

А.И. Тарасенок,

кандидат географических наук, доцент

ГЕОЭКОНОМИКА ТУРИЗМА: НА СТЫКЕ ЭКОНОМИКИ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ

В странах с переходной экономикой и в ряде развивающихся стран туризм получает все большее распространение, а в экономически развитых государствах он стал неотъемлемой частью жизни населения. Миграционные туристские потоки достигли небывалых размеров. Современное и будущее постиндустриальное общество — это подвижное, мигрирующее общество, и туризм — индикатор уровня его высокого развития. Социальные и экономические эффекты развития туризма неоспоримы. Сегодня любое государство заинтересовано в создании конкурентоспособной туристской индустрии, приносящей доход бизнесу, пополняющей госбюджет и обслуживающей свободное время населения.

При планировании и прогнозировании развития туристского комплекса в Беларуси на первый план выходят экономические и географические вопросы, решение которых необходимо в связи с построением социально ориентированной экономики: развитие туристской индустрии в периферийных (приграничных) районах, вовлечение в туризм небольших населенных пунктов (малых городов, сел), развитие инфраструктуры в природных рекреационных зонах в сочетании с рациональным использованием ресурсного потенциала и т.д. В результате генерируется потребность экономики туризма в актуализации географического аспекта, и наоборот — рекреационная география нуждается в разработке экономических методов. Взаимопроникновение экономической и географической проблематики в сфере туризма является предпосылкой развития интегрированного учения о туризме, которое можно назвать геоэкономикой туризма. Появление нового направления в науках о туризме вписывается в основную тенденцию развития современного научного знания, которая наблюдается со второй половины XX в., появление и развитие ряда новых научных направлений на стыке уже существующих наук.

Выделение геоэкономики туризма в отдельное направление не только соответствует современным тенденциям развития экономической и географической науки о туризме, но и подкрепляется объективными потребностями в создании новой методологической основы для оптимизации туристского комплекса Беларуси. Следует признать наличие в республике простого механического сложения экономической и географической методологии в решении практических вопросов развития туристской индустрии.

При этом экономические науки о туризме до сих пор отводят географическому аспекту второстепенную роль, так же как рекреационная география уделяет недостаточно внимания экономическим вопросам, что обусловлено

существующими традициями экономики и географии. В итоге на практике наблюдается раздельное применение географических и экономических подходов и методов при разработке программ развития туризма. Это, в частности, до сих пор не позволило преодолеть ряд противоречий, сопровождающих формирование системы туристского обслуживания в национальных парках Беларуси [6], а такие известные туристские дестинации, как Мир, Несвиж, Полоцк и другие, по-прежнему крайне нуждаются в повышении экономической эффективности их туристско-экскурсионных функций. Геоэкономика туризма призвана в равной степени учитывать оба аспекта, изучая пространственно-экономические процессы, в которые вовлечены туристские дестинации, и разрабатывая механизмы их оптимального функционирования.

Таким образом, геоэкономика туризма — новая наука, которая формируется на стыке рекреационной географии и экономики туризма. Принципиальные отличия трех наук о туризме видны при сравнении их предметов, объектов и трактовок понятия «туризм».

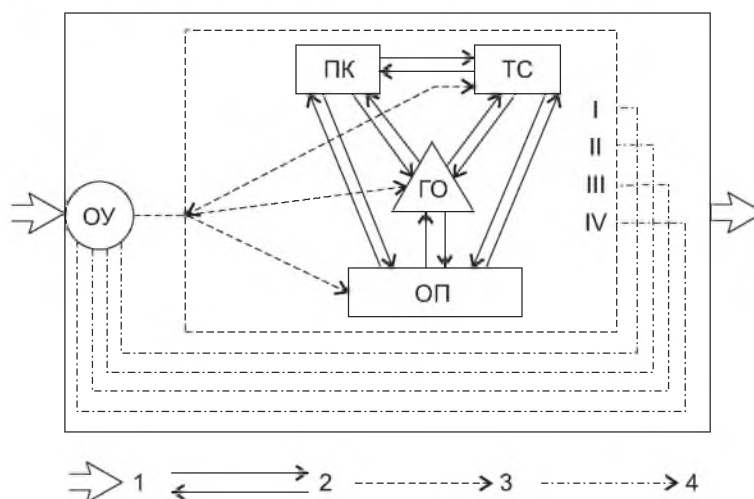
Предмет экономики туризма — экономические отношения, которые складываются и развиваются в процессе производства, распределения, потребления туристского продукта [2]. Туризм в экономике — вид экономической деятельности, состоящий из основных, второстепенных и вспомогательных специализированных процессов производства туристского продукта, направленного на удовлетворение интересов потребителя [2]. Объекты экономики туризма — туристское предприятие, туристская отрасль, туристская индустрия.

Туристское предприятие — субъект хозяйствования, который производит и реализует туристам услуги и товары. К туристским предприятиям относятся не только те субъекты хозяйствования, которые обслуживают исключительно туристов (туристские операторы и агенты, гостиницы, круизные суда), но и те, для которых обслуживание туристов является дополнительной или сопутствующей функцией (предприятия общественного питания, розничной торговли, транспорта, страховые фирмы, отделения банков и т.д.). Совокупность данных предприятий или объектов, к ним относящихся, образует туристскую индустрию.

Туристская индустрия — это совокупность объектов для размещения туристов, транспортных средств, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов оздоровительного, делового, познавательного или иного назначения, используемых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время осуществления путешествия и (или) в связи с этим путешествием [3].

Туристская отрасль — понятие более узкое, чем туристская индустрия. Туристская отрасль объединяет предприятия, которые организуют туристскую деятельность на основе полученной лицензии, — это туроператоры и турагенты. Деятельность данных предприятий регулируется отраслевым министерством или ведомством, которым в Беларуси является Министерство спорта и туризма.

Предмет рекреационной географии — пространственно-временная организация рекреационной деятельности [5]. Рекреационная деятельность — это деятельность населения в свободное время, направленная на восстановление и развитие физических, интеллектуальных и психо-эмоциональных сил. Туризм в географии является более узким понятием, чем рекреационная деятельность, и рассматривается как одна из ее форм. Это вид деятельности населения в свободное время, связанный с временной миграцией и пребыванием вне постоянного места жительства с целью отдыха, лечения, физического и духовного развития, повышения культурно-познавательного уровня или спортивного мастерства, сопровождающийся потреблением природных, экономических и культурных ценностей и услуг [4]. Объект рекреационной географии — территориальная рекреационная система (ТРС). ТРС — социальная географическая система, состоящая из взаимосвязанных элементов: группы отдыхающих, природных и историко-культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и органа управления [4]. Базовая модель ТРС представлена на рисунке.



Базовая модель территориальной рекреационной системы:

- ГО — группа отдыхающих; ПК — природные и культурные комплексы; ТС — технические системы; ОП — группа обслуживающего персонала; ОУ — орган управления;
 1 — внешние связи системы; 2 — связи между подсистемами; 3 — команды управления;
 4 — информация о состоянии подсистем: I — об удовлетворении отдыхающих,
 II — о степени сохранения соответствия природных комплексов требованиям отдыха,
 III — о степени сохранения полезных свойств и возможностях технических систем,
 IV — о состоянии обслуживающего персонала

Наглядная схема модели ТРС демонстрирует комплексность объекта исследования рекреационной географии. Концепция ТРС служит теоретической основой рекреационной географии. Данная концепция начала разраба-

тываться географами под руководством В.С. Преображенского в 1960—1970-х гг. и имеет практическое значение при обосновании и разработке схем территориальной организации курортов, зон отдыха и туризма, рекреационных районов.

Объект геоэкономики туризма — туристская дестинация. Учение о дестинациях развивалось в 1990-е гг., а комплексное определение понятия «дестинация» было сформулировано в начале 2000-х гг. Т. Бигером, который обобщил имеющиеся точки зрения по данному вопросу. *Туристская дестинация* — географическое пространство (местность, регион, страна), являющееся целью путешествий посетителя (или сегмента посетителей), обладающее необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности, которое является субъектом конкуренции на рынке въездного туризма и стратегическим объектом предпринимательства [1, с. 142]. Туристская дестинация — специфический объект изучения науки о туризме, который обладает свойствами, характерными как для предприятия, так и для ТРС. Туристские дестинации, как и предприятия, вступают в конкурентную борьбу на рынке за потребителей, инвестиции и трудовые ресурсы. Вместе с тем они обладают таким свойством, как географичность, т.е. расположены в конкретном месте с определенными природными ресурсами, культурно-историческим потенциалом, традициями, сложившейся системой расселения и т.д.

Предмет геоэкономики туризма — пространственно-экономические процессы, возникающие при организации рекреационной деятельности, сопровождающие производство, сбыт и потребление туристского продукта. Примерами таких процессов являются конкуренция дестинаций, кооперация туристских предприятий дестинации, перехват рекреационных функций одним туристским центром у другого, продвижение регионального турпродукта на соседние географические рынки и др. Туризм в геоэкономике — временная миграция населения, полностью или частично формирующая мобильный рынок сбыта и потребления услуг и товаров производителей и продавцов в дестинациях.

Таким образом, в центре внимания геоэкономики туризма находится туристская дестинация, а саму геоэкономическую туризму можно определить как науку о пространственно-экономических процессах, возникающих при организации рекреационной деятельности, сопровождающих производство, сбыт и потребление услуг и товаров посетителями дестинации. Для исследования внутренней структуры дестинации может использоваться адаптированная рекреационно-географическая методология, а для изучения внешней среды требуется адаптация экономических подходов и методов.

Дестинация — понятие иерархичное. Можно выделить отдельные типы дестинаций, каждый из которых представляет собой структурный элемент другого. Иерархическая типология туристских дестинаций выглядит следующим образом: 1) аттракционный пункт; 2) туристский центр или местность (город, курортная местность, национальный парк и т.п.); 3) туристский ре-

регион (туристский район, туристская зона); 4) страна; 5) международный регион (часть континента или континентов); 6) континент.

Можно привести следующие примеры дестинаций, объединенных иерархической структурой. Континентом является Евразия, интернациональным регионом — Центрально-Восточная Европа, страной — Беларусь, туристским регионом — Браславско-Глубокский туристский район, туристской местностью — национальный парк «Браславские озера», аттракционным пунктом — инфраструктурный узел на побережье оз. Дривяты, представленный базой отдыха «Дривяты», турбазой «Браславские озера», пляжем, пунктами проката снаряжения для водного отдыха и туризма, кафе.

Дестинация выступает как географическое пространство, цель путешествия определенного сегмента туристов, турпродукт, субъект конкуренции и объект предпринимательства.

Признак *географичности* означает, что дестинация занимает определенное пространство и находится в определенном месте. Отсюда вытекают геоэкономические задачи: оптимизация внутренней территориальной структуры дестинации и оценка географического положения по отношению к центрам спроса и конкурентам. Как *цель путешествия* дестинация представляет интерес для определенного сегмента туристского спроса. Задача геоэкономики туризма в данном контексте — изучение и выявление туристских рынков сбыта услуг и товаров дестинации. Рассмотрение дестинации как *турпродукта* ставит перед геоэкономикой туризма конструктивные задачи обоснования схем кооперации предприятий туристской индустрии на основе принципов взаимного дополнения и единства технологии обслуживания туристов, а также продвижения дестинации на внешние туристские рынки.

Дестинация является *субъектом конкуренции*. Отсюда основная геоэкономическая задача — оценка конкурентных преимуществ и конкурентоспособности дестинаций. При этом выделяются две группы конкурентов — другие дестинации и местные хозяйственно-географические системы. С первыми конкуренция идет главным образом за рынки сбыта и инвестиции, со вторыми — за преференции и ресурсы (трудовые и естественные). Дестинация в качестве *стратегического объекта предпринимательства* рассматривается отдельными туристскими предприятиями. Задача геоэкономики туризма — разработка инструментов, обеспечивающих привлекательность дестинации для ведения бизнеса и вложения капитала в туристскую индустрию.

В заключение отметим, что формирование геоэкономики туризма базируется на концепции туристской дестинации и сбалансированном использовании экономической и географической методологии научных исследований. Развитие данного научного направления вооружит исследователей и разработчиков новыми подходами к решению проблем развития туристской индустрии Республики Беларусь.

Л и т е р а т у р а

1. *Bieger, T.* Tourismuslehre — ein Grundriss / T. Bieger. — Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag, 2004.
2. *Горбылева, З.М.* Экономика туризма: учеб. пособие / З.М. Горбылева. — Минск: БГЭУ, 2004.
3. О туризме: Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г., № 326-З; в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2007 г. // Турист. информ. бюл. — 2007. — № 2. — С. 4—10.
4. *Пирожник, И.И.* Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания: учеб. пособие / И.И. Пирожник. — Минск: Университетское, 1985.
5. *Преображенский, В.С.* Уроки развития теории рекреационной географии / В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин // Изв. АН СССР. — 1988. — № 2. — С. 17—30.
6. *Тарасенок, А.И.* Экологический туризм и рекреационное природопользование в Беларуси: учеб.-метод. пособие / А.И. Тарасенок. — Минск: ЕГУ, 2003.

С.С. Ткачук,

кандидат экономических наук, профессор

И.Н. Рабыко,

кандидат экономических наук, доцент

НЕОБХОДИМОСТЬ ИСЧИСЛЕНИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМ ОБОРОТОМ

В условиях обращения кредитных денег весьма важно поддержание денежной массы в объемах, объективно соответствующих потребностям хозяйственного оборота. Одной из составляющих общего денежного оборота является та его часть, которая формируется в результате экономических отношений государства, предприятий и других субъектов хозяйствования с населением. При этом у населения возникают денежные доходы или происходит расходование средств. Специфика этой части денежного оборота заключается в том, что он протекает преимущественно наличными деньгами. Налично-денежный оборот очень чувствителен ко всем происходящим в обществе процессам и явлениям. Поэтому государство придает особое значение обеспечению необходимой пропорциональности между денежными доходами населения, с одной стороны, и розничным товарооборотом, платными услугами и сбережениями — с другой.

Для достижения пропорциональности разрабатывается баланс денежных доходов и расходов населения. Он относится к числу наиболее важных информационных источников, используемых в оценке, прогнозировании и планировании экономического и социального развития. Показатели этого баланса важны при разработке денежно-кредитной политики, так как он