

Секция «Глобалистика и геополитика»

Глобализация международного туризма. "За" и "Против".

Жжижанова Юлия Николаевна

Аспирант

Институт Латинской Америки РАН, мировая экономика, Люберцы, Россия

E-mail: yulia.zhizhanova@gmail.com

Процесс глобализации – всемирной политической, экономической и культурной интеграции – за последние десятилетия достиг огромных масштабов. Сейчас мы можем смело утверждать, что глобализация влияет на различные сферы человеческой жизни – начиная с политических отношений и движений капитала, и заканчивая культурной интеграцией и изменением сознания в мировом масштабе. Туризм – один из процессов, созданных глобализацией, превратившийся за последние десятилетия в бурно развивающуюся индустрию.

Сегодня туристская индустрия охватила не только Европу, которая является традиционным туристским центром, но и страны Америки, Африки, Азии и Австралии. Всего туристские услуги предлагают около 150 стран, каждая из которых имеет свой характерный образ и может положительно влиять на все более разнообразный спрос и мотивацию поездок туристов. В 2011 году в мире насчитывалось 980 миллионов туристов, по прогнозам ЮНВТО (Всемирной Организации по Туризму), в 2012 году их число возрастёт до 1 млрд. человек, а к 2030 году – 1,8 млрд. человек.

Кроме того, туризм уже давно является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей для мирового сообщества, приносящей около 9% мирового ВВП и предоставляющей 260 миллионов рабочих мест по всему миру.

Однако, несмотря на подобные благоприятные показатели, вопрос о положительном влиянии глобализации на сектор туризма до сих пор остаётся спорным. Зачастую из-за того, что политика государств, направленная на глобализационные процессы, не учитывает интересы и потребности важных экономических секторов, к которым относится и туризм.

Что же положительное привнесла глобализация в сферу туризма? Возможность применения новейших информационных и телекоммуникационных технологий в сфере услуг, которые способствуют повышению эффективности и совершенствованию работы компаний, улучшению обслуживания клиентов (например, в настоящее время всё больше развивается торговля услугами в онлайн-режиме). Также глобализация повлияла и на факторы спроса и предложения. Основные факторы предложения: значительное снижение стоимости авиабилетов и предоставление возможности для туристов совершать малобюджетные путешествия. К факторам спроса можно отнести опыт и знания туристов (наряду с имеющимися у них доходами), полученных благодаря глобализационным процессам.

Также в последнее время для сферы туризма характерно создание транснациональных компаний, внедрение промышленных компаний, банков, ассоциаций и объединений. Подобные процессы дают «зелёный свет» для развития крупных туристических компаний, но в это же время, приводят к обострению конкуренции и создают неблагоприятные условия для деятельности средних и мелких фирм.

Видимые положительные эффекты от туризма подталкивают развивающиеся страны (в первую очередь, из-за финансовых задолженностей и ужесточения условий торговли), на развитие и продвижение туризма в своей стране, для привлечения иностранных инвестиций и увеличения валютных резервов. В настоящее время денежные средства для развития индустрии туризма по всему миру выделяются такими организациями, как Всемирный Банк, ООН, Всемирный совет деловых путешествий и туризма и т.д. Но подобные благоприятные условия, по оценкам ООН, могут привести к неконтролируемому развитию отрасли, и в свою очередь, к серьезным экологическим и социальным проблемам во многих развивающихся странах. И данные опасения не беспочвенны.

Чрезмерная стандартизация характеристик потребления и моделей предложения услуг в целом ряде стран оказывает отрицательное влияние на местную культуру. Поэтому тенденциям к интернационализации и унификации противостоят тенденции сохранения уникальности и национальной самобытности. А сохранение экологии – одна из ключевых целей в развитии туризма на сегодня.

Подводя итоги моего тезиса, я бы хотела указать на долговременность и необратимость глобализационных процессов. Это означает, что влияние глобализации на туризм будет иметь место в долгосрочной перспективе. И, на мой взгляд, подобное влияние стоит рассматривать не как угрозу, а как огромную возможность для дальнейшего развития туризма во всём мире – развития, которого ещё несколько десятилетий назад трудно было себе вообразить.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М. Аспект Пресс, 2002
2. Саломон К. Культурная экспансия и экономическая глобализация. Мировая экономика и международные отношения. 2000. 1. С. 114
3. Frink, D. (2009). Globalization in the Hospitality Industry. Consortium Journal Of Hospitality & Tourism, 13(2), 79-88.
4. Доклад Всемирного совета деловых путешествий и туризма (World Tourism and Travel Council) за 2011 год.
5. Сайт Всемирной организации по туризму Unwto.org
6. Ассоциация Туроператоров России сайт- [http:// www. atorus. Ru /ator/about.html](http://www.atorus.Ru/ator/about.html) аналитика.