

10. Konwar J., Barnan A. Competencies for Globalised Management Era: Convergence and Divergence of Contents and Constructs // Available at SSRN 2009345. – 2012. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2009345 Дата обращения: 15.02.2013.
11. McNally, B., Parry, K. Global managers? Meeting the Transnational Challenge: An Investigation into the Development of Transnational Competencies in the New Zealand Finance Sector // Asia Pacific Journal of Human Resources. – 2000. – С. 84-101.
12. Morrison A.J. Developing a Global Leadership Model // Human Resource Management. – №39 (2/3). – С. 117-131.
13. Peterson M.J. Cultural Competence in a Transnational Workplace // International Dimensions of Ethics Education in Science and Engineering. Available at www.umass.edu/sts/ethics. – 2009.
14. Андреева Е. Л. Влияние информации и знаний на новые формы организации бизнеса // Информационная экономика и динамика переходных процессов: сб. науч. трудов. – Москва-Барнаул: Изд-во Бизнес-Юнитек. 2003.
15. Сурма И.В. Проблема соотношения компетенций в современных корпоративных стратегиях ТНК // Государственное управление. Электронный вестник. – Выпуск № 28. – Сентябрь 2001 г. – С. 1-7.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

*Н.Ф. Сивцова, И.О. Медведева
г. Белгород, Россия*

На сегодняшний день нет единой трактовки туризма. Во-первых, под туризмом понимают временное перемещение людей на определённый промежуток времени из мест, где они обычно проживают и работают, в другие места. Под «временным перемещением» условно принято понимать период времени до одного года. Во-вторых, согласно международной статистике к иностранным туристам относятся лица, посещающие другую страну (как минимум с одним ночлегом) с любой целью, кроме профессиональной деятельности, оплачиваемой в этой стране.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» гласит, что «туризм – это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, спортивных, религиозных, профессионально-деловых и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [1].

В современных условиях туризм представляет собой одну из наиболее развитых областей мирового хозяйства, форм внешнеэкономической деятельности. Значение туризма в мире постоянно возрастает, что связано с возросшим влиянием туризма на экономику отдельной страны. Одна из особенностей международного туризма состоит в том, что он носит экономический характер и раскрывается через влияние, какое международный туризм оказывает на платёжные балансы страны. Иностранцы туристы, оплачивая товары, услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет страны и тем самым активизируют её платёжный баланс. Поэтому приезд иностранных туристов получил название активного туризма. Напротив, выезд туристов сопряжен с оттоком национальной денежной валюты из страны их постоянного проживания. Международные платежи по туристским операциям такого рода фиксируются в пассив платёжного баланса страны – поставщика туристов, а сам туризм именуется пассивным.

В экономике отдельной страны международный туризм выполняет ряд важных функций:

1. Международный туризм – источник валютных поступлений для страны и средство для обеспечения занятости.
2. Международный туризм расширяет вклады в платёжный баланс и ВВП страны.
3. Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма.
4. Ростом занятости в сфере туризма растут доходы населения и повышается уровень благосостояния нации [2, с. 49].

Туристский рынок – это, прежде всего рынок услуг, ведь именно услуги выступают основным предметом обмена и составляют 80% всего объема продаж на развитых туристских рынках.

Под туристской услугой понимается совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка.

Туристические услуги, предложенные на мировом рынке разнообразны. К ним относятся услуги:

- 1) по размещению туристов (в отелях, мотелях, пансионатах, кемпингах и др.);
- 2) по перемещению туристов к стране назначения и по стране разными видами пассажирского транспорта;
- 3) по обеспечению туристов питанием (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, пансионатах);
- 4) направленные на удовлетворение культурных потребностей туристов (посещение театров, музеев, естественных и исторических заповедников, фестивалей и др.);
- 5) направленные на удовлетворение деловых интересов туристов (участие в конгрессах, симпозиумах, научных конференциях, ярмарках и выставках);
- 6) услуги торговых предприятий (продажа сувениров, подарков, открыток и т.п.);
- 7) по оформлению документации (паспорта, визы и др.)

К концу XX в. туризм занял лидирующее место в международных внешнеэкономических связях, стал оказывать серьезное воздействие на развитие экономики отдельных стран и мирового хозяйства в целом, возросло его влияние на формирование валового внутреннего продукта (ВВП). В настоящее время туризм является мощной мировой индустрией, занимающей до 10 % мирового валового продукта, где задействованы огромные массы служащих, основные средства производства, крупные капиталы. Можно сказать, что туризм – это и серьезная политика глобального уровня.

Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики. В мировой экспортной категории туризм занимает четвертое место после топлива, химической продукции и продуктов питания, а в большинстве развивающихся стран – первое место.

Один миллиард туристов путешествовал в мире в 2012 году, что стало новым рекордом для международного туризма – сектора, на который приходится одно из каждых 12 рабочих мест и 30% экспорта услуг в мире. В символическую дату прибытия миллиардного туриста (13 декабря 2012 г.), ЮНВТО показала, какие практические действия туристы могут предпринимать для обеспечения того, чтобы их поездки приносили принятую голосованием общественности пользу посещаемым ими людям и местам [2, с. 24].

В 2012 году, вопреки неопределенной ситуации в мировой экономике, продолжался рост международного туризма, благодаря чему и достигнуто свыше одного миллиарда международных туристских прибытий. Эта цифра упрочивает позицию туризма как одного из крупнейших в мире экономических секторов, на который приходится 9% мирового ВВП (прямое, косвенное и индуцированное воздействие), одно из каждых 12 рабочих мест и вплоть до 45% экспорта наименее развитых стран (НРС).

С начала нового столетия наблюдается значительный рост доходов от туризма в мировой торговле услугами.

Лидирующая позиция принадлежит Европе, принадлежит самая большая доля доходов от международного туризма в абсолютных цифрах (45%), достигшая в 2012 году 463 млрд дол. (333 млрд евро), вслед за ней идут Азиатско-тихоокеанский регион (28%, или 289 млрд дол. /208 млрд евро) и Америка (19%, или 199 млрд дол. /143 млрд евро). Ближний Восток (с долей в 4%) заработал 46 млрд дол. (33 млрд евро), Африка (3%) – 33 млрд дол. (23 млрд евро).

Доходы от туризма в России в настоящее время составляют 5,9 % всего ВВП, что означает примерно 106 млрд дол. в год, — гораздо больше, чем дают автомобильная и химическая промышленность, составляющие, соответственно, 4,8 % и 3,3 % ВВП. Каждый миллион долларов, потраченный туристами в России, оборачивается полутора миллионами долларов российского ВВП, из них на розничную и оптовую торговлю приходится 187 000 дол. Кроме того, каждый миллион создаёт 53 рабочих места, что значительно больше традиционных секторов экономики вроде финансового (35 рабочих места) и химического (26 рабочих мест).

Подводя итог, можно смело сказать о том, что международный туризм является успешно формой международного бизнеса, который способствует развитию стран и регионов, а также дает возможность создания столь необходимых рабочих мест.

Литература

1. «Об основах туристской деятельности в РФ» [Электронный ресурс] : федер. закон от 27.12.2009 N 365-ФЗ; в ред. от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>

2. Воронкова, О. Н. Международный туризм: политика развития [Текст]: учебное пособие для вузов / О. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова – М.: «Экономистъ», 2011. – 49 с.

3. Проурзин Л.Ю. Туризм как экономический приоритет [Текст]: учебно-практическое пособие для вузов / Л. Ю. Проурзин Л. Ю.: Новый век, 2010. -24 с.

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ ЦЕПИ В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НЕОБХОДИМОСТЬ ИХ РЕШЕНИЯ

Д.К.Тарифьян

Н. рук.: С.А. Суркова

г. Курган, Россия

Международный гостиничный бизнес прошел сложный длительный путь развития, и его роль в национальной и мировой экономике неуклонно возрастает.

Международный гостиничный бизнес может играть важную роль в решении проблем интегрирования отечественной экономики в мировую, инвестирования в реальный сектор экономики, способствуя ее структурной перестройке, что в настоящее время имеет исключительное значение для России, в которой, несмотря на большой рекреационный потенциал и приток иностранных туристов, гостиничная индустрия пока далека от международных стандартов. Особую актуальность данной теме придает то обстоятельство, что Россия вступила в ВТО, членство в которой ставит национальный гостиничный бизнес в совершенно новые условия. При этом на первый план выходит освоение опыта и технологий международного гостиничного бизнеса, накопленного транснациональными гостиничными цепями (ТГЦ).

Транснациональными компаниями (корпорациями) называются международно-оперирующие фирмы, которые имеют подразделения в двух и более странах и управляют этими подразделениями на основе такой системы принятия решений, которая позволяет им проводить согласованную политику и общую стратегию, распределяя между собой ресурсы, технологию, ответственность для достижения наивысшего результата. Как показывает опыт, массовое развитие международного гостиничного бизнеса приобретает только с усилением процессов глобализации мировой экономики (в последние 20-25 лет), проявившееся в появлении и расширении присутствия международных гостиничных цепей (ТГЦ) в различных регионах мира. Сегодня транснациональные компании (ТНК, применительно к гостиничной сфере – ТГЦ) контролируют оказание услуг по всему миру. Такие гостиницы как «Холидей Инн», «Хаятт», «Хилтон» или «Мериотт» можно встретить практически во всех столицах мира [1, с.8-9]. По данным Всемирной туристической организации, всего в мире действуют 16 млн гостиниц, причем 20 % из них относятся к гостиничным цепям. Цепь, как показывает зарубежная практика, — наиболее эффективный способ ведения хозяйства в гостиничном бизнесе [3].