

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ДИАЛОГА КУЛЬТУР И ЦИВИЛИЗАЦИЙ**

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 6, с. 125–126

Интенсивное развитие международного туризма многие современные ученые и политики справедливо рассматривают как одну из важнейших тенденций современного процесса глобализации. Для такой оценки, как нам представляется, есть определенные основания. Во-первых, неоспоримым является тот факт, что развитие туризма благодаря усилению контактов, расширению способов и форм общения между людьми разных культур и цивилизаций непосредственно способствует сближению культур и установлению определенного режима их взаимозависимости. Во-вторых, международный туризм как определенная межцивилизационная коммуникативная технология по сути представляет собой сложную систему диалоговых взаимодействий как между самими организаторами туристического бизнеса различных стран, так и между туристами и представителями государств, принимающих туристов. Именно поэтому международный туризм в настоящее время объективно является одним из ведущих конструктивных факторов усиления сотрудничества, укрепления режима доверия и установления продуктивного диалога между людьми, принадлежащими к различным культурам и цивилизациям.

Обретение Украиной государственной независимости является значимым стимулом поиска эффективных и апробированных механизмов приобретения нашей страной статуса полноправного члена международного сообщества. Очевидно, что помимо первостепенного учета значимости политико-юридического аспекта данной проблемы не менее существенным является и учет ее социально-гуманитарного аспекта. Ведь сам процесс ут-

верждения Украины в качестве нового субъекта мирового сообщества требует качественного изменения всей системы коммуникаций и сферы контактов между людьми, особенно в условиях демократизации всех сфер общественной жизни.

Современные тенденции процессов социально-экономических преобразований в Украине дают определенный опыт для их оценки и обоснования новых перспективных управленческих стратегий. Данные стратегии в практическом плане должны быть непосредственно ориентированными, во-первых, на преодоление кризисных явлений в экономике Украины; во-вторых, они должны иметь четкую перспективную целевую заданность в направлении обеспечения реального экономического роста; в-третьих, эти стратегии должны определять приоритеты и первоочередные меры регулятивного плана, нацеленные на преодоление деструктивной тенденции поляризации социальной структуры украинского общества и гармонизацию углубляющихся социально-экономических неравенств в Украине. Важным антикризисным социально-экономическим фактором должно стать развитие туристического бизнеса.

Отметим, что туризм в настоящее время является одним из самых прибыльных секторов мировой экономики (дает 10 % мирового валового продукта). Согласно данным Всемирной Туристической Организации, в 1997 г. доходы от туризма составили 448 млрд дол. США, а по прогнозам данным к 2010 г. они возрастут до 1,1 трлн дол. [1, с. 25]. Очевидно, что далеко не все районы мира имеют привлекательные туристические ресурсы. Для развития туристического бизнеса су-

щественное значение имеют политико-экономические, социально-исторические, этнокультурные, природно-климатические условия, уровень развития индустрии туризма. Согласно нашим оценкам, Украину можно отнести к числу перспективных стран, способных нарастить объем туристических услуг до 4–5 млрд дол. в год. Этот показатель является вполне реальным, если учесть, что в близкой нам Польше в 1997 г. доходы от туризма составили 9 млрд дол., что сопоставимо с государственным бюджетом Украины на 2002 год.

Естественно, что развитие туристического бизнеса в Украине требует выработки определенных приоритетов. С учетом фактора прогрессирующей бедности населения Украины (за чертой бедности находится сейчас 70–80 % населения) основное внимание следует уделять развитию въездного туризма. Данная стратегия базируется на учете реального существования значительных экономических неравенств между “богатыми” и “бедными” странами.

В этой связи следует учитывать то обстоятельство, что наиболее доходными являются среднесрочные туристические поездки продолжительностью 8–28 дней. Очевидно, что сама ориентация на организацию среднесрочных туров предполагает решение ряда сложных социально-психологических проблем этнокультурного порядка,

к числу которых в первую очередь следует отнести:

- 1) формирование у иностранного гражданина мотивации и желания быть участником тура;
- 2) формирование у туристов позитивного имиджа мест посещения;
- 3) развитие этнокультурных коммуникативных практик, способствующих удовлетворению познавательных интересов туристов;
- 4) создание гибкой системы предоставления дополнительных платных услуг.

Реализация данной стратегии при активной поддержке государства, особенно в решении вопроса подготовки современных менеджеров туризма [2], как мы полагаем, позволит существенно повысить эффективность туристического бизнеса в Украине.



#### Литература

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — М.; СПб.: Герда, 2002. — 320 с.
2. Кобржицкий Н. М. Якісна спеціальна освіта — запорука підготовки кваліфікованих туристичних менеджерів XXI століття // Проблеми управління в переходном обшестве на порого XXI века: Сб. науч. тр. / Прил. к журн. “Персонал”. — 1999. — № 4. — С. 251–255.