

УДК: 796.50 (575.2) (04)

ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

М.Н. Арзамасцев – ст. преподаватель

The problems and prospects of development of tourism in separate poor mountain regions to improve their economy, incomes and living standards, are shown.

В большинстве стран, занимающихся развитием туризма, государственная туристическая политика проводится в рамках региональных программ экономического развития и направлена на то, чтобы международный туризм способствовал экономическому оживлению остальных отраслей.

В некоторых странах сложилось крайне неравномерное размещение населения, трудовых ресурсов, промышленных предприятий и в целом производственных сил, что привело к различию в социальных и бытовых условий жизни, а также доходу населения. Все возрастающие изменения в равновесии экономических регионов, миграция сельского населения, неравномерность в размещении производственных мощностей ведут к повышению уровня жизни населения в экономически развитых промышленных и к его снижению в аграрных районах, особенно горных.

В промышленно развитых странах доминируют два основных метода решения проблемы развития отсталых в промышленном отношении районов и тем самым смягчения региональных диспропорций. Первый – создание в отсталых районах центров или полюсов экономического роста, второй – метод постепенного рассеянного “впрыскивания” капиталов в экономику слаборазвитых районов. Крупные туристические центры являются примером первого метода проведения региональной политики, получившего признание во многих странах, в частности во Франции.

В этой стране строительство туристических центров международного класса началось

после второй мировой войны. До этого времени иностранные туристы размещались в гостиницах и пользовались той же сетью предприятий сферы услуг, что и местное население. Однако по мере увеличения потоков иностранных туристов, в связи со стремительным ростом международного туризма возникла необходимость в строительстве туристических центров международного класса.

Первыми из них были центры туризма, построенные при участии государства. Изучение влияния туризма на экономическое развитие районов началось вместе с разработкой региональных программ, предусматривающих более рациональное размещение производственных сил. Строительство горных туристических центров международного класса во Франции было направлено на развитие экономики горных районов, поддержание и диверсификацию видов деятельности сельского населения.

Строительство каждого 100 мест при размещении туристического центра международного класса повлекло за собой создание 20–25 новых рабочих мест. В результате строительства новых горных туристических центров, Франция стала первой европейской “снежной державой” по площади склонов, оборудованных для горнолыжного спорта, по числу подъемников, и наконец, по числу мест в горных туристических центрах. Франция уступает Австрии только по протяженности лыжных трас, а также по количеству горных туристических центров – их во Франции более 300, а в Австрии более 500.

Строительство материально-технической базы горного туризма во Франции дало работу

70 тысячам горных жителей, к которым следует прибавить такое же число рабочих мест в отраслях материального производства, связанных с развитием горного зимнего туризма. Это производство лыж и аксессуаров, швейных, текстильных и обувных изделий, производство механических подъемников и строительная индустрия. Валютные поступления от горного туризма к концу 90-х годов достигли 2,2 млрд. фр. Таким образом, оправдались смелые прогнозы, согласно которым затраты на создание одного рабочего места должны были составлять всего лишь 100 тыс. фр. при общем доходе от одного гостиничного места за туристический сезон в 10–15 тыс. фр.

Развитие международного туризма может вернуть жизнь многим сельским районам, способствуя закреплению в них населения, предоставляя возможность сбывать на месте сельскохозяйственную продукцию и, тем самым, поднимая уровень жизни.

Примером могут служить Швейцарские Альпы. В этой стране международный туризм является основным фактором, способствующим устранению региональных диспропорций путем ликвидации экономического застоя слабо развитых высокогорных районов. Рост иностранного туризма в этих странах влечет за собой развитие строительной индустрии. Международное туристическое потребление создает дополнительный рынок сбыта для сельскохозяйственной продукции.

Горные районы – не единственный пример влияния международного туризма на условия жизни в сельской местности. В последние годы во многих странах широко распространилась и стала быстро развиваться практика туризма и отдыха горожан на фермах. Это ведет к тому, что сельские жители имеют возможность получить вторую специальность, связанную с туризмом, а в случае строительства в сельской местности туристического комплекса могут наряду с туристами пользоваться его инфраструктурой (водоснабжением, энергосистемой, дорожной сетью, телекоммуникациями и т.д.), что значительно улучшает условия жизни в сельской местности.

Одной из наиболее характерных черт индустрии туризма является включение пред-

приятий сферы обслуживания в систему международного разделения труда. Влияние индустрии туризма на развитие молодых, осваиваемых районов сказывается на “платных услугах” предприятий сферы обслуживания, которые выступают как экспортный товар. Продавая эти услуги, район вступает в национальный и мировой оборот, точно так же, как и при обмене любым другим товаром. Специализация на производстве услуг для международного туризма обеспечивает мощный приток денежных средств, резко расширяет сферу приложения труда и потому является важным фактором ускоренного экономического развития отдельных регионов. Индустрия туризма способствует общему расширению сферы обслуживания (коммунального, бытового, культурного), а иногда и общему благоустройству быта и повышению доходов населения этих районов. В современных условиях потенциал ресурсов индустрии туризма имеет не менее важное экономическое значение, чем потенциал сырьевых ресурсов или квалифицированной рабочей силы.

По мере расширения объемов международного туризма наблюдается рост количества предприятий сферы услуг. В сферу влияния туризма входит очень большое число различных предприятий, которые в период туристического сезона работают более рентабельно, поскольку их обороты возрастают в соответствии с притоком туристов.

Для определения перспектив развития туризма в том или ином районе необходимо иметь точную оценку материально-технической базы иностранного туризма, определить величины туристических ресурсов, а также спрос на данный туристический продукт. При этом важно избегать переоценки туристических ресурсов. Так, памятник старины может представлять определенный интерес для данного района, но в международном масштабе, по сравнению с ценностью других архитектурных памятников он не сможет заинтересовать большое число иностранных туристов, поэтому крупные капиталовложения на создание материально-технической базы туризма в данном районе будут малоэффективными. При оценке туристических ресурсов необходимо также учитывать наличие сходных ресурсов в

соседних районах или странах. И, наконец, необходимо учитывать спрос, вызванный туристической модой, например, на пешие прогулки или прогулки верхом на лошади и т.п.

Разумеется, нельзя рассматривать туризм как панацею от всех экономических бед, считая, что развитие международного туризма автоматически приведет к процветанию района. В ряде случаев оно не приносит желаемых результатов для местной экономики, а иногда может иметь даже отрицательные последствия.

Так, например, если туристические комплексы возводятся не за счет местных средств, а крупными фирмами, строящими гостиничные “цепи” в целом ряде городов или даже стран, то чаще всего они работают без привлечения местной рабочей силы, поскольку обслуживают иностранных туристов их персонал, снабжение идет из одного центра, иногда расположенного за сотни километров от дан-

ного района. Поэтому местное производство, прежде всего сельскохозяйственное, не получает дополнительного рынка сбыта. Таким образом, развитие международного туризма приводит к повышению цен на товары и услуги из-за возрастания спроса на них, тогда как прибыль от туристических предприятий получают их владельцы.

Итак, строительство отдельного центра развития – международного туристического комплекса в отсталом районе, своего рода анклав, не связанного с его экономикой, не сможет гарантировать его развитие, более того, приведет к дальнейшему углублению экономических диспропорций.

Следовательно, международный туризм не может явиться гарантией процветания местной экономики, поскольку туристическая политика не проводится целенаправленно в интересах регионального развития.