм будет расти относительно быстро в Азии. Там быстро растет экономика. Рост требований на услуги связан с ростом доходов и, в конечном счете, он даже выше роста доходов. Это объясняет рост туризма за последние 50 лет, который может также расти и в странах, таких как Китай или Индия.

Однако это не обязательно означает, что количество межконтинентальных путешествий будет быстро расти, за счет путешествий по Азии.

Всемирная Туристическая Организация (ВТО) прогнозирует следующие тенденции для Европы:

- Число прибывающих туристов может увеличиться, но более короткое их пребывания делает более низкими тарифы на ночлег; расходы на туризм могут расти, по мере роста доходов.

% Распределение посещаемости отдельных регионов в мире



Source: WTO, Tourism 2020 vision, Volume 4, p. 35.

6. Перспектива будущего международного туризма по регионам. Источник: ВТО.

- Большие расстояния, покрываемые для прибытия в Европу, будут расти глобально с той же самой скоростью, как и внутриевропейский туризм, но скорость роста туризма за границу из Европы удвоится.

Привлекательность Европы как место назначения в мире не будет уменьшаться, но европейские туристы станут больше интересоваться другими областями мира и, почти наверняка, достигать их будут самолетами.

Автор: Элмар Ухерек. Институт Химии Макса Планка, Майнц.

© ACCENT 2006 | www.accent-network.org