

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

УДК 796.5

DOI 10.33514/BK-1694-7711-2020-1-35-47

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова  
Калампыр**

э.и.д., профессору, Экономика жана башкаруу институтунун директору

Эл аралык инновациялык технологиялар университети

Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин

аспиранты

Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин

магистранты

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова  
Калампыр**

д.э.н., профессор Директор Института Экономики и менеджмента

Международный Университет Инновационных Технологий

Аспирант, Международный Университет Инновационных технологий

Магистрант Международный Университет Инновационных технологий

**Birimkulova Kyyal Duishenbekovna, Mamatbekov Dastan Nurbekovich, Erzhitova  
Kalampyr**

Doctor of Economics, Professor, Director of the Institute of Economics and Management

International University of Innovative Technologies

Postgraduate student of the International University of Innovative Technologies

Master student of International University of Innovative Technologies

**ДҮЙНӨЛҮК ЭКОНОМИКАДА ЭЛ АРАЛЫК ТУРИЗМДИН ОРДУ ЖАНА РОЛУ**

**МЕСТО И РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**PLACE AND ROLE OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE WORLD ECONOMY**

**Аннотация:** Изилдөө милдети катары автор эл аралык туризмдин дүйнөлүк экономикадагы ордун жана ролун баалоо аракетин аныктады. Изилдөөнүн негизги максаты - дүйнөлүк экономикада маанилүү жана орчундуу орунду ээлеген жана дүйнөлүк масштабда экономикалык жана социалдык өнүгүүгө салым кошкон эл аралык туризмди изилдөө. Бул иштин максаты - Дүйнөлүк Туризм Уюмунун статистикасын жана дүйнөдөгү чечимдерди кабыл алуу үчүн глобалдык маалыматтардын эң толук булагы болгон "Кноета" электрондук ресурсун колдонуп, эл аралык туризмдин абалына баа берүүнүн натыйжаларын талдоону көрсөтүү.

**Аннотация.** В качестве исследовательской задачи автором была определена попытка оценить место и роль международного туризма в мировой экономике. Основной задачей исследования является изучение международного туризма, который занимает важное и значимое место в мировой экономике и способствует экономическому и социальному развитию в мировом масштабе. Целью данной работы является показать анализ результатов

оценки состояния международного туризма при помощи статистических данных Всемирной Туристской Организации и электронного ресурса “Кноема”, который является самым полным источником глобальных данных для принятия решений в мире.

**Annotation:** As a research task, the author identified an attempt to assess the place and role of international tourism in the world economy. The main objective of the study is to study international tourism, which occupies an important and significant place in the world economy and contributes to economic and social development on a global scale. The purpose of this work is to show the analysis of the results of assessing the state of international tourism using the statistics of the World Tourism Organization and the electronic resource "Knoema", which is the most complete source of global data for decision-making in the world.

**Ачык сөздөр:** Меймандостук, мейманкана кызматтары, эл аралык туризм, дүйнөнүн эң көп барган өлкөлөрү, туризмден түшкөн киреше, эл аралык туристтер.

**Ключевые слова:** Гостиничный бизнес, гостиничные услуги, международный туризм, самые посещаемые страны в мире, доходам от туризма, международные туристские поступления.

**Keywords:** Hotel business, hotel services, international tourism, the most visited countries in the world, tourism income, international tourist income.

Одной из наиболее динамично-развивающихся сфер внешнеэкономической деятельности, которая занимает важное место в современной мировой экономике, причем роль, которой постоянно возрастает является международный туризм.

По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), Число совершенных во всем мире в 2019 году международных туристических поездок составило 1,5 млрд, прирост по сравнению с 2018 годом на 4%.

Кроме того, туризм - третья по доходам экспортная отрасль в мире, которая дает 29% мирового экспорта услуг и 7% общего экспорта, что по состоянию на 2018 год, доходы сектора оцениваются в 1,7 трлн долл. США: по этому показателю туризм уступает только нефтегазовой промышленности (2,4 трлн долл. США) и химической индустрии (2,2 трлн долл. США). В некоторых регионах эти пропорции превышают среднемировые, особенно на Ближнем Востоке и в Африке, где туризм составляет более 50% экспорта услуг и около 9% экспорта в целом. Рост туризма в 2019 году наблюдался во всех регионах мира. Однако он оказался ниже ожидаемого из-за Brexit, краха холдинга Thomas Cook, геополитической напряженности и глобального экономического спада. Особенно эти события затронули Европу, Азию и Тихоокеанский регион.

По данным организации, в 2019 году число поездок на Ближний Восток выросло на 8%, в Азию - на 5%, в Африку - на 4%. Число путешествий в Европу несколько снизилось по сравнению с предыдущими годами, тем не менее регион продолжает лидировать по числу международных прибытий - 743 млн иностранных гостей (плюс 4%). Северную и Южную Америку туристы посещали на 2% чаще, чем годом ранее. При этом число поездок в Южную Америку заметно снизилось из-за протестов в ряде стран.

В 2018 г. количество международных туристических прибытий по миру достигло 1,4 млрд, по данным Всемирной туристической организации. Рост экспорта туризма (+4%) седьмой год подряд превышает рост экспорта товаров (+3%). В 2018 г. туризм обеспечил 10,4% мирового ВВП и аналогичную долю занятости. В 2018 г. количество международных

туристических прибытий по миру достигло 1,4 млрд, по данным Всемирной туристической организации. Рост экспорта туризма (+4%) седьмой год подряд превышает рост экспорта товаров (+3%). В 2018 г. туризм обеспечил 10,4% мирового ВВП и аналогичную долю занятости.

Туризм числится в первых пяти позициях общего экспорта 80% стран мира, особенно Европы, Среднего Востока и США.

Туризм – это феномен, который нельзя было найти ни в одном языке мира до середины XIX века. Слово «tour» чаще всего ассоциировалось с поездкой, затем с фактом временного отсутствия человека в своем доме по делу или во имя приятного времяпрепровождения, то есть постепенно вырабатывалась современная интерпретация слова «tourism».

Словарь Вебстера поясняет слово «турист» как «кто-либо совершающий путешествие для удовольствия или из интереса», другой словарь XIX века содержит более интересные значения: «люди, которые путешествуют для удовольствия, из любопытства и оттого, что им нечего делать» и даже «для удовольствия хвастаться этим потом».

Одно из первоначальных и наиболее точных определений туризма дано профессорами Бернского университета Гунзикером и Крапфом, которое позже было принято Международной ассоциацией научных экспертов туризма. Первоначально эти ученые были того мнения, что туризм можно определить, как ряд явлений и взаимоотношений, возникающих как результат путешествий людей, до тех пор, пока это приводит к постоянному пребыванию вне места постоянного проживания и не связано с получением какой-либо выгоды (прибыли). Это определение не касается экскурсий, деловых путешествий, связанных с получением прибыли, даже когда прибыль не получена в стране пребывания. Необходимо заметить, что трудно установить различия между деловыми путешествиями и теми, которые предпринимаются с целью развлечения, так как большинство путешествий являются комбинацией этих двух видов путешествий.

Со временем базовая концепция туризма расширилась и стала включать различные виды деловых путешествий, которые не приводят к постоянному пребыванию в стране и не подразумевают получение прибыли.

Для того чтобы выявить особенности современного этапа развития туризма, необходимо рассмотреть историю его возникновения.

Современный туризм – явление, с одной стороны, молодое, так как массовым он стал всего лишь после Второй мировой войны, с другой стороны, туризм имеет глубокие исторические корни, ибо путешествия известны человечеству с древнейших времен.

Периодизация развития туризма в Западной Европе очень подробно освещена В.Б.Сапруновой. В ее основу положены следующие критерии: технико-экономические предпосылки; социальные предпосылки; целевые функции туризма на разных этапах развития. Согласно этой периодизации, в истории развития туризма различается 4 этапа:

1. до начала XIX века – предыстория туризма;
2. начало XIX века – начало XX века – элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
3. начало XX века – до Второй мировой войны – начало становления социального туризма;
4. после Второй мировой войны – современный этап – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству

товаров и услуг для туризма. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. В определенной степени, этому способствовало сокращение рабочего времени, и, соответственно, рост свободного времени. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.

Итак, на определенном этапе развития экономики, когда потребность в путешествиях резко возросла, появились и производители услуг для путешествий. Это привело к формированию товара особого вида - туризма. Таким образом, туризм возник как товар, который можно купить и продать на потребительском рынке и который реализуется в форме материальных и нематериальных услуг. Своеобразным достоинством туристских услуг как товара является то, что значительная часть этих услуг производится с минимальными затратами на месте и, как правило, без использования иностранной валюты.

Туризм не является товаром первой жизненной необходимости, поэтому он становится насущной потребностью человека только при определенном уровне его дохода и определенном уровне богатства общества.

Существенное значение для развития международного туризма имело также стремление отдельных стран к увеличению валютных поступлений от туризма и создание с этой целью целой отрасли хозяйства — туристской индустрии. Под туристской индустрией понимается совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристского спроса. Сюда относятся гостиницы и другие средства размещения, средства транспорта, предприятия общественного питания, предприятия, выпускающие сувениры и другие товары туристского спроса. В туристской индустрии во всем мире занято более 214 млн. человек.

Туристская терминология претерпевает существенные изменения сообразно стремительному темпу развития и формирования, как общественных отношений, так и туризма, его отраслей и видов. Толкование туристских терминов – предмет ожесточенных дискуссий разработчиков теории туризма. Для того чтобы определить значение туризма и полнее описать сферу его деятельности, необходимо, в первую очередь, выделить различные группы субъектов, которые взаимодействуют в туризме:

1. Туристы. Это люди, которые испытывают различные психические и физические потребности, природа которых определяет направление и виды участия этих людей в туристской деятельности в качестве потребителей.

2. Организации, предоставляющие туристам товары и услуги. Это предприниматели, которые видят в туризме возможность получать прибыль посредством предоставления товаров и услуг с учетом спроса на туристском рынке.

3. Местные органы власти. Рассматривают туризм как важнейший фактор экономики, связанный с доходами, которые местные граждане могут получать от этого бизнеса в виде налогов, поступающих в местный бюджет.

4. Принимающая сторона. Местное население, воспринимающее туризм, в первую очередь, как фактор занятости населения. Для этой группы важным является результат взаимодействия с туристами, в том числе и с иностранными.

Таким образом, туризм может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности.

Путешествия, туризм – это комплекс родственных сфер бизнеса. Наиболее близкой к туризму профессией является распространение туров, то есть работа туристских агентств. Непосредственно привлечены к туризму транспортные организации, предприятия общественного питания и учреждения размещения. К сопряженным видам бизнеса также можно отнести финансовые структуры, которые финансируют развитие сферы обслуживания.

Изучение туризма с научной точки зрения с недавних пор привлекло внимание ученых многих областей знаний. В связи с этим возникла необходимость в разработке точных и согласованных определений и терминов. Этой проблемой ежегодно занимаются различные организации, включая Организацию Объединенных Наций, Всемирную Туристскую Организацию, Организацию Экономического Сотрудничества и Развития.

Международные организации постоянно обращаются к теме туристской терминологии, в основном с целью согласования принципов международной статистики. Так, в 1937 году определение «международный турист» было дано на Конференции экспертов по статистике Лиги Наций. В 1950 году International Union of Official Travel Organization (IUOTO) – Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО), преобразованный в 1975 году во Всемирную Туристскую Организацию (ВТО), уточнил определение «турист», введя новые понятия: «экскурсант» и «транзитный путешественник». При этом было дано четкое разграничение этих категорий от категории «турист».

Приведем классическое определение туризма, данное В.А. Квартальновым: «Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте».

Рассмотрим основные понятия и категории с точки зрения норм. В законе Кыргызской Республики «О туризме», дается следующее определение. Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Кыргызской Республики, иностранных граждан и лиц без гражданства за пределы постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых, спортивных, религиозных и других целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Изучение туризма осуществляется с помощью различных подходов и методов, в выборе которых нет единодушия среди специалистов. Например, авторитетные американские профессора Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи рекомендуют следующие подходы:

1. Институциональный подход к изучению туризма подразумевает изучение разных туристских институтов и посредников, таких, как отели, рестораны, туроператоры, турагенты и др. Этот метод требует исследования организационного процесса, операционных методов, экономической среды бизнеса и др.

2. Подход, основанный на изучении продукта, исследует различные туристские продукты во взаимосвязи с их производством, продвижением на рынке и реализацией. Однако этот подход требует много времени для изучения и не позволяет исследователям быстро определить основы туризма.



3. Исторический подход включает в себя анализ деятельности туристских институтов в историческом ракурсе и влияние инноваций на их развитие. Такой эволюционный подход не получил широкого развития, поскольку туризм приобрел массовый характер сравнительно недавно.

4. Управленческий подход, по мнению специалистов, является самым важным и перспективным, так как ориентирован на отдельные туристские фирмы, то есть имеет микроэкономический характер. Этот подход сфокусирован на такие виды управленческой деятельности, необходимые для функционирования туристской организации, как планирование, контроль, ценообразование, реклама и др. Важность и перспективность данного подхода обусловлены тем, что институциональные изменения, изменения продукта и даже общества подразумевают, что именно управленческие цели и процедуры должны запустить механизм изменений с учетом перемен, происходящим в туристской среде.

5. Экономический подход из-за важности туризма, как для внутренней, так и для мировой экономики, активно изучается экономистами с точки зрения формирования спроса и предложения, его влияния на платежный баланс и обменный курс, занятость, экономическое развитие и другие экономические факторы. С помощью этого подхода можно разработать схему анализа туризма и его экономического воздействия на экономику страны. Однако он не уделяет должного внимания экологическому, социально-культурному, психологическому и антропологическому воздействию.

6. Социологический подход обусловлен тем, что туризм представляет собой социальную деятельность, поэтому внимание социологов направлено на изучение индивидуального и группового поведения туристов и влияния туризма на общество. При таком подходе рассматривают социальные группы, привычки и обычаи, как гостей, так и жителей принимающей стороны. Социальные аспекты туризма и отдыха пока недостаточно изучены, и это предсказывает более широкое применение социологического подхода.

7. Географический подход специализируется на изучении местности туристской зоны (потоки туристов в эти местности), ландшафта, климата, а также экономических и социально-культурных аспектов. Особую важность здесь приобретает курс рекреационной географии, так как туризм и рекреация тесно взаимосвязаны.

8. Междисциплинарный подход обусловлен, прежде всего, тем, что туризм охватывает практически все аспекты жизни общества. Поскольку путешественники имеют самые различные цели, необходимо использовать психологический подход при выполнении маркетинга и продвижении туристского продукта. При изучении культурного туризма, помимо прочего, целесообразно применять антропологический подход. Подключение политических институтов из-за пересечения государственных границ туристами и необходимости получения для этого паспорта и визы от соответствующих государственных органов, а также существование во многих государствах правительственных структур по развитию туризма требуют привлечения политических наук. Для того чтобы индустрия туризма функционировала, необходимо, чтобы законодательные органы обеспечивали соответствующую правовую базу в виде законов о туризме и других нормативных актов.

9. Системный подход к изучению туризма интегрирует другие подходы в единый комплексный подход, с помощью которого на микроуровне можно исследовать деятельность туристских фирм в конкурентной среде, их рынки, а также их взаимоотношения с другими системами, такими, как политическая, правовая, экономическая и социальная.

Международный туризм бывает выездной и въездной. Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих на данной территории, в другую страну. Въездной туризм - это путешествия в пределах данной страны лиц, не проживающих постоянно на территории этой страны.

В соответствии со спецификой отражения финансовых результатов в бюджете страны выделяют два вида туризма: активный и пассивный.

Приезд иностранных туристов в данную страну является активным туризмом. Активный туризм служит фактором ввоза денег (валюты) в данную страну.

Выезд туристов из одной страны в другие государства является пассивным туризмом. Пассивный туризм является фактором вывоза денег (валюты) из данной страны.

В зависимости от главной цели путешествия выделяют следующие разновидности туризма: рекреационный, познавательный, научный, деловой.

Рекреационный туризм - это туризм с целью отдыха, оздоровления и лечения. При этом следует иметь в виду, что пребывание граждан в специальных санаториях (как при наличии больничного листа, так и при его отсутствии) не относится к туризму, так как в данном случае санаторий - это разновидность больницы.

Познавательный, или культурный, туризм - это путешествие в целях ознакомления с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами по определенной программе.

В научном туризме преобладает посещение конгрессов, симпозиумов и т.п., причем обычно с последующими экскурсионными поездками.

Деловой туризм (поездки бизнесменов с деловыми целями) представляет собой наиболее динамичный и доходный вид туризма.

По характеру организации путешествия выделяют индивидуальный, групповой, организованный и самостоятельный (неорганизованный), стационарный и передвижной туризм.

По интенсивности туристских путевок различают постоянный и сезонный туризм. Круглогодичное и относительно равномерное посещение туристских регионов называется постоянным туризмом. Это характерно, прежде всего, для наиболее известных центров цивилизации, культуры, оздоровления: известных городов мира, курортов, мест, располагающих уникальными минеральными водами и грязями.

Некоторые регионы привлекают туристов преимущественно в определенное время года. Такой туризм является сезонным. Туристские регионы, посещаемые только в определенное время года (например, летом или зимой), характеризуются как одно-сезонные туристские регионы. Регионы, посещаемые в любое время года (и летом, и зимой), называются двух-сезонными. Сезоны в зависимости от степени интенсивности посещения туристами данного туристского региона делятся на: пиковый (т.е. наиболее загруженный), тихий (со средней степенью загрузки) и мертвый (незагруженный, почти не посещаемый туристами) сезоны.

По продолжительности пребывания туристов в путешествии выделяют кратковременный и продолжительный туризм. Кратковременный туризм - это туризм, когда продолжительность путешествия не превышает трех суток. Продолжительный туризм - это туризм, при котором срок путешествия более трех суток.

Исходя из используемых транспортных средств для передвижения туристов различают туризм с использованием личного транспорта туриста и общественного транспорта, т.е. транспорта, принадлежащего или арендованного туристским хозяйствующим субъектом. К этим разновидностям туризма относятся автотуризм, караванный круиз, морской и речной круизы и т.п.

Кроме того, туристу могут быть предоставлены либо определенные виды услуг по его выбору, либо полный комплекс услуг. Полный комплекс услуг может предоставляться путем продажи так называемых инклюзив-туров (inclusive tour) или пэкидж-туров (package tour).

Инклюзив-тур применяется чаще всего при авиационных перевозках, причем стоимость перевозки туриста к месту назначения и обратно определяется на основе специально разрабатываемых инклюзив-тарифов, которые, иногда наполовину ниже обычных. Он включает также стоимость размещения туриста в гостинице, питание (полное или частичное) и другие услуги, предоставляемые на определенное число дней пребывания туриста в стране назначения. Общий уровень цены инклюзив-тура должен быть не ниже обычного тарифа (т.е. стоимости транспортировки) до данной страны. Клиенту сообщается полная цена инклюзив-тура без разбивки ее на отдельные виды услуг. Инклюзив-туры предполагается использовать как при групповых, так и при индивидуальных туристских поездках. Пэкидж-тур также предполагает предоставление клиенту полного комплекса услуг, который, однако, может и не включать транспортные расходы. Обычно пэкидж-туры организуются по определенной, заранее рекламируемой программе.

Принципиального различия между этими понятиями нет. В западноевропейских странах более распространен термин «инклюзив-тур», в США — «пэкидж-тур».

Структура этих туров в значительной степени варьируется в зависимости от страны, состава туристов, их покупательной способности, характера, ассортимента и качества предлагаемых услуг.

Международный туризм, для многих стран превратился в существенный источник увеличения доходов и роста национальной экономики. Такие высокоразвитые страны, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма.

Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. Например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет: в Испании - 35%, Австралии — 36%, Греции — 36%, Швейцарии — 12%, Италии — 11%, Португалии — 21%, на Кипре — 52%. В большинстве развивающихся стран на долю иностранного туризма приходится 10-15% доходов от экспорта товаров и услуг (Индия, Египет, Перу, Парагвай, Коста-Рика). Однако в ряде стран этот показатель значительно выше: в Колумбии он составляет 20%, Ямайке — 30%, Панаме — 55%, на Гаити — 73%.

Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристского рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% падает на Америку, менее 10% — на Азию, Африку и Австралию, вместе взятые.

В классификации Всемирной туристской организации выделяются страны, являющиеся в первую очередь странами — поставщиками туристов, и страны, являющиеся в первую очередь принимающими. К странам — поставщикам туристов относятся: США, Бельгия,



Дания, Германия, Голландия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия. К принимающим туристов странам относятся: Австралия, Италия, Швейцария, Франция, Кипр, Греция, Мексика, Португалия, Испания, Турция.

Как мы уже отмечали, в 2018 году по миру путешествовало 1,4 млрд человек. При этом более 60% глобального мирового турпотока пришлось на 20 стран мира.

Лидером по количеству иностранных туристов является Франция (93,2 млн туристов). В ТОП-5 мирового рейтинга также вошли Испания (82,8 млн), США (82,2 млн), Китай (62,9 млн) и Италия (62,1 млн) (Таблица 1).

Таблица 1. Топ – 20 самых посещаемых стран в мире



В первой десятке стран самую большую динамику по въезду показала Турция, с показателем 45,8 млн туристов. На седьмом месте оказалась Мексика с показателем 41,4 млн туристов, на восьмой – Германия (38,9 млн), девятым «пришел» Таиланд (38,3 млн). Десятку лучших закрывает – Великобритания с 35,1 млн туристами. Россия заняла 16 место в ТОП-20 самых посещаемых стран мира по итогам 2018 года с показателем 24,6 млн иностранных туристов. По сравнению с 2017 годом позиция РФ в мировом рейтинге не изменилась. Соседями России по «турнирной таблице» являются Малазия (15 место, 25,8 млн человек) и Канада (17 место, 21,2 млн человек). В двадцатку туристических направлений с наибольшим количеством туристов также вошли Япония (31,2 млн) Австрия (30,8 млн), Греция (30,1 млн), Гонконг (Китай) (29,3 млн), Португалия (21,2 млн), Нидерланды (19 млн) и Макао (Китай) (18,5 млн).

По доходам от международного туризма лидируют США, для которых этот показатель составляет 256,145 миллиардов долларов, с увеличением на 1,8% по сравнению с 2017 годом. Доходы Испании, Франции, Таиланда, Германии и Италии колеблются от 81,250 до 51,602 миллиардов долларов. Наиболее прогрессивными по сравнению с предыдущим годом являются Япония, с увеличением на 22,4% по сравнению с показателями с 2017 года, где сумма составляет 45,276 миллиардов долларов США. Великобритания, Австрия и Гонконг (Китай) колеблются от 81,250 до 51,602 миллиардов долларов (Таблица 2).

**Таблица 2. Первые десять стран мира по доходам от туризма (международные туристские поступления) в 2010г.**

№	Страна	Доход от туризма, млрд. долл.	Соотношение доходов (%) 2018/2017	Доля от общемирового уровня(%)
<b>В мире</b>		<b>1700,00</b>	<b>9.0</b>	<b>100</b>
1.	США	256,145	1,8	14,8
2.	Испания	81,250	7,0	4,47
3.	Франция	73,125	7,6	4,0
4.	Таиланд	65,242	14,3	3,36
5.	Германия	60,260	7,0	3,31
6.	Италия	51,602	10,5	2,75
7.	Великобритания	48,515	1,7	2,81
8.	Австрия	47,327	7,6	2,59
9.	Япония	45,276	22,4	2,18
10.	Гонконг (Китай)	41,870	9,7	2,25

Источник: <https://knoema.ru/>

С каждым годом международный въездной туризм растет по геометрической прогрессии. Международный въездной туризм – это количество туристов, которые едут в страны, но не в те, где они у них обычное место жительства, в течение периода, не превышающего 12 месяцев, и главной целью их посещения не является деятельность, оплачиваемая из источника в посещаемой стране. Когда данные по количеству туристов отсутствуют, вместо него отображаются данные по количеству посетителей, которое включает в себя туристов, посетителей, пассажиров круизных судов и членов экипажа. Источники и методы сбора для прибывших отличаются в разных странах. В некоторых случаях данные взяты из пограничной статистики (полиции, иммиграционной службы и т.п.) и дополнены кадастровой съемкой. В других случаях данные взяты от учреждений, размещающих туристов. Для некоторых стран количество заездов ограничено для прибывших по воздуху, а для остальных доля заездов ограничена размещением в гостиницах. Некоторые страны также включают прибытие соотечественников, проживающих за рубежом, в то время как другие страны этого не делают. Необходимо с осторожностью сравнивать показатель прибывших туристов в разных странах. Данные о въезжающих туристах относятся к числу поездок, а не к количеству путешествующих людей.

Таким образом, человек, который совершает несколько поездок в течение определенного периода, подсчитывается каждый раз как заново прибывший.

С 60-х годов XX века международный туризм начал бурно развиваться. В это время феномен туризма приобретает широкий размах, с числом международных туристических посещений, превышающих 50 млн., а после 60-70-х годов, для которых характерен массовый туризм на мировом уровне, рост международного туризма приобретает захватывающие темпы (Таблица 3).

**Таблица 3. Динамика числа прибытий туристов и поступлений от туризма во всем мире с 1960 по 2019 гг.**

	<b>Число прибытий, млн. человек</b>	<b>Изменения, %</b>	<b>Поступления, млрд. долл.</b>	<b>Изменения, %</b>
1960-1969	69,2	-	6,86	-
1970-1979	159,6	130,6	17,9	160,93
1980-1989	284,8	78,5	102,3	471,5
1990-1999	459,2	61,2	264,7	158,8
2000-2009	687,3	49,7	473,4	78,8
2010-2020	1500,0	118,3	1700,0	259,1

Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО)

Доходы стран от продажи услуг туризма выросли в этот период в 250 раз, с 6,8 млрд. долл. до 1,7 трлн долл. США. (Диаграмма 2).



**Диаграмма 1. Доходы стран**



**Диаграмма 2. Число прибывших туристов**

Возрастающее значение туризма в экономическом развитии все большего числа стран подтверждает предположение, что доля поступления от международного туризма в ближайшее десятилетие будет расти.

Международный туризм оказывает значительное влияние на решение проблемы занятости населения, обеспечения рабочих мест на временной и постоянной основе. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) в своем ежегодном докладе дал качественную оценку влияния туризма на мировую экономику и занятость в 185 странах и 25 регионах. Исследование показывает, что на этот сектор приходилось 10,4% мирового ВВП и 319 миллионов рабочих мест, или 10% от общей занятости в 2018 году. Большая часть расходов путешественников приходилась на рынок досуга, который составил 78,5% от общего объема по сравнению с 21,5% на деловые расходы. На сектор туризма приходилось 6,5% от общего объема мирового экспорта и 27,2% от общего объема мирового экспорта услуг.

Вклад туризма в занятость населения и открытие новых рабочих мест определяют социально-экономическое значение данного сектора. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и, с учетом мультипликативного эффекта, составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики. Также туризм способствует экономическому и социальному развитию в мировом масштабе. Приведенные данные еще раз подтверждают, что международный туризм занимает важное и значимое место в мировой экономике.

**Список использованной литературы:**

1. Webster N. An American dictionary of the English language. - New York, 1828.

2. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: «Ось-89», 1997. – 160с.: ил.
3. The 2004 Travel & Tourism Economic Research, 2009 Edition, WTTC.
4. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с.
5. Закон Кыргызской Республики «О туризме» N 34 от 25 марта 1999 года, г. Бишкек.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме.– М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.

**List of used literature:**

1. Webster N. American Dictionary of the English Language. - New York, 1828
2. Saprunova V.B. Tourism: evolution, structure, marketing. - М.: "Os-89", 1997. - 160p.: III.
3. Travel and Tourism Economic Survey 2004, 2009 Edition, WTTC.
4. Kvartalnov V.A. Tourism: Textbook. - М.: Finance and statistics, 2000.-- 320 p.
5. Law of the Kyrgyz Republic "On Tourism" No. 34 of March 25, 1999, Bishkek.
6. Papiryan G.A. International economic relations: marketing in tourism. - М.: Finance and statistics, 2000.-- 160 p.

**Рецензент: д.э.н., профессор Ишенов Б.**

УДК 640241:338.81

DOI 10.33514/ВК-1694-7711-2020-1-47-56

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова  
Калампыр**

э.и.д., профессору, Экономика жана башкаруу институтунун директору

Эл аралык инновациялык технологиялар университети

Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин

аспиранты

Эл аралык инновациялык технологиялар университетинин

магистранты

**Биримкулова Кыял Дуйшенбековна, Маматбеков Дастан Нурбекович, Эржигитова  
Калампыр**

д.э.н., профессор Директор Института Экономики и менеджмента

Международный Университет Инновационных Технологий

Аспирант, Международный Университет Инновационных технологий

Магистрант Международный Университет Инновационных технологий

**Birimkulova Kyyal Duishenbekovna, Mamatbekov Dastan Nurbekovich, Erzhitova  
Kalampyr**

Doctor of Economics, Professor, Director of the Institute of Economics and Management

International University of Innovative Technologies

Postgraduate student of the International University of Innovative Technologies

Master student of International University of Innovative Technologies

**МЕЙМАНКАНА БИЗНЕСИН ӨНҮКТҮРҮҮНҮН КӨЙГӨЙЛӨРҮ**