

**УДК 33****Туризм как сегмент экономики. Опыт стран Европы и Азии****Сулейманов Дени Магомедович**

Магистрант,  
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,  
364034, Российская Федерация, Грозный, ул. А. Шерипова, 32;  
e-mail: deni\_suleymanov@list.ru

**Халиев Магомед Саид-Усманович**

Старший преподаватель,  
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,  
364034, Российская Федерация, Грозный, ул. А. Шерипова, 32;  
e-mail: khaliev@mail.ru

**Токмакова Рузана Азиковна**

Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры менеджмента и маркетинга,  
Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 360004,  
Российская Федерация, Нальчик, ул. Чернышевского, 173;  
e-mail: deni\_suleymanov@list.ru

**Аннотация**

Туризм является неотъемлемой частью эффективной и здоровой экономики любой страны. Это тот сектор экономики, который напрямую влияет на другие отрасли экономики, стимулирует рост, обеспечивает занятость населения. Разные страны используют разные инструменты формирования имиджа территорий, инфраструктуры, а также получают от наработанного туристического потенциала различные преимущества. Данная статья представляет собой анализ влияния сферы туризма на другие сферы экономики страны.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Сулейманов Д.М., Халиев М.С.-У., Токмакова Р.А. Туризм как сегмент экономики. Опыт стран Европы и Азии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 8А. С. 209-213.

**Ключевые слова**

Туризм, развитие туризма, экономическое развитие, инфраструктура туризма, туристические направления, туристический потенциал, внутренний туризм, религиозный туризм, туристический маркетинг, бренд-формирование территории.

## Введение

С древних времен человек так или иначе был вовлечен в туризм. В Древнем Египте это было паломничество к храмам и пирамидам, в Древней Греции – Олимпийские игры, Дельфийский оракул, в Древнем Риме – развитая сеть дорог, культурная инфраструктура, амфитеатры и развлечения, которые способствовали развитию туризма.

В наши дни особое значение для экономики страны имеет наличие туристического потенциала. Его наличие зависит от совокупности факторов, которые можно разделить на несколько групп:

1. Природные факторы: климат, наличие ресурсов, географическое положение.

2. Социально-экономические факторы: обеспеченность развитой инфраструктурой, высокий уровень безопасности, общая экономическая развитость, наличие квалифицированного персонала в сфере туризма и услуг.

3. Культурно-исторические факторы: культурное наследие, богатая история, традиции и обычаи, общество в целом, его нормы, уровень жизни и отношение к туристам.

Политические факторы: политическая безопасность, удобная визовая политика, «открытость» страны, отсутствие военных конфликтов.

Успешным можно считать туристический потенциал той страны, в которой реализуются большинство ключевых факторов в соответствии с потребностями и ожиданиями потенциальных туристов [Воронцов, Ильина, 2017]. Важно учесть, что потребности могут меняться с течением времени, а органы власти в сфере туризма и представители туристского сообщества должны вовремя подстроиться под тренды и изменить фокус.

## Основная часть

Крупные страны мира позиционируют себя в туризме, делая акцент на своих уникальных особенностях. Например, Франция делает акцент на истории и культуре, привлекая рекордное количество туристов и зарабатывая на туризме больше каждой европейской страны. В США ездят из-за социально-культурных и политических особенностей. В Китай – ради культуры. Другой пример – Россия, в которую также приезжает большое количество туристов, любящих природу, особенности географии, самобытную культуру и своеобразие экономического развития России. В то же время, согласно подсчетам Ассоциации туроператоров (АТОР), за январь – сентябрь 2023 года из России в зарубежные страны было совершено свыше 11 миллионов поездок, преимущественно в Турцию, Абхазию, ОАЭ, Таиланд, Египет и Китай. Данный фактор свидетельствует о том, что есть пространство для улучшения внутреннего туризма в России путем развития направлений, аналогичных тем, за которыми россияне ежегодно посещают зарубежные страны. Чаще всего самыми привлекательными для россиян являются прибрежные города с развитой пляжной инфраструктурой. Регионы на юге России обладают факторами успешного пляжного туризма и нуждаются в поддержке со стороны государства и инвестиционных фондов.

Туризм, как сегмент экономики страны, выделяется влиянием на большинство остальных сфер. Действует этот эффект как коэффициент, усиливающий весь потенциал экономики страны. Расходы туристов затрагивают множество отраслей хозяйства: расходы на проживание, питание, транспорт, развлечения [Бабкина, Зыбцева, 2019]. Также сфера туризма затрагивает отрасли строительства, производства товаров и услуг, сельского хозяйства, налоговой политики

для предприятий туристической индустрии. Туризм создает рабочие места, что частично решает проблему безработицы. Ниже представлены несколько общих формул, которые иллюстрируют влияние сферы туризма:

ВВП от туризма = (прямые расходы туристов (ПР) + косвенные расходы (КР)) умноженное на мультипликаторный эффект (МЭ).

ВВП от туризма = (ПР+ КР) × МЭ

Мультипликаторный эффект – средства туристов: чем больше они тратят, тем сильнее растут экономические показатели страны.

Рабочие места в туризме = прямые рабочие места (ПРМ) + косвенные рабочие места (КРМ).

Рабочие места = ПРМ + КРМ

Мультипликатор туризма =  $1/(1 - \text{склонность к импорту})$

Склонность к импорту – доля туристических расходов, которая идет на импортные товары и услуги. Чем меньше склонность к импорту, тем большая часть туристических расходов остается в экономике страны, что усиливает общий эффект.

Доля туристического сектора относительно всей экономики (условное “Д”) = мультипликатор туризма (ДТ) \* (доля туристического сектора (ДТС) / доля всей экономики (ДЭ)).

$D = DT \times (DTC / DE)$

Хотя данные формулы не могут полностью отразить влияние туризма на экономику, концептуальная модель и упрощенные формулы без учета всех факторов служат отправной точкой для понимания действия мультипликаторного эффекта. Таблица 1 отображает общее влияние туризма на экономику страны.

**Таблица 1 - Общее влияние туризма на экономику страны**

Тип эффекта	Описание	Пример
Прямой эффект	Туристы тратят деньги на товары и услуги, непосредственно генерируя доход для туристических предприятий	Туристы тратят деньги на проживание в отеле, питание в ресторанах, транспортные услуги, экскурсии и сувениры
Косвенный эффект	Предприятия туристического сектора тратят свою выручку на товары и услуги из других секторов экономики, стимулируя их рост	Отель покупает продукты питания, транспортная компания закупает топливо, турфирма заказывает маркетинговые услуги у агентств и фрилансеров
Индукцированный эффект	Работники туристического сектора и смежных отраслей тратят свою заработную плату на товары и услуги	Официант, работающий в ресторане, тратит свою зарплату на покупку одежды в магазине; таксисту, который возит туристов, нужен бензин
Эффект замещения	Описывает ситуацию, когда туристы тратят деньги на товары и услуги, которые в противном случае покупали бы местные жители	Туристы едят в ресторанах вместо того, чтобы готовить дома, что может привести к снижению спроса на продукты питания в супермаркетах
Эффект вытеснения	Описывает случаи, когда туристы конкурируют с местными жителями за транспорт, жилье и другие ограниченные ресурсы	Туристы могут повышать цены на жилье, что делает его недоступным для местных жителей

В Европе туризм является одним из важнейших секторов экономики. Доля туризма во внутреннем валовом продукте составляет от 5% до 10% в Испании, Италии, Франции, Австрии,

Греции. В индустрии туризма заняты миллионы людей. В Испании туризм составляет около 12% ВВП страны, во Франции – 8% ВВП. На данный момент в Европе наблюдается тенденция роста интереса к экотуризму, агротуризму и промышленному туризму (под тенденцией роста понимается динамика повышения интереса туристов по сравнению с предыдущими годами). В Азии, в свою очередь, самыми быстроразвивающимися являются Вьетнам, Комбоджа и Лаос. Китай, Япония и Таиланд остаются тремя из десяти самых посещаемых стран мира. Сегмент туризма в Таиланде занимает 20% ВВП, в Китае – 11%.

### **Заключение**

Таким образом, туризм является вторым по влиянию сектором экономики после нефтяной промышленности. У крупных стран – центров туризма ВВП варьируется в пределах 5%-20%, однако влияние туризма затрагивает и остальную часть ВВП, так или иначе стимулируя рост остальных сфер и институтов, экономики в целом.

### **Библиография**

1. Бабкина О.В., Зыбцева Н.В. Влияние туризма на экономику России: проблемы и перспективы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2019. № 12-2 (162). С. 34-40.
2. Биржаков М.Б. Международный туризм. М.: Юрайт, 2019. 416 с.
3. Воронцов А.А., Ильина О.В. Влияние туризма на экономику региона: методология оценки // Известия Тульского государственного университета. Экономические науки. 2017. № 3. С. 117-126.
4. Закриева М.С., Магомедов И.А., Зарипова Р.С. Компьютерная грамотность в современном мире // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13. № 4-1. С. 647-652.
5. Ибрагимов И.Р., Магомедов И.А. Валидация данных и её виды // Тенденции развития науки и образования. 2022. № 92-10. С. 78-80.
6. Cherny S.N., Gibadullin R.F. The Recognition of Handwritten Digits Using Neural Network Technology // International Conference on Industrial Engineering, Applications and Manufacturing (ICIEAM). Sochi, 2022. P. 965-970.

## **Tourism as a segment of the economy. Experience of European and Asian countries**

**Deni M. Suleimanov**

Master Student,  
Chechen State University named after A.A. Kadyrov,  
364907, 32 Sheripova, str., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: deni\_suleymanov@list.ru

**Magomed S.-U. Khaliev**

Senior Lecturer,  
Chechen State University named after A.A. Kadyrov,  
364907, 32 Sheripova, str., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: khaliev@mail.ru

**Ruzana A. Tokmakova**

PhD in Economics,  
Associate Professor of the Department of Management and Marketing,  
Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov,  
360004, 173 Chernyshevskogo str., Nal'chik, Russian Federation;  
e-mail: deni\_suleymanov@list.ru

**Abstract**

Tourism is an indispensable component of an effective and healthy economy for any country. It is a sector that directly impacts other economic sectors, stimulates growth, and provides employment opportunities. Different countries employ different tools to shape the image of their territories and infrastructure, and they also derive diverse benefits from their developed tourism potential. This article is an analysis of the impact of the tourism sector on other sectors of the country's economy.

**For citation**

Suleimanov D.M., Khaliev M.S.-U., Tokmakova R.A. (2024) Turizm kak segment ekonomiki. Opyt stran Evropy i Azii [Tourism as a segment of the economy. Experience of European and Asian countries]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (8A), pp. 209-213.

**Keywords**

Tourism, tourism development, economic development, tourism infrastructure, tourist destinations, tourism potential, domestic tourism, religious tourism, tourism marketing, destination branding.

**References**

1. Babkina O.V., Zybtsseva N.V. (2019) Vliyanie turizma na ekonomiku Rossii: problemy i perspektivy [The Impact of Tourism on the Russian Economy: Problems and Prospects]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Samara State University of Economics], 12-2 (162), pp. 34-40.
2. Birzhakov M.B. (2019) *Mezhdunarodnyi turizm* [International Tourism]. Moscow: Yurait Publ.
3. Cherny S.N., Gibadullin R.F. (2022) The Recognition of Handwritten Digits Using Neural Network Technology. *International Conference on Industrial Engineering, Applications and Manufacturing (ICIEAM)*. Sochi, pp. 965-970.
4. Ibragimov I.R., Magomedov I.A. Validatsiya dannykh i ee vidy [Data validation and its types]. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya* [Trends in the development of science and education], 92-10, pp. 78-80.
5. Vorontsov A.A., Il'ina O.V. (2017) Vliyanie turizma na ekonomiku regiona: metodologiya otsenki [The Impact of Tourism on the Regional Economy: Assessment Methodology]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskije nauki* [Bulletin of the Tula State University. Economic Sciences], 3, pp. 117-126.
6. Zakrieva M.S., Magomedov I.A., Zaripova R.S. (2023) Komp'yuternaya gramotnost' v sovremennom mire [Computer Literacy in the Modern World]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economy: Yesterday, Today, Tomorrow], 13 (4-1), pp. 647-652.