

ТУРИЗМ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Якимович В. А., студент
Научный руководитель – Мотько Н. А.,
ст. преподаватель каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технически университет
г. Минск, Республика Беларусь

Туризм сегодня превратился в стремительно развивающуюся отрасль во многих странах. Туризм – это сфера народнохозяйственного комплекса. В настоящее время каждое 16-е место в мире приходится на туристический бизнес. Исследование Всемирного совета по туризму и путешествиям показало, что в 2017 году вклад туризма в мировой ВВП составил \$8,3 трлн – 10,4% от его общего объема. Туристический бизнес характеризуется небольшим стартовым капиталом, быстрым сроком его окупаемости, постоянным спросом на услуги туризма, высоким уровнем рентабельности произведенных затрат, а тем самым привлекает предпринимателей.

Субъектами туристического рынка являются потенциальные туристы, туристический бизнес (туристские организации, фирмы) и государственные организации.

В экономическом отношении туризм рассматривается как:

определенная совокупность общественных отношений в сфере производства, обмена и распределения продукции;

часть народнохозяйственного комплекса данной страны, включающая определенные отраслевые виды производства и экономической деятельности;

экономическая наука, изучающая туризм как отрасль хозяйства страны или региона (экономика туризма);

общественная наука, изучающая поведение в сферах производства туристического продукта, его потребления, распределения и обмена. Экономисты анализируют процессы, происходящие в туризме, прогнозируют их последствия для физических лиц, организаций и общества в целом;

современная экономическая теория, изучающая поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях туристической экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления туристических услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, фирмы и общества в целом.

Тур как экономическая категория должен отвечать следующим требованиям:

Быть объективным явлением, в основе которого лежит ограниченность туристических ресурсов.

Выражать отношения между туристической организацией и её клиентами по производству, формированию, продвижению и реализации туристических услуг.

Иметь активное, стимулирующее начало, быть побудительным мотивом, как для турфирмы, так и для ее клиентов.

В его формирование должны участвовать как объективные, так и субъективные факторы.

Обладать потребительной и меновой стоимостью, т. е. быть товаром.

Иметь целеполагание.

Таким образом туризм как экономическая категория – это отношения между субъектами туристического рынка и их поведение в процессе производства, формирования, продвижения и реализации комплекса(или части) туристических услуг как товара в условиях ограниченности туристических ресурсов и их рационального распределения с целью удовлетворения своих потребностей.

Список литературы

1. Экономика предприятий туризма: Учебное пособие / З. М. Горбылева. – Минск: РИПО, 2014. – 226 с.
2. Экономика туризма: Учебное пособие / С. В. Шахнович. – Витебск: ВГУ, 2011. – 308 с.