

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 338.48

ЕДИНАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА?

Волков Сергей Константинович,

кандидат экономико-математических наук, старший преподаватель кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета;
ambiente2@rambler.ru

Попкова Елена Геннадьевна,

доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики и экономической теории Волгоградского государственного технического университета; 210471@mail.ru

В статье анализируется политика Европейского союза в области туризма. Рассматриваются законодательные акты, регламентирующие туристскую деятельность стран-участниц. Анализируется практика создания национальных туристских администраций, которые способствуют развитию туристской отрасли страны.

Ключевые слова: Европейский Союз, туризм, политика в области туризма, национальные туристские администрации.

Международный туризм давно перестал быть просто социальным явлением, став неотъемлемой частью мировой экономической системы. Туризм является наиболее динамично развивающейся отраслью мировой экономики. За быстрые темпы роста и развития туризм был признан специалистами экономическим феноменом современности. Ежегодно огромное число туристов пересекают государственные границы, делая этот вид экономической деятельности по-настоящему глобальным. По данным Всемирной Туристской Организации (ВТО), в 2008 году было зафиксировано более 922 миллиона международных туристских прибытий [7, с. 5]. Доходы, полученные от международного туризма, за тот же период оцениваются в 944 млрд. долларов (642 млрд. евро) [7, с. 1].

Для многих стран индустрия туризма является одной из ключевых отраслей национальной экономики. Современный туризм напрямую способствует преодолению бедности населения путем создания новых рабочих мест. Рабочие места создаются как непосредственно в сфере туризма (турагентства, туроператоры, гиды и т.д.), так и в смежных с туризмом отраслях народного

хозяйства (транспорт, средства размещения, предприятия общественного питания и т.д.). По данным неправительственной международной организации – Всемирного совета туризма и путешествий (WTTC), в сфере туризма и гостеприимства в 2007 году было занято 231,2 млн. рабочих, что составляет 8,3% от общего числа работающих в мире [5, с. 5]. Кроме этого, туризм является катализатором экономического развития государства, стимулируя развитие смежных с туризмом отраслей экономики.

Наиболее привлекательным туристским регионом является Европа. На страны Европейского континента приходится 54% всех международных туристских прибытий. В 2008 году было зафиксировано 489 млн. туристских прибытий в этот регион [7, с. 6]. Следует констатировать, что основная доля прибытий приходится на страны Европейского Союза. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что на Европу приходится основная доля мирового туристского рынка. Европейский континент демонстрирует положительную динамику туристских потоков в регион со среднегодовым приростом в 3% (рис. 1).

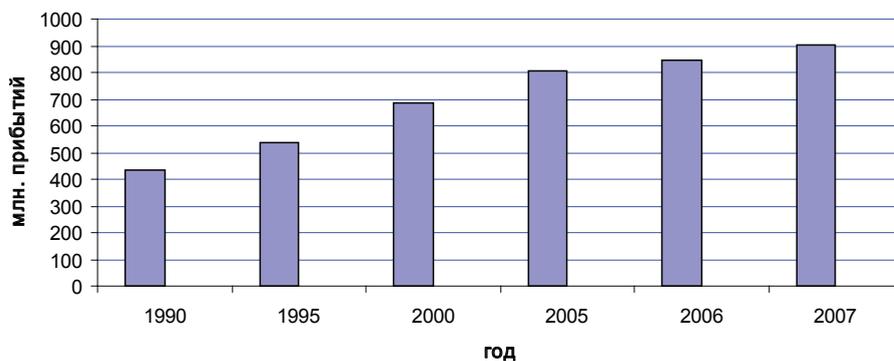


Рис. 1. Динамика туристских прибытий в Европу в 1990-2007 гг.
Источник: составлено автором по материалам [6, с. 6].

Европа, а точнее сказать, страны Европейского союза являются наиболее привлекательными странами для отдыха со стороны международных туристов. Пять из десяти стран, входящих в список наиболее посещаемых туристских дестинаций, являются государствами-участниками ЕС (табл. 1).

Туризм является очень важной составляющей европейской экономики. Индустрия туризма стран-участниц ЕС представляет собой межотраслевой сектор национальных экономик, объединяющий деятельность многих контрагентов и туристских посредников прямо и косвенно связанных с предоставлением туристских услуг. Европейская индустрия туризма, без учета смежных с туризмом отраслей народного хозяйства (торговля, транспорт, общественное питание и т.д.), создает более 4% общего ВВП стран-участниц ЕС. Индустрия туризма, а также смежные секторы национальных экономик обеспечивают занятость 12% работоспособного населения расширенного ЕС, что в натуральных величинах составляет 24 млн. рабочих мест [3, с. 2]. Кроме всего прочего, туризм способствует

развитию многочисленных регионов Европейского союза. Инфраструктура, создаваемая в этих регионах для туристских целей, способствует появлению новых рабочих мест, что естественным образом сказывается на уровне жизни местного населения.

Таблица 1

Наиболее посещаемые страны мира

№	Страна	Количество прибытий, млн.	
		2007	2008
1	Франция	81,9	79,3
2	США	56,0	58,0
3	Испания	58,7	57,3
4	Китай	54,7	53,0
5	Италия	43,7	42,7
6	Великобритания	30,9	30,2
7	Украина	23,1	25,4
8	Турция	22,2	25,0
9	Германия	24,4	24,9
10	Мексика	21,4	22,6

Источник: по материалам [6, с. 6].

Кроме экономического эффекта, туризм оказывает глубокое социальное влияние на жизнь европейского общества. Успех туризма как социального явления заключается в том, что в его основе лежит удовлетворение неизменной потребности человека в познании окружающего его мира. Туризм – это в первую очередь люди и их общение между собой. Таким образом, туризм способствует налаживанию межкультурного диалога между странами-участниками ЕС, что способствует процессу Европейской идентификации как единого культурно-исторического образования.

Все вышеизложенное говорит о той важной роли, которую играет индустрия туризма в структуре экономики Европейского союза. Однако важно выяснить какова роль Европейского союза и его структур в процессе развития туризма в странах-участницах? Представлен ли Европейский союз единым туристским продуктом на международном туристском рынке товаров и услуг или же он представляет собой комплекс независимых турпродуктов, которые каждая страна-участница формирует независимо друг от друга? Является ли политика развития туризма ЕС единой в отношении всех стран-участниц или же они имеют полную автономию в данном вопросе? В этой связи целью данной статьи является определение вектора развития политики Евросоюза в области туризма.

Следует сразу отметить, что, несмотря на всю важность и системаобразующий характер индустрии туризма для европейской экономики, в рамках Европейского союза не существует официального

института, занимающегося отдельно вопросами развития туризма в странах-участницах. Данная функция возложена на высший орган исполнительной власти Европейского союза – Европейскую комиссию. Европейская комиссия через деятельность своих структурных фондов осуществляет деятельность по развитию туризма в странах ЕС. Структурные фонды Европейского союза являются крупнейшим источником инвестирования в индустрию туризма наименее развитых европейских регионов, к которым относится группа стран Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ). К основным структурным фондам Европейского союза оказывающих активную помощь в развитии туризма следует отнести следующие:

- Европейский фонд регионального развития;
- Европейский социальный фонд;
- Европейский фонд управления сельским хозяйством;
- Европейская комиссия путешествий;
- Европейский инвестиционный банк и др.

Европейский фонд регионального развития финансирует проекты по развитию инфраструктуры, вкладывает инвестиции в создание новых рабочих мест и реализацию проектов развития отдельных территорий, оказывает финансовую помощь малым предприятиям. Его деятельность охватывает многие сферы: транспорт, коммуникационные технологии, исследования и инновации, социальную инфраструктуру, профессиональную подготовку, структурное переуплотнение экономики городов и сельской местности и др. [4, с. 21].

В реализации политики занятости населения в туристской сфере важную роль играет Европейский социальный фонд. Он финансирует проекты, направленные на повышение квалификации и переподготовку кадров, с целью роста производительности труда. В рамках деятельности этого фонда осуществляется также стимулирование деятельности малых туристских предприятий в странах Европейского союза. Эти действия благоприятно сказываются на повышении экономической активности и увеличении уровня занятости населения [1, с. 39].

Европейский фонд управления сельским хозяйством финансирует мероприятия по развитию сельской местности и осуществляет помощь населению, занятому в натуральном производстве, в том числе содействует развитию агро- и экотуризма [1, с. 40].

Также следует отметить такую некоммерческую организацию, как Европейская комиссия путешествий. Членами данной организации являются 39 национальных туристских организаций стран Европы. Основная роль Европейской комиссии путешествий заключается в развитии туризма как в отдельных регионах континента, так и во всей Европе.

Основными законодательными актами, регулирующими вопросы европейской политики в области туризма, являются:

– резолюция конференции «Будущее европейского туризма», принятая в мае 2002 г. в Брюсселе;

– Лиссабонская стратегия в области развития туризма и увеличения занятости (февраль 2005 г.);

– заключительные положения Конференции по устойчивому развитию европейского туризма и обновлению туристской политики (апрель 2005 г., Брюссель);

– доклад Группы устойчивого развития туризма (2006 г., Брюссель);

– заключительные положения Конференции министров туризма, проводившейся в Потсдаме в мае 2007 г.;

– Повестка по вопросам устойчивого развития и конкурентоспособности европейского туризма, принятая Европейской комиссией в октябре 2007 г. на Европейском туристском форуме в Алгарве, Португалия [1, с. 41].

Все вышеперечисленные документы не имеют прямой юридической силы в странах-участницах, а играют координирующую роль в процессе развития туризма в странах ЕС. Таким образом, можно уверенно заявить, что ЕС, активно координируя туристскую деятельность, не вмешивается в национальную политику каждой из стран-участниц, оставляя последним полную свободу действий в процессе создания и продвижения своих национальных туристских продуктов на международный рынок туристских товаров и услуг.

Туристическая политика Европейского союза нацелена на координацию развития туризма стран-участниц. Союз определяет основные принципы решения проблем для обеспечения уровня роста туризма в этих странах:

– защита туристов и их свободного передвижения, которое включает в себя: упрощение полицейского и таможенного контроля на границах; повышение безопасности туристов и защита их от недобросовестной рекламы; гармонизация политики страхования туристов; информирование об их социальных правах;

– гармонизация правил деятельности в индустрии туризма: гармонизации налоговой политики в разных странах ЕС; взаимного признания уровня квалификации и дипломов профессиональной подготовки;

– региональное развитие туризма с целью его продвижения в менее развитые регионы союза, которые имеют туристский потенциал [2].

Туристский успех стран-участниц ЕС на международном туристском рынке можно объяснить не столько успешной политикой на общеевропейском уровне, сколько грамотной политикой стран-участниц в области развития и продвижения, национальных турпродуктов на местном уровне. В большинстве стран-участниц ЕС, за редким исключением, сформировалась практика создания Национальных Туристских Административных (НТА), которые занимаются разработкой национальных программ развития туризма. Данные туристские администрации могут по-разному называться

(Turespana – в Испании, British Tourist Authority – в Великобритании, ENIT – в Италии, Maison de la France – во Франции и т.д.), но характер и сущность работы данных национальных институтов весьма схожа (рис. 2). Именно НТА занимаются разработкой и продвижением новых туристских продуктов на международный туристский рынок.

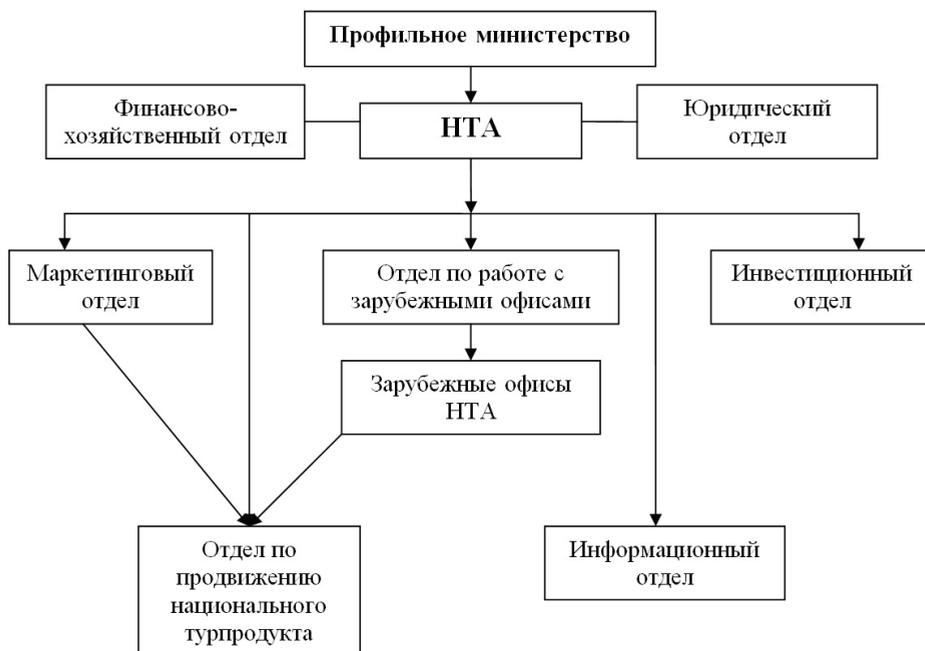


Рис. 2. Унифицированная структура НТА

Источник: авторский.

Национальные туристские администрации, как правило, находятся в прямом подчинении профильного министерства (Министерство туризма, Министерство экономики и т.п.), которое осуществляет координацию деятельности НАТ.

Маркетинговый отдел осуществляет следующие виды деятельности:

- разработка маркетинговых программ;
- маркетинговые исследования;
- PR-мероприятия;
- проведение рекламных компаний и т.д.

Отдел по продвижению национального туристского продукта в своей деятельности тесно сотрудничает с маркетинговым отделом и осуществляет политику по продвижению своей страны на международный туристский рынок. Продвижение национального турпродукта осуществляется через международные представительства НТА в зарубежных странах, которые на местах организуют процесс продвижения своей страны как привлекательного места для путешествий.

Отдел по работе с зарубежными офисами осуществляет координацию деятельности зарубежных представительств НТА. Основной задачей зарубежных офисов НТА, в свою очередь, является организация имиджевой рекламы и продвижение своего направления за рубежом. Зарубежные представительства НТА ответственны за следующее:

- участие в туристских выставках и ярмарках;
- информационная работа;
- организация workshops;
- проведение различного рода мероприятий и т.д.

Информационный отдел отвечает за организацию информационного обеспечения потенциальных потребителей национального турпродукта (туристов). К основным обязанностям информационного отдела можно отнести:

- издание информационно-рекламного материала (брошюры, каталоги, туристские путеводители и т.д.);
- проведение рекламных кампаний во всех видах СМИ;
- организация тренингов для сотрудников национальных туроператоров и т.д.

Инвестиционный отдел отвечает за привлечение средств для развития туристской инфраструктуры. Инвестиционный отдел ведет активную работу не только с государственными, но и с частными инвесторами, которые благодаря многочисленным финансовым привилегиям активно вкладывают средства в туристскую инфраструктуру.

Практика создания НТА зарекомендовала себя как весьма эффективная и наиболее действенная в конкурентной борьбе за привлечение туристов. Таким образом, можно сделать очевидный вывод о том, что Европейский союз в своей политике в области туризма опирается на национальные особенности развития туристской отрасли, не навязывая общеевропейские правила развития индустрии туризма. Несмотря на то, что Европейский союз позиционируется как единое международное образование, с единой внешнеполитической линией поведения, следует признать, что на международном туристском рынке Европейский союз представлен 27-ю разнообразными туристскими продуктами, которые ведут между собой упорную конкурентную борьбу за лояльность со стороны туристов.

Европейский союз оказывает всяческую помощь, в том числе и финансовую, в развитии туристской инфраструктуры стран-участниц. Несмотря на это, политика ЕС в области развития туризма строится на принципе полной самостоятельности самих стран-участниц в вопросе выбора вектора развития национальной индустрии туризма. Многочисленные программы межрегиональной кооперации между странами-участниками ЕС с разным уровнем развития туристской инфраструктуры помогают странам, которые имеют менее развитую инфраструктуру, внедрять новые технологии

для повышения конкурентоспособности их туристского продукта, что положительным образом отражается на динамике туристских прибытий в страны Европейского союза.

Список источников

1. Гайдукевич, Л. Туристская политика в расширенном Европейском союзе [текст] / Л. Гайдукевич // Журнал международного права и международных отношений. – 2008. – №4.
2. Туристическая политика стран Европейского союза [Электронный ресурс]. – 2009. – URL: <http://mytrevel.org.ua/strany/turisticheskaya-politika-stran-evropejskogo-soyuza.html>
3. A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism. – Brussels: Commission of the European Communities, 17.03.2006.
4. Opinion of the European Economic and Social Committee on Tourism Policy in the Enlarged EU (2005/C 255/02) // Official Journal of the European Union. 2005. V. 4.
5. Progress and Priorities 2007/2008: World Travel & Tourism Council. – London: WTTC, 2006.
6. Tourism highlights, 2008 edition. – Madrid: UNWTO, 2008.
7. Tourism highlights, 2009 edition. – Madrid: UNWTO, 2009.

THE EU COMMON TOURISM POLICY?

Volkov Sergey Konstantinovich,

Ph.D. of Economy, Senior Teacher of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;
ambiente2@rambler.ru

Popkova Elena Gennadyevna,

Dr. Sc. of Economy, Professor of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;
210471@mail.ru

The article analyzes the EU tourism policy. It reviews legislative acts regulating tourist activity of the EU member countries. The article presents analysis of experience in formation of national tourist administrations promoting countries` tourist industry development.

Keywords: The European Union, tourist industry, tourism policy, national tourist administrations.