

УДК 330.35

***РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК  
СОСТАВЛЯЮЩАЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО  
ОБЩЕСТВА***

***Серебренникова А.И.***

*к.э.н., доцент,*

*Уральский государственный экономический университет,*

*Екатеринбург, Россия*

***Баздырева А.С.***

*магистрант,*

*Уральский государственный экономический университет,*

*Екатеринбург, Россия*

**Аннотация**

Процесс возможной трансформации индустриального общества в постиндустриальное предполагает опережающее развитие сервисных отраслей экономики, к которым в полной мере можно отнести туристическую отрасль. В статье рассматривается влияние туристической отрасли на становление современного социума, включая экономическую составляющую.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, постиндустриальное общество, глобализация, национально-культурный обмен, развитие экономики, финансовые потоки, туристские потоки.

***DEVELOPMENT OF TOURISM AS AN ELEMENT OF FORMATION  
OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY***

***Serebrennikova A.I.***

*PhD, Associate Professor*  
*Ural State Economic University,*  
*Ekaterinburg, Russia*

***Bazdyreva A.S.***  
*Graduate student,*  
*Ural State Economic University,*  
*Ekaterinburg, Russia*

### **Annotation**

The process of a possible transformation of industrial to post-industrial society means leading the development of service industries, which fully include the tourism industry. The article discusses the influence of tourism industry on the development of modern society, including the economic component.

**Keywords:** Tourist industry, Postindustrial society, globalization, National cultural exchange, economic development, Financial flows, Tourist flows.

Современная мировая экономика переживает важнейший в своей истории цивилизационный переход – от традиционного социального уклада, основанного на индустриальном типе производства, к принципиально новому по своему характеру, постиндустриальному по сути обществу. Впервые этот переход был концептуально обоснован в работах американского социолога и публициста Д. Белла [2].

Постиндустриальное общество является особым историческим типом общества, которое формируется на базе индустриального. Его отличительной чертой является переход от товаропроизводящей экономики к производству услуг [6, 145]. Иными словами постиндустриальное общество характеризуется сервизацией экономики.

На основе разработанной Д. Беллом постиндустриальной теории сегодня выделяют следующие ключевые признаки постиндустриального общества:

- формирование нового типа экономики – «экономики услуг», «переход к экспансии производства услуг» [3, 75-78];

- изменение структуры занятости населения: все меньшее обеспечение занятости людей в сфере производства товаров и все большее их вовлечение в сферу производства услуг [7, 160-168];

- выдвижение на первый план в социальной жизни теоретического научного знания. Именно оно становится основным источником инноваций и политических решений в обществе. Общество обретает «знание производящий характер». В свою очередь для производства прибавочного продукта важнейшим становится фактор знаний [7, 160-168];

Таким образом, в постиндустриальном обществе кардинальным образом меняются важнейшие составляющие уклада жизни. Как следствие, трансформируются и социальные характеристики постиндустриального общества. Учеными отмечается, что «в социальном плане постиндустриальное общество представляет собой коммунальную модель общества, в котором социальной единицей выступает не индивид, а отдельное общество. Цель такого общества – достижение «социального решения»» [3, 75-78].

Важной чертой постиндустриального общества является также глобализация, которая касается всех процессов – производственных, информационных, телекоммуникационных и др. и приводит к стиранию межгосударственных, межнациональных и прочих границ, взаимному проникновению культур и конвергенции социальных укладов жизни.

В результате действия всех перечисленных выше признаков в постиндустриальном обществе формируются и развиваются новые направления деятельности человека, а традиционные подвергаются принципиальной трансформации. Достаточно четко это проявляется на

примере развития такой, ставшей уже традиционной для современной экономики, отрасли как туризм.

Туризм получил свое активное развитие во второй половине XX века в результате повсеместного внедрения системы оплачиваемых отпусков, расширения железнодорожного сообщения, развития гражданской авиации, повышения уровня обеспеченности людей автомобильным транспортом. К началу XXI века он стал чрезвычайно востребованным и по-настоящему массовым явлением. У жителей разных стран сформировалась устойчивая привычка проводить отпуск, регулярно путешествуя, совершая выезды за пределы страны постоянного проживания.

Стремительный рост спроса на путешествия привел к формированию в довольно короткие сроки новой, весьма развитой и сложной по своей внутренней структуре отрасли современной мировой экономики – туристической. Сегодня она оценивается как «одна из самых важных и перспективных отраслей экономики многих государств мира» [5, 19]. В частности, несмотря на целый ряд неблагоприятных макроэкономических факторов, таких как волатильность национальных валютных курсов, нестабильность цен на энергоносители и растущие угрозы терроризма и мировой безопасности, туристическая отрасль, как показывают данные ВТО, на протяжении последних десятилетий демонстрирует неизменный рост. В частности, к 2015 г. по сравнению с 1995 г. совокупное число туристских прибытий в мире выросло более чем вдвое (рисунок 1).

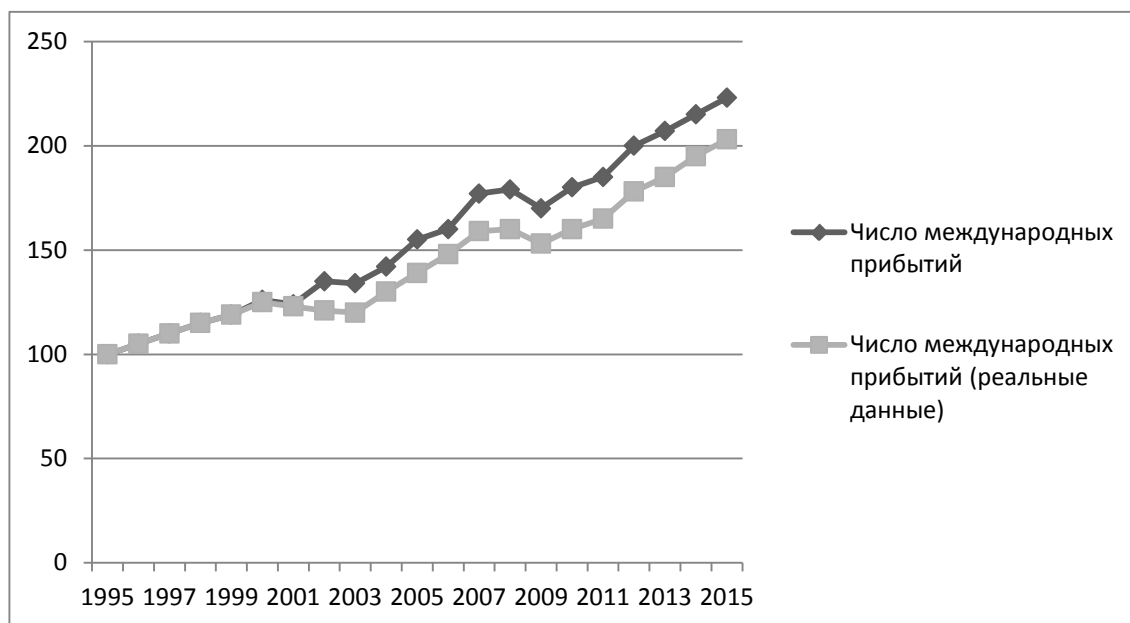


Рисунок 1 – Статистика туристских прибытий в мире, 1995-2015 г., по данным ВТО [1]

В 2015 г. по сравнению с 2014 г. число туристских прибытий увеличилось в совокупности на 4,6% и составило в общей сложности 1186 млн. чел. В натуральных показателях рост составил 52 млн. чел. в сравнении с предыдущим годом.

Важно отметить следующее. Несмотря на макроэкономические и политические риски, специалисты прогнозируют, что и дальше, вплоть до 2030 г. количество международных туристских прибытий по всему миру будет расти. При этом ежегодный рост составит в среднем 3,3%. Благодаря этому, как ожидается, к 2030 году ежегодное число туристских прибытий по всему миру достигнет величины 1,8 млрд. чел. [1]

Приведенные статистические данные доказывают: в современном обществе туристическая отрасль начинает играть все более значимую роль. Она становится одним из центральных звеньев глобального человеческого, информационно-культурного и денежно-финансового обмена. Она выступает как одна из важнейших отраслей зарождающейся постиндустриальной сервисной экономики.

Сама сервисная природа туристической отрасли, основанной на предоставлении туристам широких возможностей по приобретению в ходе путешествий новых, уникальных, ярких знаний о мире, удивительно созвучна основным чертам постиндустриального общества, органично вписывается в процессы глобализации, стирания и размывания каких бы то ни было границ, существовавших в обществе прежде.

Разрабатывая все новые и новые туристские продукты, формируя под них массовые потоки туристов, предприятия туристической отрасли способствуют тому, что жители одних уголков мира получают возможность познакомиться с традициями, культурой и образом жизни людей из других регионов мира, прежде недоступных. Тем самым обеспечивается масштабная культурная конвергенция, взаимное открытие, узнавание, проникновение и смешение культур разных народов.

Основным механизмом, опосредующим такое взаимное проникновение культур посредством туризма, выступают, прежде всего, организованные и массовые по своему характеру культурно-познавательные, этнографические и другие туры. Вовлекая в них широкие слои населения, делая такие туры за счет стандартизации пакета услуг доступными для самых разных групп населения, туристические компании, по сути, становятся субъектами-организаторами массовых транснациональных культурных коммуникаций и генераторами неохватного по своим масштабам, по-настоящему глобального коммуникационного обмена.

Как и любые коммерческие предприятия, туристические компании на рынке преследуют, прежде всего, экономические цели. Однако при этом, подчас не осознавая степени истинных масштабов своего влияния на социокультурную ситуацию, такие предприятия решают и важнейшие исторические задачи. Они помогают открыть для себя «большой мир» многоукладной человеческой цивилизации представителям тех социальных страт общества, которые прежде (в отличие, например, от представителей элиты) в глобальной культурной коммуникации не участвовали. Они

существовали только в рамках замкнутого, локального мира своей национальной культуры. Таким образом, при формировании постиндустриального общества субъекты туристической отрасли выступают как создатели широких, разнонаправленных, вертикально и горизонтально ориентированных каналов информационного, национально-культурного обмена между странами.

Однако туристская отрасль организует и опосредует не только культурный обмен, но и формирует невиданные по своим масштабам глобальные финансовые потоки как внутри национальных экономик, так и в масштабах всей мировой экономической системы. Согласно данным ВТО, все последние годы поступления от международного туризма ежегодно превышают 1 трлн. долл. США (рисунок 2).

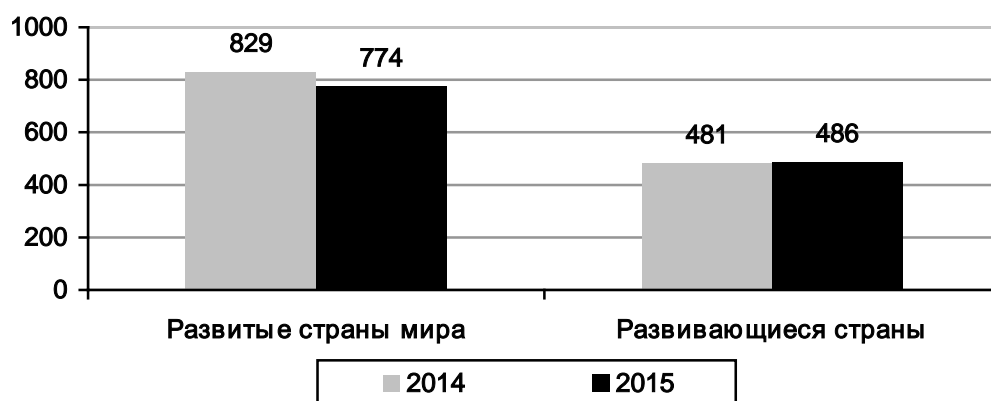


Рисунок 2 – Поступления от международного туризма в 2014-2015 гг., трлн. долларов США [1]

При этом цифры статистики показывают: все более активную роль в генерировании финансовых потоков в сфере международного туризма начинают играть развивающиеся страны мира. Тогда как рост поступлений от международного туризма в развитых странах мира неуклонно замедляется, в странах с развивающейся экономикой, наоборот, ускоряется (рисунок 3). Заметим, что если для развитых стран развитие туризма способно изменить структуру поступлений средств в экономику и ВВП, то для развивающихся

стран, в ряде случаев, формирование туристической отрасли становится толчком для развития всей экономики страны в целом.

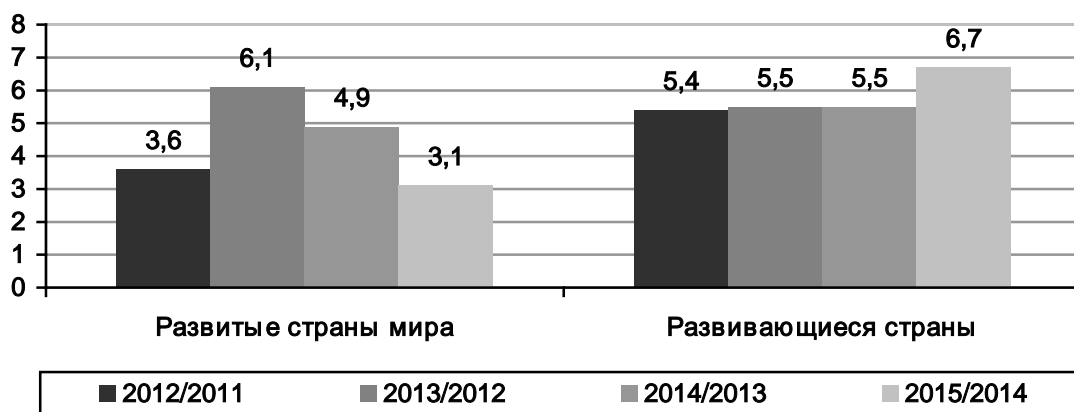


Рисунок 3 – Динамика роста поступлений от международного туризма в развитых и развивающихся странах мира в сравнении 2011-2015 гг., % в год [1]

В 2015 году почти такую же роль, как Европа, которая много десятилетий наиболее активно генерирует финансовые поступления от международного туризма, в этом процессе стали играть страны Азии и Тихоокеанского региона. Увеличиваются поступления от международного туризма в странах Ближнего Востока (рисунок 4)

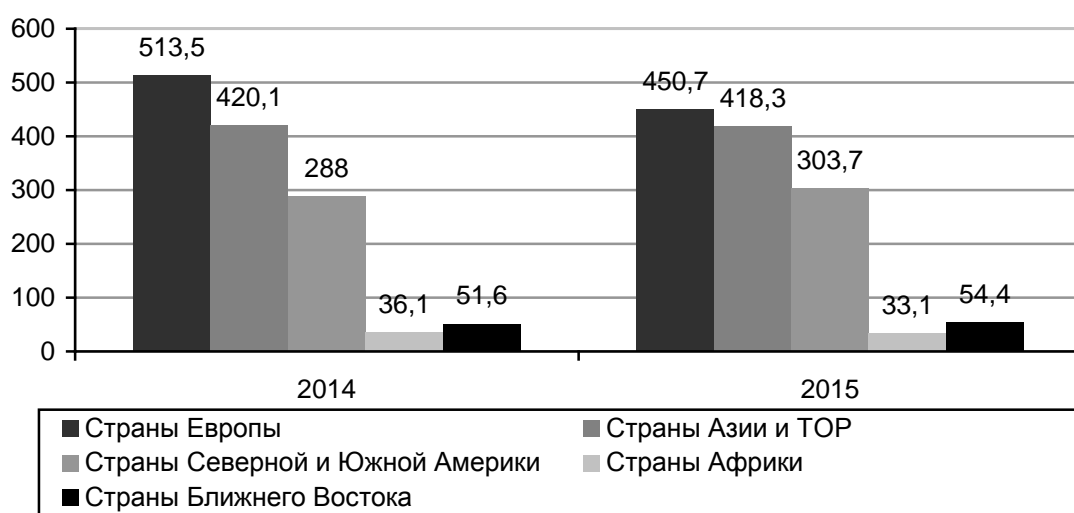


Рисунок 4 – Объемы поступлений от международного туризма в разрезе регионов мира 2014-2015 гг., млрд. долл. США [1]



Рост масштаба туристической отрасли приводит к глобализации не только финансовых потоков от туризма, но и рынка труда в туризме. Как показывают статистические данные, ежегодно занятость населения разных стран мира в сфере туризма неуклонно растет (рисунок 5).

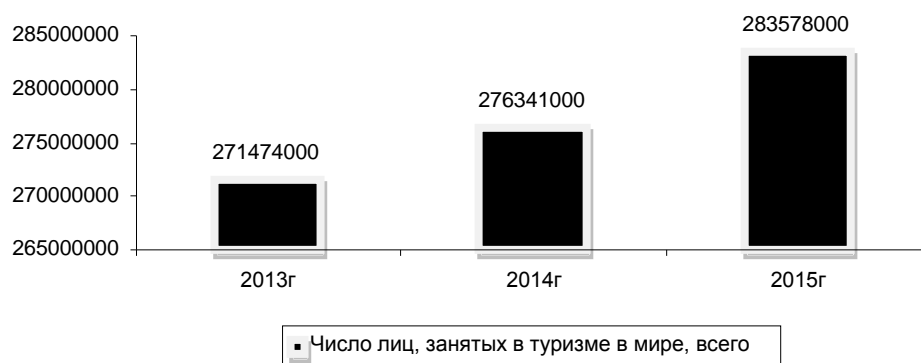


Рисунок 5 – Численность занятых в мировой индустрии туризма, чел. [4, 189]

При этом выделяется несколько мировых стран-лидеров по числу лиц, задействованных в индустрии туризма, среди них – Испания (17%), Таиланд (15%), Германия и Великобритания (по 12%) и некоторые другие (рисунок 6).

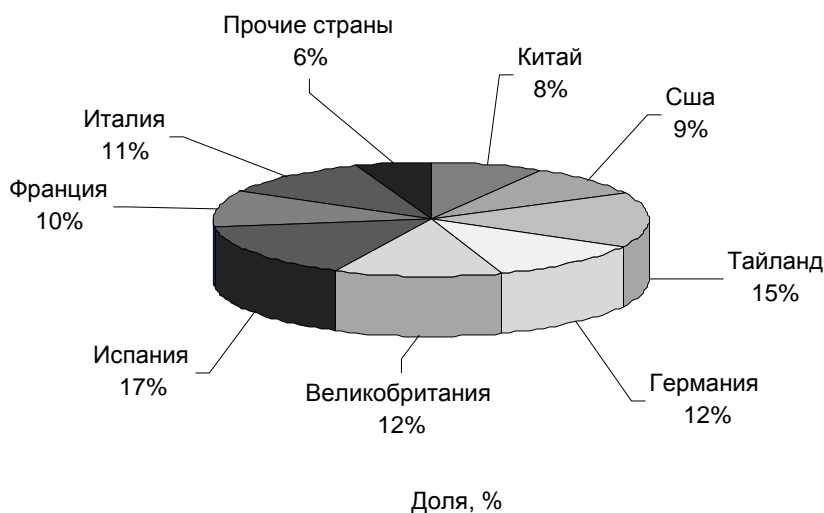


Рисунок 6 – Занятость населения в сфере туризма в 2015 г, % [4, 189]

Представленные выше данные подтверждают мысль о том, что современная туристическая отрасль – это не только очень масштабный рынок

сервисных туристских услуг, который генерирует глобальные финансовые потоки. Это также и глобальный рынок труда для населения всех без исключения стран.

Подобные, характерные для постиндустриальной экономики явления глобализации, которые проявляются на разных уровнях рынка туризма, неизбежно приводят и к трансформации отношений между туристскими предприятиями. Лишь на первоначальном этапе своего развития они существовали как самостоятельные, сравнительно небольшие коммерческие структуры с локальным финансовым оборотом. Стремительная глобализация, начавшаяся во второй половине XX века, привела к организационной трансформации всех субъектов-участников туристического рынка. Эта трансформация нашла свое выражение в целом ряде форм.

Например, в гостиничной отрасли отдельные, финансово независимые отели и гостиницы стали постепенно тесниться на рынке крупными транснациональными гостиничными сетями, такими как «Wyndham Hotel Group», «InterContinental Hotels Group» (IHG), «Marriott International», «Hilton Hotels», «Accor Group» и другие. Ежегодный финансовый оборот денежных средств в таких международных компаниях исчисляется миллиардами долларов.

Организационная и финансовая глобализация затронула и туристические компании. В частности, прежде компании-туроператоры специализировались (тематически или регионально) на отдельных направлениях туризма. Они являлись, прежде всего, оптовыми производителями-продавцами туристских продуктов. Сегодня они все активнее вырастают в многопрофильные оптово-розничные конгломераты предприятий. Посредством агентских и иных схем они развивают огромные сети компаний туристической розницы. В них входят уполномоченные, франчайзинговые агентства и пр. Тем самым туроператоры получают возможность генерировать и замыкать внутри себя огромные финансовые и человеческие потоки.

Это существенно меняет характер конкуренции на туристическом рынке в формирующемся постиндустриальном обществе. В настоящее время на низовом уровне туристских предприятий (уровне туристических агентств) выраженная конкуренция между небольшими компаниями сходит на нет. В то же время по-настоящему серьезная конкурентная «битва» разворачивается между крупнейшими туроператорами-гигантами. Они, внедряя в практику своей работы различные ноу-хау, маркетинговые, ценовые и сервисные инновации, начинают вести все более активную борьбу за потребителей. Они стремятся оттянуть на себя как можно больший туристский, а, следовательно, и денежный поток.

Для рядовых потребителей, живущих и пользующихся услугами туристских компаний такая «битва» туристических гигантов имеет несомненные плюсы. В стремлении привлечь клиентов крупнейшие туроператоры, используя все свои ресурсы, обращают на благо потребителей характерный для их деятельности «эффект масштаба». Это приводит к повышению доступности туристических продуктов для широкой аудитории, развитию сервисной составляющей и насыщению самих продуктов новым более интересным контентом.

Подводя итог, можно констатировать, что «постиндустриальная революция», начавшаяся на рубеже XX-XXI вв., несущая с собой глобализацию всех социально-экономических процессов, размывание жесткости национальных границ, способствующая активизации и многократному усложнению информационно-коммуникационного обмена между странами и народами, оказывает глубочайшее влияние на процесс развития туристической отрасли. В результате институциональных преобразований, а также изменения роли знаний и сектора услуг в мировой экономике спрос на туристические услуги многократно вырос. И, несмотря на определенную макроэкономическую нестабильность, этот рост продолжается и сегодня.

Современная туристическая отрасль выступает наиболее ярким воплощением сути постиндустриализма: ключевым объектом продаж в ней выступают услуги. При этом в ответ на растущий спрос туристские услуги увеличиваются не только количественно; они меняются качественно, с каждым годом становясь все разнообразнее, интереснее и при этом доступнее для потребителей. Это позволяет туристическим компаниям увеличивать масштабы бизнеса, наращивать туристские потоки, генерировать новые рабочие места и все более мощные финансовые потоки. Однако важно то, что, будучи органично встроенными в современную экономику, предприятия туристической отрасли не теряют своей социальной функции. Они по-прежнему активно способствуют развитию многоуровневого социокультурного обмена, образуя для него (посредством турпродуктов) горизонтальные и вертикальные каналы.

В конечном итоге можно сказать, что развитие туристической отрасли приближает постиндустриальное общество, являющееся новой стадией развития общества и принципиально изменяющего качество жизни людей.

### **Библиографический список:**

1. UNWTO Tourism Highlights. 2016 Edition [Электронный ресурс] – Электрон. журн. – Мадрид: 2016. - Режим доступа: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2016.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf).
2. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования [Текст] / Д. Белл. – М.: Академия, 2004. – 790 с.
3. Булгакова, О.Н. Постиндустриальная теория Даниэла Белла [Текст] / О.Н. Булгакова // Философия. XX век: рубеж столетий: материалы II всероссийской научной конференции молодых ученых: сб. статей. – Екатеринбург, 2012. – С. 75-78
4. Илясова, Ю.В. Влияние международного туризма на национальную экономику (на примере ключевых стран мира) // Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции / Ю.В. Илясова, Т.А. Орехова, Б.Я. Тополь. - Омск, 2016. – 189 с.
5. Казаков, К.П. Туристическая отрасль России в условиях нестабильной геополитической ситуации [Текст] / К.П. Казаков, А.А. Крюков // Проблемы современной науки и образования. - 2015. - №12.- С. 18-19.
6. Касьянов, В.В. Социология права [Текст] / В.В. Касьянов, В.Н. Нечипуренко.- Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 198 с.
7. Савельев, М.Ю. Онтологическая критика теорий постиндустриального общества [Текст] / М.Ю. Савельева, А.И. Савченко. // Надконституционные институты в разных культурных средах. Материалы международной научно-методологической конференции «Экономические, социальные и политические институты в разных культурных средах»: сб. статей. - Ижевск: Митра, 2015. – С. 160-168.