

ИНТЕГРАЦИЯ ЦЕЛЕЙ ПОЕЗДКИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

М.А. Morozov
S.P. Shpilko
K.V. ShevelINTEGRATION OF TRAVEL PURPOSES AS A FACTOR
OF TOURISM DEVELOPMENT

Эволюция потребностей и производства, спроса и предложения определяет перспективы развития любой отрасли. И туризм в этом смысле – не исключение. С учетом того обстоятельства, что со стороны предложения это, скорее, не отрасль, а индустрия как многоотраслевой хозяйственный комплекс.

Вместе с тем, говорить о том, что сами потребности в путешествиях с туристическими целями, их мотивация и тенденции развития достаточно изучены, преждевременно. Тем более, что сам процесс эволюции туристических потребностей стремительно набирает обороты. При этом, правда, остается извечный вопрос теории туризма: какие путешествия считать туристскими?

Формально ответ на него дается, прежде всего, в национальном туристическом законодательстве и статистике туризма. Применительно к российскому законодательству, речь идет, в первую очередь, о Федеральном законе от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015, с изм. от 02.03.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В ст. 1 данного закона туризм определяется как: «временные выезды (путе-

шествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте временного пребывания) [1].

Методической основой статистики туризма являются «Международные рекомендации по статистике туризма, 2008», подготовленные Всемирной туристической организацией (ЮНВТО) и Статистическим отделом Организации Объединенных Наций в сотрудничестве с МОТ, ОСЭР, МВФ, ВТО и Евростатом (далее – «Международные рекомендации»). В них понятие «туризм» идентифицируется прежде всего как экономическое – с позиции экспорта услуг и потребления нерезидента или «посетителя».

Последний, в отличие от более широкой категории «путешественник», определяется как «путешественник, совершающий поездку в какое-либо основное место назначения, находящееся за пределами его/ее обычной среды, на срок менее года с любой главной целью (деловая поездка, отдых или иная личная цель), за исключением цели трудоустройства на предприятие, зарегистрированное в стране или месте посещения. Такие поездки, осуществляемые посетителями, квалифицируются как туристские поездки. Понятие “туризм” относится к деятельности посетителей» [2, с. 12].

При этом сами цели туристских поездок делятся на «основные» и «сопутствующие».

¹ Доктор экономических наук, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова.

© Морозов М.А., 2016.

² Первый заместитель руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы.

© Шпилько С.П., 2016.

³ Аспирант АНО ВО «Российский новый университет».

© Шевель К.В., 2016.

А «основные», в свою очередь, делятся на «личные» и «деловые и профессиональные» [2, с. 30].

К личным поездкам относятся:

- отпуск, досуг и отдых;
- посещение друзей и родственников;
- образование и профессиональная подготовка;

ка;

- лечебные и оздоровительные процедуры;
- религия/паломничество;
- посещение магазинов;
- транзит;
- прочее.

К деловым и профессиональным поездкам относятся деловые поездки нерезидентов, участие в конгрессах, выставках, подготовка на курсах повышения квалификации и т.д. [2, с. 31–32].

То есть очевидно, что речь в любом случае идет о миграции, из которой туризм выделяется по формуле: миграция за минусом вынужденной (беженцы), трудовой (трудоустроенные мигранты) и выезда на постоянное место жительства (переселенцы), то есть, – по остаточному принципу.

Полагаем, в этот перечень следует добавить также нелегальную миграцию, связанную с незаконным пересечением границ или занятиями противозаконными видами деятельности, в том числе рекреационной, в стране (месте) временного пребывания в качестве цели поездки.

Как видим из приведенного выше перечня, в «Международных рекомендациях» основные цели туристских поездок излагаются в весьма агрегированном виде, который предлагается, по мере необходимости, конкретизировать на национальном и региональном уровнях.

Попытаемся предложить свой вариант перечня основных, исторически сложившихся целей миграции, соотнеся их с категорией «туристские» в современном понимании последних.

Таблица 1

Основные цели миграции и виды туризма

Цели путешествия	Отношение целей путешествий к категории туристских*	Существование вида туризма
Собирательство, охота, рыболовство, поиск плодородных земель, пастбищ, полезных ископаемых и других природных ресурсов	–	–**

Работа/предпринимательство	+	деловой туризм
Торговля	+	шоп-туризм
Образование	+	образовательный туризм
Лечение	+	лечебно-оздоровительный туризм
Посещение родных и близких	–	–
Отдых и развлечения	+	рекреационный туризм
Знакомство с достопримечательностями	+	физкультурно-познавательный туризм
Общение с природой	+	экологический туризм
Участие в событийных мероприятиях	+	событийный туризм
Поклонение святым местам	+	паломничество и религиозный туризм
Участие в военных действиях и учениях	–	–
Дипломатия	–	–
Переселение	–	–

* С учетом предусмотренных законодательством сроков туристской поездки.

** Если не считать спортивной охоты и рыбалки с ночевкой и ряд специфических турпродуктов.

Характерно, что однозначно туристским (при соблюдении прочих условий) поездкам к родственникам и знакомым «парного вида туризма не нашлось». А с другой стороны, в, казалось бы, совсем не туристских сферах появляются вполне реальные туристские предложения. Как, например, милитари-туры со стрельбой из различных видов оружия и полетах на истребителях.

Очевидно, что приведенный выше перечень не исчерпывающий – ни в смысле целей поездок, ни, тем более, в отношении видов туризма. Но все эти цели путешествий существовали и в древнейшие времена, существуют и сейчас. Ме-

няется их соотношение в структуре мотивации путешествий.

Например, роль собирательства охоты и рыболовства, поиск плодородных земель и пастбищ в структуре мотивации миграции сократилась. А роль рекреации и связанных с нею видов туризма (культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, спортивного, пляжного, горного, круизов и др.) кардинально выросла. На долю «досуга, отдыха и отпусков» приходится 52% всех туристских поездок, тогда как на долю деловых поездок всего лишь 16%, посещение родственников и друзей – 24%, и 8% – на прочие [5, с. 35].

Сократилась в общей структуре миграция доля «военной составляющей», дипломатии, вынужденной миграции, даже с учетом нынешнего ее всплеска в связи с обострением ситуации в Сирии, Ираке и ряде других ближневосточных и африканских стран. Правда, сам туризм с ростом социальной мобильности населения становится средством народной дипломатии.

Этому способствуют обуславливавшие развитие туризма еще со времен промышленной революции в Европе так присущие постиндустриальной фазе развития общества факторы:

- рост доходов населения;
- увеличение свободного времени;
- рост уровня образования и общей культуры;
- НТП, в особенности развитие транспорта и связи;
- демографические факторы;
- урбанизация;
- информатизация общества;
- глобализация.

Более того, нередко эти факторы в абсолютном выражении приводят к росту миграционных, в т.ч. туристских, потоков, даже если социальная роль основной цели поездки относительно снижается. Так, вряд ли для большинства стран в эпоху Интернета характерен рост религиозности массового сознания и повышение роли соответствующей мотивации поездок. Но расширение возможности путешествовать ведет к тому, что в абсолютном выражении число путешествующих с целью поклонения святыням растет и развивается религиозный туризм как некая производная от паломничества и туризма культурно-познавательного.

Другой пример. Роль традиционной торговли в структуре миграции уменьшается в связи с увеличением доли оптовой и электронной торговли. Этому способствует и глобализация мировой торговли, стимулирующая относительное выравнивание

цен и территориальную доступность товаров. Но, с другой стороны, она же способствует росту конкуренции в сфере услуг, в том числе медицины и образования, стимулируя развитие путешествий «за здоровьем», образовательного, культурно-познавательного, экологического, кулинарного и других видов туризма.

В действительности, ситуация с мотивацией путешествий еще сложнее, она входит во всё большее противоречие с основами современной статистики туризма. В «Международных рекомендациях» «основной» считается та цель поездки, «в отсутствие которой данная поездка не состоялась бы». Цель эта тесно связана с основным видом деятельности, осуществляемым туристом в ходе поездки. При этом «каждая туристская поездка имеет одну единственную основную цель, хотя тот или иной посетитель, находясь в поездке, может осуществлять второстепенные виды деятельности» [2, с. 31–32].

Характерно, что иллюстрируются эти положения «Международных рекомендаций» на примере поощрительных поездок, организуемых и оплачиваемых работодателями, которые предлагается относить к категориям «отпуск, досуг и отдых» и поездок с «личными» целями.

На самом деле основных целей при организации incentive-туров как минимум две, и преследуют их разные субъекты. Работодатель организует поощрительную поездку с целью поощрения, сплочения коллектива и формирования командного духа. А для наемных работников – это способ отдохнуть и пообщаться с коллегами в неформальной обстановке. При этом в большинстве случаев участие в incentive-турах является делом добровольным.

Следовательно, такая поездка может осуществиться только при наличии двух основных целей поездки и заинтересованности в ней и работодателя, и наемного работника. И переносом incentive-туров из раздела «деловых и профессиональных» целей поездок, где они находились в предшествующей редакции «Международных рекомендаций», в раздел «личных» целей поездок и рекреации, проблема четкого позиционирования данного вида туризма и трактовки его мотивации не решается. Ибо объективные изменения в образе жизни современного человека определяют необходимость комбинирования различных целей путешествий, в отсутствие каждой из которых поездка не может состояться. Причем, далеко не всегда это цели туристские в традиционном понимании этого слова.

Возьмем, например, работу как мотив путешествия, которая при условии оплаты от мест-

ных источников туризмом не считается. Конечно, можно привести в качестве примера существовавшие в советское время детские лагеря труда и отдыха, но осуществление их финансирования, как правило, осуществлялось не только и не столько за счет местных источников.

Сложнее дело обстоит с волонтерами, работающими, например, на особо охраняемых территориях, поскольку пребывание их там финансируется, как правило, за счет принимающей стороны. То есть, работа является своего рода компенсацией за пребывание в аттрактивных местах, включая событийные мероприятия, такие, например, как Олимпийские игры или чемпионат мира по футболу.

Ярким примером сочетания туризма и работы стала программа международного студенческого обмена “Summer Work Travel Program”, позволяющая молодежи не только отдохнуть во время каникул, но и заработать. Для участия в программе “Work Travel USA” кандидат должен получить визу J1, согласно которой он может трудиться в любой сфере, за исключением медицинской.

Большая часть выезжающих по данной программе работает в сфере обслуживания. Срок поездки составляет не более четырех месяцев в период с 15 мая по 15 сентября, три из которых участник обязан отработать на предложенной ему должности, а 1 месяц может посвятить путешествиям по стране. Заработная плата варьируется от \$4 до \$12 в час. Оформление происходит через агентства, имеющие соответствующую аккредитацию посольства США [7; 8].

Стоимость участия в программе для студента составляет \$950 в том случае, если он ищет работодателя самостоятельно, и \$1300 в случае подбора рабочего места агентством. Отдельно оплачивается визовый (\$160) и сервисный взнос (\$35), а также авиаперелет [9].

Таким образом, финансирование таких поездок осуществляется за счет средств самого путешествующего и его заработной платы, получаемой от работодателя в месте временного пребывания. При этом и туризм, и работа в данном случае являются основными и неразрывно связанными между собой целями поездки, в отсутствие которых она также не могла бы состояться.

Глубинные изменения в природе туристской миграции происходят и с точки зрения постоянной среды обитания. Всё чаще нерезиденты местом своего постоянного пребывания выбирают зарубежные курорты других стран, возвращаясь в свои страны на короткий период, чтобы выполнить визовые и иные формальности. Это ка-

сается и рантье, и пенсионеров, сдающих свои квартиры в аренду, в то время как сами они проживают большую часть времени на средиземноморских, карибских и иных курортах, и «фрилансеров», действующих аналогичным образом, но при этом работающих дистанционно.

Ясно, что традиции второго жилья на курортах восходят к временам Древнего мира (Римской империи, Персидского царства, Древнего Китая и др.). Но исторически это была преимущественно прерогатива состоятельных слоев общества, тогда как теперь приобретение недвижимости в курортных зонах, в том числе за рубежом, широко практикуется представителями среднего класса, а долгосрочная аренда – и менее состоятельными категориями граждан относительно экономически развитых стран, в том числе России.

Поскольку при этом гражданство, как правило, не меняется, такие нерезиденты на территории другой страны воспринимаются как туристы, а торговля рекреационной недвижимостью становится важнейшим, высокодоходным и динамично развивающимся сегментом мирового туристского рынка. И, вне зависимости от соблюдения туристских формальностей, это настоящий прорыв в развитии туризма как вида и социальной, и экономической деятельности, закономерной в условиях глобализации.

В свете сказанного можно сделать вывод, что комбинация различных целей поездки, в том числе основных, является важнейшей тенденцией эволюции мотивации путешествий, включая путешествия с туристскими целями. Эта тенденция обусловлена объективными изменениями в образе жизни современного человека, связанными с тем, что интенсификация труда, увеличение информационной нагрузки, урбанизация обуславливают необходимость повышения эффективности использования бюджета времени, как свободного, так и рабочего, в том числе за счет интеграции рекреационных и иных видов деятельности.

Можно сказать, что во второй половине XIX – первой половине XX вв. именно появление возможности путешествий с рекреационными целями стало основой формирования современного массового туристского рынка. При этом, рекреационные путешествия выделялись из более прагматичных видов миграции.

Например, история развития морских круизов начиналась с роста спроса на трансатлантические пассажирские перевозки в связи с освоением Нового Света. Затем, пройдя стадии повышения комфортности морских путеше-

ствий от кают и палуб более высокого класса до современных лайнеров, круизы стали доминирующим видом морских путешествий, в отличие от обычных морских пассажирских перевозок, не выдержавших конкуренции с авиацией. При этом сами морские круизы превратились из элитарного вида туризма в массовый. А сейчас уже строятся лайнеры, где каюты-апартаменты можно пробрести как на условиях тайм-шер, так и в полноценную собственность, где можно не только отдыхать, но и жить, и работать, и которые становятся уже не плавучими гостиницами, а теми же курортами – кондоминиумами, находящимися почти в постоянном плавании [6, с. 54].

Иными словами, на новом витке развития цивилизации рекреационные поездки, наоборот, начинают всё глубже интегрироваться с основными видами социальной деятельности, становясь неотъемлемой частью нового образа жизни.

А законодательство, в том числе международное право, статистика и само массовое сознание не успевают за стремительно меняющимися отношениями в сфере туризма и миграции в целом. Эти отношения приобретают всё более сложный, нелинейный характер, становятся менее доступными для статистического наблюдения, системного анализа, прогнозирования и регулирования.

И тем важнее активизировать исследования мотивации путешествий, интеграции и диверсификации их различных видов, которые позволят не только создать новые туристические продукты и сервисы, но и выработать и реализовать новые стратегии развития территорий как центров социальной коммуникации с различными целями.

Литература

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015, с изм. от 02.03.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 ВТО, ООН, Мадрид и Нью-Йорк, 2010 г.

3. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме : монография. – М. : РосНОУ, 2005. – 172 с.

4. Морозов М.А., Морозова Н.С. История развития экономики туризма и актуальные направления научных исследований в туризме // Сервис plus. – 2014. – Т. 8. – № 2. – С. 32–39.

5. Шпилько С.П. Туризм и разделение труда // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : труды Межд. научно-практ. конф. МГУ, географический ф-т, Москва, 27–28 апреля 2006 г. – М., 2006. – 399 с.

6. Шпилько С.П. Морские круизы: теория и практика : учеб. пособие / Н.В. Андропова, Р.В. Чударев, С.П. Шпилько. – М. : Советский спорт, 2012. – 147 с.

7. Summer Work Travel Program [Электронный ресурс]. – J-1 Visa exchange Visitor Program. – URL: <http://j1visa.state.gov/programs/summer-work-travel#employers> (дата обращения: 10.05.2016).

8. Exchange Visitor Visa [Электронный ресурс]. – URL: <https://travel.state.gov/content/visas/en/study-exchange/exchange.html> (дата обращения: 10.05.2016).

9. Work and Travel USA [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Global vision. – URL: http://www.global-vision.ru/programs/work_and_travel/ (дата обращения: 10.05.2016).