

А.О. ОБОЗНА,

к.е.н., завідувач кафедри менеджменту
ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

Бурный рост туризма вызвал живой интерес к проблеме измерения влияния туризма на экономическое развитие стран и регионов. Быстрый рост доходов от туризма привлекает инвесторов не только в сферу производства регионального туристского продукта, но и в область экономического анализа, непосредственно обслуживающего данную сферу экономики. Масштабы затрат потребовали серьезного экономического обоснования, что способствовало выделению методологии измерения туристских влияний в отдельное направление экономического анализа, и создания специальных баз статистических данных.

В настоящее время экономико-статистическая оценка туристских воздействий ведется в трех основных направлениях:

- оценка экономического влияния;
- оценка социального влияния и взаимодействий туристов и местного населения;
- оценка экологического воздействия туризма.

Наиболее исследованным является первое направление, хотя социальное и экологическое воздействие туризма на устойчивое развитие туристских территорий также является чрезвычайно важным. Как отмечают исследователи, когда туристский сектор расширяет объемы продаж или увеличивает число услуг, экономика региона получает дополнительные доходы.

Большое значение для определения степени влияния туризма на развитие территории имеет анализ туристских расходов. Он позволяет оценить возможности дестинации с точки зрения дохода за счет различных

составляющих туристского продукта, определить основные недостатки в области формирования дохода от туристской деятельности и в то же время вскрыть имеющиеся резервы, сосредоточиваясь на наиболее перспективных направлениях. Наиболее объективным и предпочтительным методами исследования туристских расходов является:

- прямого эффекта;
- косвенного эффекта.

Прямой эффект — это влияние туристских расходов на объем валового производства услуг в туристских учреждениях и на предприятиях. Поскольку эти виды продукции не потребляются в процессе производства, их прямой эффект обычно равен единице. Для продукции промышленного производства прямой эффект в мультипликаторе выпуска превышает единицу.

Косвенный эффект — это дополнительный удельный выпуск в других отраслях, находящихся вне сферы туризма, но вызываемый туристскими расходами.

Исчисление суммарного влияния производится на основе мультипликаторов туризма, т.е. побочного воздействия расходов в секторе туризма на другие сектора экономики принимающего туристско-рекреационного комплекса, которые определяются как отношение изменения общей величины дохода или затрат (включая изменения, вызванные туризмом) в регионе к величине изменения дохода или затрат непосредственно в сфере туризма.

Развертыванию научных исследований в области поисков показателя, отражающего конечный результат, точно показывающий, какой побочный эффект в виде косвенных доходов и стимулирования расходов имеет место при данных уровнях генерированных туристских поступлений, способствовали работы Дж.Арчера (1977) и Д.Флетчера (1990). В последнее время интерес к данной проблеме увеличивается, растет число интересных научных публикаций. Эта проблема активно исследуется и украинскими учеными. Однако ученые и специалисты-практики пока еще не выработали единую позицию в этом вопросе.

По мнению большинства специалистов, туристский мультипликатор должен отражать то, что в дополнение к объему (А) прямых туристских расходов (приобретение турпродуктов) туризм генерирует в той или иной туристской территории дополнительный объем вторичных расходов (В) повышая таким образом первоначальные доходы в X раз. Фактически это явление стало основанием для изыскания путей установления мультипликаторов для туризма.

Работа по исследованию и формированию мультипликаторов в туризме представляет большой теоретический и практический интерес, однако, применяя мультипликаторы как конкретный инструмент, следует принять во внимание следующие соображения:

- мультипликаторы преимущественно исследуются с целью измерения общего влияния туризма в той или иной стране, территории, туристском центре, особенно в периоды, связанные с проведением специальных мероприятий, а не в качестве особой методики для оценки постоянной деятельности. С помощью мультипликаторов невозможно измерить результаты постоянного воздействия маркетинга и рекламы на текущую туристскую деятельность;

- не существует согласованной методологии установления мультипликаторов туризма для различных туристских территорий и туристских центров. В свою очередь, туристские центры расходятся в оценках того, насколько помноженные на мультипликатор поступления от туризма превышают туристские доходы, генерированные напрямую, и, таким образом, не имеют единства в том, что касается значения мультипликатора и индекса, которые должны учитываться при оценке общего объема туризма сверх прямых расходов туристов;

- исследования в области тематики мультипликаторов требуют серьезных затрат;

- в последнее время сместился акцент с национальных мультипликаторов на вспомогательные счета для туризма (ВСТ), однако его так же, как и мультипликаторы, нельзя считать конкретным инструментом измерения

эффективности маркетинга и рекламы, применяемой в практике функционирования и развития туристских территорий.

На основании многочисленных исследований влияния туризма и рекреации на региональное развитие сформулированы обобщенные выводы, раскрывающие выгоды, которые приносит туризм, и проблемы, с которыми сталкиваются туристские и рекреационные регионы.

Выгоды, связанные с развитием туризма и рекреации:

- социально-экономического характера:
- создание рабочих мест, способствующее прямой занятости, косвенной занятости, генерированной занятости;
- эффект мультипликации, выраженный в росте доходов туристской территории;
- вклад в общегосударственные доходы.

Все вышеизложенное подчеркивает сложность и неоднозначность проблемы измерения влияния туризма на функционирование регионов, но в то же время не исключает применения мультипликаторов как достаточно эффективного инструментария формирования прогнозов развития туристского сектора экономики.

Главной заинтересованной стороной устойчивого развития туризма должны выступить национальные и региональные органы государственной власти и туристские администрации. Именно государство через инструменты контроля, налоговой политики должно устанавливать пределы и условия развития туризма.

В качестве основных задач, решение которых позволит обеспечить устойчивое развитие, можно выделить:

- замену культуры интенсивного потребления культурой разумного потребления;
- уравнивание экономических, экологических и социальных факторов развития;

- обеспечение баланса интересов туристов и местного населения;
- справедливое распределение доходов от туризма между всеми членами местного сообщества, включая все слои населения, в том числе самые незащищенные (дети, пенсионеры, инвалиды и др.).

Только туризм позволяет современному человеку приблизиться к пониманию картины мира в целом. В новом постиндустриальном обществе туризм опирается на обширное историко-культурное наследие, оставленное прошлыми поколениями. Сохранение этих ценностей — залог выживания и стабильного развития всего человечества.

Список використаних джерел:

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: М.: Академия, 2006. – 224с.
2. Котилко В.В. Региональная экономическая политика. – К., 2001.
3. Теория и практика международного туризма: Сб.статей / Под ред.А.Ю.Александровой. – М., 2003.